

Кулаева Елизавета Алановна, студентка,
Северо-Осетинский государственный университет
им. Коста Левановича Хетагурова
Kulaeva Elizaveta Alanovna, student,
North Ossetian State University Named
after Kosta Levanovich Khetagurov

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ И ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
ФРАНЦУЗСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ПРЕДМЕТАМИ ОДЕЖДЫ
LINGUOCULTURAL AND LEXICOGRAPHIC ANALYSIS OF FRENCH
PHRASEOLOGICAL UNITS CONTAINING CLOTHING ITEMS**

Аннотация. В статье рассматриваются французские фразеологизмы, содержащие наименования предметов одежды, с точки зрения их лингвокультурных и лексикографических характеристик. Анализируется стилистическая вариативность данных выражений, их символика и культурные коннотации. Особое внимание уделяется роли одежды как элемента национального мировоззрения и культурного кода французов. Определяются основные типы фразеологизмов с компонентом «одежда» и их отражение в словарях французского языка.

Abstract. The article analyzes French phraseological units containing clothing-related components from linguocultural and lexicographic perspectives. The study examines their stylistic variation, symbolic meanings, and cultural associations. Special attention is given to the role of clothing as part of the French cultural code and worldview. The article also identifies the main types of idioms with the “clothing” component and discusses their representation in French dictionaries.

Ключевые слова: Фразеологизм, французский язык, одежда, лингвокультура, лексикография, стилистика.

Keywords: Phraseology, French language, clothing, linguoculture, lexicography, stylistics.

Введение

Язык является не только средством общения, но и формой существования культуры. Через него передаются традиции, ценности и особенности мировосприятия народа. Фразеологизмы – один из наиболее ярких и выразительных пластов языка, в которых закреплены образы, метафоры и культурные стереотипы, отражающие национальную ментальность. Особое место занимают фразеологизмы, связанные с предметами одежды. Одежда – важный элемент человеческой жизни, несущий не только утилитарную, но и символическую функцию: она выражает социальное положение, профессиональную принадлежность, характер и даже внутренний мир человека.

Французский язык, отличающийся высокой степенью образности, изобилует фразеологическими выражениями, связанными с предметами одежды и одеждой. Такие единицы, как *tirer son chapeau à quelqu'un* («снимать шляпу перед кем-либо»), *retourner sa veste* («менять убеждения»), *se serrer la ceinture* («затянуть пояс», т.е. экономить), несут в себе глубокие культурные смыслы, отражающие французское восприятие морали, внешнего вида и поведения.

Актуальность исследования заключается в необходимости выявления лингвокультурных и лексикографических особенностей фразеологизмов с компонентом «предмет одежды», так как они позволяют глубже понять французскую культурную картину мира.

Цель исследования – определить характер стилистической отнесенности фразеологизмов французского языка, связанных с предметами одежды, и выявить их лингвистические и культурные особенности.



Материалы и методы

Методы исследования: анализ, синтез и обобщение научного материала по теме исследования, метод сплошной выборки, лингвистический анализ, а также описательный метод.

Проведенное исследование базируется на фундаментальных положениях теории фразеологии, разрабатываемой как отечественными, так и зарубежными лингвистами. При анализе стилевой отнесенности фразеологических единиц с компонентом «предмет одежды» использован комплексный подход, объединяющий лингвокультурный, семантический и лексикографический статусы.

Фразеология как особый раздел лингвистики занимает центральное место в изучении национальной языковой картины мира. Основы теории фразеологии заложены в работах В.В. Виноградова, который определил фразеологическую единицу как «семантически связанное сочетание слов и предложений, которое характеризуется постоянным лексическим составом, грамматическим строением и известным носителям данного языка значением» [1]. Фразеологизмы являются важным источником экспрессии и эмоционально-оценочного содержания речи, а также выполняют значимую стилистическую функцию.

А.Г. Назарян предложил одну из наиболее разработанных классификаций фразеологических единиц французского языка, разделив их на нейтральные, разговорно-фамильярные, просторечные, жаргонные, книжные и поэтические. Эта классификация позволила установить связь между экспрессивностью и функциональной сферой употребления фразеологизмов [3].

