

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАИМСТВОВАННЫХ СЛОВ  
ИЗ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА В АНГЛИЙСКОМ  
НА ПРИМЕРЕ СФЕРЫ ОДЕЖДЫ XII–XIV ВЕКОВ

Вследствие богатой многовековой истории, английский язык заимствовал французские слова, данный процесс продолжается и по сей день. Французские заимствования можно разделить на несколько периодов. Первый период – норманнское завоевание, оказал наиболее существенное влияние на словарный состав английского языка и подготовил почву для дальнейших заимствований из французского языка: *war* > *guerre*, oldfr. `война, борьба, военный`, *story* > *estorie*, fr. `повесть, рассказ` и другие. Так, в XI в. заимствуется одно слово (0,06 % от всего количества французских заимствований в английском языке), а в XII в. уже 136 слов (8,47 %). Во второй период, эпохи Возрождения, количество заимствований из французского языка достигает максимума. В большинстве случаев это слова, выражающие понятия, связанные с торговлей, искусством, политикой: *coup* > *coup* `государственный переворот`, *ensemble* > *ensemble*, fr. `ансамбль, группа музыкантов`. Анализ этимологических словарей Этимологический словарь Дугласа Харпера и словарь Collins COBUILD Advanced Learner's English Dictionary показали, что в XIII в. заимствуется 222 слова (13,82 %), XIV в. – 422 слова (26,28 %), XV в. – 175 слов (10,9 %), XVI в. – 182 слова (11,33 %). Французские заимствования третьего периода (XVII–XVIII вв.) – историко-культурные связи между французским и английским народами. Многие заимствования этого периода относятся к области культуры французской аристократии, к ее вкусам и обычаям, например: *fiance* `жених`, *coquette* `кокетка`, *unique* `единственный`, *machine* `аппарат`, *police* `полиция`, *chamois* `замша`.

Рассмотрим XIV в., как самый богатый на заимствования на примере сферы моды, так как именно во Франции впервые были употреблены такие слова как берет, бикини, дамская шляпа, чепчик и даже пуговица. Без этих деталей тяжело представить нашу повседневную одежду в современном мире.

Платья начала XIV в., полностью драпируя фигуру от талии и ниже, получив отрезной лиф со шнуровкой или рядом пуговиц *button* > *bouton*, fr. `пуговица`, плотно облегли грудь и руки. С новой модой, в обиход вошли новые слова: *buckle* > *boucle*, oldfr. `пряжка`, *beret* заменился новым веянием моды, а именно дамской шляпкой без поля – *bonnet* > *bonnet*, oldfr. `шляпа`. Мужской костюм так же претерпел изменения, вслед за женским обзавелся длинным рядом пуговиц. Меха, вышедшие из моды ближе к концу XIII века, пятьдесят лет спустя вновь привлекли к себе внимание. Высшую ступень в меховой иерархии занимали соболь *zibeline* `соболь`, белый горностаевый мех с черными хвостиками *ermine* > *hermine*, fr. `горноста́й`, в самом низу иерархии находились барашек *mutton* > *mouton*, fr. `барашек` и *castor* > *castor*, oldfr. `бобр`, использовавшиеся в частности для придворных облачений.

Это было только начало истории французского стиля, который диктовал не только моду на детали одежды и предметы обихода, но и вводил новые лексические единицы.

## В. Сантарович

### ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СМЫСЛОВОГО ВЫДЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ФРАНЦУЗСКОМ РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

Во французском языке существует множество лексических средств, способствующих смысловому выделению в рекламном тексте: наречия, имена прилагательные, группы слов, местоимения, фразовые частицы и т.д. Они могут выделять как предшествующий элемент – **рему**, так и последующий – **тему**.

Для выделения **темы** используются отделители (isolants): *quant à ...*, *pour...*, *en fait de...*, *en ce qui concerne*, *pour ce qui est de...*, *comme...*, *à propos de*. По своей функции они близки к препозитивному сегменту расчлененных предложений:

*Quant aux amoureux de la nature, du canal du Nivernais, du Morvan ou de la Loire, Randonnière vous invite à la découverte et au dépaysement dans un département ou traditions et bien-vivre font bon ménage!*

При этом образуется эмоциональный (эмфатический) порядок слов, поскольку нарушается прогрессивное логико-связующее построение членов предложения.

Для выделения **ремы** могут быть использованы лексемы *bien*, *donc*, *même*, *précisément*, *notamment*, *voire*, *seulement* и т.д. Они могут сопровождать слова разных частей речи либо включаться непосредственно в общий состав предложения:

*La situation est **bien** trop grave (P).*

При вынесении ремы в начало предложения, тема становится неким дополнением к сообщаемой информации и несет объяснительный, уточняющий характер.

Наречие *même* подчеркивает важность, значительность лица или предмета, усиливает значение слова или словосочетания, способствует выражению экспрессии и может выделять подлежащее или дополнение:

*Les Maldives, **elles-mêmes**, attirent beaucoup de touristes de tous les coins du monde, cherchant la liberté et la beauté.*

Наречие *aussi* усиливает ударную форму личного местоимения, которое – употребляясь самостоятельно – уже выделяет подлежащее:

***Vous aussi**, vous rêvez de dépaysement?*

***C'est aussi** l'occasion d'entrevoir un pan de l'Histoire, à travers les ruines d'anciennes cités, ou de profiter d'une croisière à bord d'un caïque !*

В рекламных текстах современного французского языка лексические средства можно рассматривать как **самостоятельные** средства смыслового выделения при прямом порядке слов и как **дополнительные** – при выделении какого-либо элемента в высказывании.