

Д. А. Демешко

**ЛЕКСИКО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ ГРУППА
«НАИМЕНОВАНИЯ ПРЕДМЕТОВ ОДЕЖДЫ»
В АНГЛИЙСКОМ, ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

Мы провели сравнительный анализ лексико-тематических групп «Наименования одежды» в трёх языках – русском, английском и французском – опираясь на данные словарей и описания ассортимента интернет-магазинов. Несмотря на географическую дистанцию, количественный состав групп оказался очень схожим. Тесные культурные, политические и экономические связи, а также стремительное развитие информационных технологий способствуют единству модной лексики и быстрому распространению терминов по всему миру.

В общей сложности в исследование вошли 286 лексических единиц: 82 единицы в русской группе, 91 в английской и 113 во французской. Такое распределение свидетельствует о том, что каждая из систем достаточно богата терминологией, отражающей разнообразие современной одежды – от классических кроев до узкоспециализированных стилей.

Для классификации мы выбрали две наиболее распространённые схемы. Первая касается гендерной принадлежности: женская, мужская, детская и унисекс одежда. Вторая – условий носки: верхняя (пальто, куртки) и лёгкая одежда (футболки, платья, шорты). Несмотря на минимальные количественные разрывы, обе классификации позволяют выявить характерные паттерны.

Во всех трёх языках наиболее обширной оказалась подгруппа «унисекс» – универсальные фасоны и стили сейчас активно продвигаются модной индустрией. При этом только в английской группе «детская одежда» представлена более широко, чем в русской и французской, что может отражать специфику англоязычных рынков и маркетинговых стратегий.

Этимологический анализ выявил, что в русском и французском языках главная стратегия обновления «одежной» лексики – заимствование терминов из английского. Как показывает практика, мода идёт из Лондона и Нью-Йорка прямо на витрины парижских и московских бутиков. В английской группе 13 % названий имеют французские корни, а ещё 22 % пришли из латинского, испанского, японского и итальянского языков, что подчёркивает мультикультурное происхождение многих модных терминов.

Полученные результаты демонстрируют, что глобализация и кросскультурные обмены формируют единую «моду на языке», однако каждый язык сохраняет свои семантические акценты. Дальнейшие исследования могут сфокусироваться на динамике появления новых заимствований и региональных особенностях восприятия модных новинок.