Большое внимание вопросам стилистической отнесённости уделяли также Н.М. Шанский, С.Г. Гаврин и Л.И. Ройзензон в своих работах [2, 4, 6]. Исследователи подчеркивали необходимость различать фразеологизмы по степени эмоциональной насыщенности и сфере их функционирования – от книжного стиля до просторечия. В трудах Л.И. Ройзензона отдельно выделена фольклорная фразеология как особый стилистический пласт, связанный с народным языковым творчеством [4].

Особое значение для нашего исследования имеет концепция И.А. Федосова, который в своей работе [5] предложил разграничение понятий стилистическое значение и функционально-стилистическое значение. Согласно автору, последнее определяется не только эмоционально-оценочными характеристиками, но и конкретными языковыми маркерами – лексическими, морфологическими и синтаксическими средствами, а также происхождением фразеологизма и его тематической сферой.

Таким образом, анализ научных источников показывает, что стилистическая и функциональная классификация фразеологических единиц остаётся открытой проблемой. Несмотря на наличие различных подходов, большинство исследователей сходятся во мнении, что стилевая отнесённость определяется взаимодействием двух аспектов – функционального и экспрессивного.

Эмпирической базой исследования послужила сплошная выборка из 138 фразеологических единиц (ФЕ) французского языка, содержащих наименования предметов одежды. Источниками сбора данных выступили французские словари: *Le Petit Robert de la langue française*, *Le Grand Robert*, *Larousse de l'argot*, а также художественные и публицистические тексты.

Результаты и обсуждение

Все ФЕ для исследования были отобраны по принципу семантической целостности и устойчивости сочетания, с обязательным наличием компонента, обозначающего предмет одежды (например, *chapeau*, *chemise*, *ceinture*, *bonnet*, *baskets* и др.).

Первичная обработка включала:

- классификацию ФЕ по структурно-грамматическому типу (глагольные, субстантивные, адverbальные, предложения и компаративные);



- определение стилистической пометы по данным словарей (fam., pop., отсутствие пометы и др.);
 - выявление культурно значимых коннотаций (политических, социальных, исторических);
- семантический анализ образной основы (метафора, метонимия и др.).

Для повышения достоверности анализа, каждая ФЕ рассматривалась не только в словарной статье, но и в контексте употребления.

В результате анализа было выявлено пять основных структурных типов фразеологизмов:

1. Глагольные ФЕ – 121 единица. Наиболее продуктивный тип включает выражения типа *changer d'avis comme de chemise* («иметь семь пятниц на неделе»), *retourner quelqu'un comme une chaussette* («вертеть кем-то как угодно»), *s'en soucier comme de ses vieux souliers* («беспокоиться как о прошлогоднем снеге»). Эти ФЕ выражают эмоциональную оценку поведения, характера и социального взаимодействия.

2. Субстантивные ФЕ – 37 единиц – часто несут политико-культурную нагрузку: *chemises noires* («чернорубашечники» – итальянские фашисты), *chemises brunes* («коричневорубашечники» – нацисты), *blouson-noir* («чёрная куртка» – хулиган), *habit vert* (мундир академика Французской академии). Такие ФЕ демонстрируют, как одежда становится символом идеологии, статуса или социальной роли.

3. Адвербальные ФЕ – 12 единиц – выражают манеру действия или эмоциональное состояние: *sous la botte de quelqu'un* («под сапогом»), *chapeau bas!* («шапки долой!»), *sans prendre de gants* («без церемоний»).

4. ФЕ со структурой предложения – 31 единица – нередко выступают как пословицы или афоризмы: *L'habit ne fait pas le moine* («По одежке не судят»), *C'est la robe qu'on salue* («По одежке встречают»), *C'est dans la poche* («Все дело в шляпе»).

5. Компаративные ФЕ – выражения с союзом *comme*: *souple comme un gant* («мягкий как перчатка»), *grand comme un mouchoir de poche* («крошечный, величиной с ладонь»).

Что касается стилистической отнесённости, то распределение выглядит следующим образом:

- 6 ФЕ не имеют стилистической пометы и могут считаться стилистически нейтральными (например, *bottes de sept lieues*, *une bonne renommée vaut mieux que la ceinture dorée*). Они универсальны и допустимы в любом стиле речи.
- 20 ФЕ имеют помету *familier* (разговорные): *lâcher les baskets*, *avoir le moral dans les chaussettes*. Такие выражения уместны в неформальном общении, особенно в молодёжной среде.
- 70 ФЕ отмечены как *populaire* (просторечные/арготические): *graisser les bottes*, *cirer les bottes*, *traîner la savate*. Эти выражения несут сниженную экспрессию и, как правило, используются в устной речи, в публицистике – для стилизации или иронии.
- Остальные либо дублируются в разных стилях, либо требуют контекстуального уточнения.

Полученные результаты подтверждают гипотезу о том, что фразеологизмы с компонентом «предмет одежды» во французском языке обладают высокой эмоционально-экспрессивной и лингвокультурной насыщенностью. Они не только обогащают речь, но и служат зеркалом культурной ментальности: через них проявляются французские ценности – скептицизм к внешней репрезентации, уважение к интеллекту (*bas bleu*), ирония по отношению к лицемерию (*cirer les bottes*), а также любовь к языковой игре и образности.

Стилистическая дифференциация ФЕ демонстрирует живую динамику языка: даже «нейтральные» выражения могут приобретать разговорную окраску в зависимости от



контекста. В то же время отсутствие единых лексикографических критериев разграничения стилей остаётся проблемой – в разных словарях одни и те же ФЕ могут иметь разные пометы или пометы могут вовсе отсутствовать.

Таким образом, фразеологизмы с компонентами-предметами одежды во французском языке представляют собой многослойный феномен, в котором тесно переплетаются лексическая образность, стилистическая гибкость и глубокий культурный подтекст. Их изучение позволяет не просто расширить словарный запас, но и проникнуть в самую суть французского мировосприятия.

Заключение

Проведённый лингвокультурный и лексикографический анализ фразеологических единиц французского языка, содержащих компоненты-предметы одежды, показывает высокую лингвокультурную значимость и стилистическую дифференциацию. Эти фразеологические единицы выступают не просто как средства выразительности, но и как носители культурной памяти, которые отражают специфику французского мировосприятия, социальных норм, а также моральных установок.

Как показало исследование, фразеологизмы с компонентом «предмет одежды» охватывают широкий спектр стилистических регистров – от универсальных, допустимых в любом контексте, до ярко выраженных разговорных и просторечных. Особую роль в формировании культурного кода играют метафоры, основанные на предметах одежды, так как через них раскрываются представления о социальном статусе, моральных качествах, поведенческих моделях и даже философских взглядах.

Таким образом, можно утверждать, что фразеологизмы с компонентом «предмет одежды» представляют собой уникальное пересечение лексики, культуры и стиля. Их изучение не только расширяет представление о структурно-семантических особенностях французского языка, но и открывает доступ к глубинным пластам французской ментальности, делая язык поистине «зеркалом культуры».

Список литературы:

1. Абабий, В. Н. Общественно-политические неологизмы в современном французском языке: специальность 10.02.05 «Романские языки»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук/ Абабий Валентина Николаевна; Воронежский государственный университет. – Воронеж, 2019. – 24 с. – Библиогр.: с. 21-24. – Место защиты: ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет». – Текст: непосредственный.
2. Виноградов, В. В. Избранные труды. Лексикология и Лексикография / В. В. Виноградов. – Москва: Наука, 1977. – 312 с. – ISBN не найден. – Текст: непосредственный.
3. Гаврин, С. Г. Коммуникативность как релевантное свойство фразеологических единиц / С. Г. Гаврин. – Самарканд: Самаркандский гос. университет, 1977. – 84 с. – ISBN: не найден. – Текст: непосредственный.
4. Назарян, А. Г. Фразеология современного французского языка / А. Г. Назарян. – Москва: Высшая школа, 1987. – С. 287. – ISBN не найден. – Текст: непосредственный.
5. Ройзензон, Л. И. Фразеологизация как лингвистическое явление / Л. И. Ройзензон // Труды Самаркандского университета. – Самарканд: Изд-во СамГУ, 1961. – С. 45–58. – Текст: непосредственный.
6. Федосов, И. А. Функционально-стилистическая дифференциация русской фразеологии: специальность 10.02.01: «Русский язык»: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук/ Федосов Иван Андреевич; Воронежский



государственный университет им. Ленинского Комсомола. – Воронеж, 1978. – 39 с. – Место защиты: Воронежский государственный университет. – Текст: непосредственный.

7. Шанский, Н. М. Русский язык. Лексика. Словообразование / Н. М. Шанский. – Москва: Просвещение, 1975. – 176 с. – ISBN не найден. – Текст: непосредственный.

