

ВВЕДЕНИЕ

Следы архаичного разделения языка на мужской и женский сохранились у всех народов мира до наших дней. Конечно, различия между ними определяются и чисто биологически (хотя бы уже потому, что женский голос выше мужского), и психологически (женщины более эмоциональны, а мужчины - рациональны). Однако многих ученых интересуют те отличия, которые прямо или косвенно обусловлены социальными причинами. И ввиду современного образа жизни, роли женщины в обществе, ее психологических особенностей четко прослеживается тот факт, что речь женщины отличается от речи мужчины.

Женская речь - одна из подсистем современного русского языка. Лексика женской речи представляет интерес для лингвистики, поскольку отражает живые процессы в языке, способности языка выполнять свою коммуникативную функцию. Многими отмечается и бóльшая развитость словаря женской речи.

Объектом исследования является семантическая специфика лексических единиц, преимущественно употребляемых в женской речи.

Предметом исследования являются лексико-семантические группировки, представляющие типично женский круг занятий.

Источниками анализируемого языкового явления явились прежде всего записи устной речи молодежи, произведенные автором в естественных условиях речевого общения. **Материалом исследования** послужила картотека из 163 слов.

Актуальность работы определяется современными общетеоретическими задачами лингвистики, широким интересом к проблемам развития языковых контактов, вопросам взаимодействия языка и пола. Актуальность связывается с интересом современного языкознания к

проблемам гендерного различия языковых вариантов, с недостаточностью самого языкового материала для исследования женского варианта русской речи.

Целью работы является описание семантических особенностей женской речи, анализ системных связей входящих в лексико-семантические группы женских слов.

В основные задачи исследования входит:

- 1) описание гендерных особенностей языка и коммуникации;
- 2) характеристика женской речи и ее свойствах на разных языковых уровнях;
- 3) анализ по лексическим материалам особенностей женской картины мира;
- 4) выявление лексико-семантического расслоения лексики женской речи;
- 5) исследование источников формирования женского словаря.

Методы исследования. Поставленные в выпускной квалификационной работе цели и задачи предопределили выбор взаимно дополняющих друг друга методов лингвистического исследования. В работе применялись следующие лингвистические методы: *описательный* (такие приемы, как сравнение, классификация анализируемого материала, его семантическая интерпретация), *семантический* и *словообразовательный анализ*, использование которых было направлено на определение причин и способов пополнения словаря женской речи, *метод количественных подсчетов* (при анализе наполненности лексико-семантических групп и продуктивности способов образования женской лексики).

Научная новизна проделанной работы заключается в попытке анализа того, как отражена в словаре женской речи гендерная картина мира.

Практическая значимость определяется тем, что материалы и результаты исследования могут быть использованы в преподавании ряда вузовских курсов лингвистического цикла - «Современный русский литературный язык, Лексика», «Современный русский литературный язык, Словообразование», «Стилистика», «Социолингвистика», а также в разработке спецкурсов и спецсеминаров по социальной и гендерной лингвистике.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, приложений.

Во введении намечаются цель, задачи работы, определяется актуальность темы, ее научная новизна, теоретическая и практическая значимость.

В первой главе рассматриваются гендерные особенности и средства выражения гендерной картины мира.

Во второй главе специфика словаря современной русской женской речи.

В заключении приводятся основные выводы, полученные в результате анализа практического материала.

Приложение содержат список использованной литературы, материалы для словаря женской речи, собранные в естественных условиях при разговоре с молодыми женщинами и девушками. Словарь состоит из 163 слов, которые разделены на группы.

ГЛАВА I. Гендерные особенности языка и коммуникации

1.1. Гендерная специфика в языке и коммуникации.

Вопрос о взаимосвязи языка и пола, того, как человек говорит в зависимости от того, кем он является, мужчиной или женщиной, и как в языке отражается факт присутствия людей разного пола, интересовал и лингвистов и философов давно, однако *гендерная лингвистика* возникает лишь в середине 20 века. *Гендерные исследования* рассматривают все то, что в социальном и культурном плане связано с полом. Сами термины *гендер* и *гендерные исследования* касаются социокультурных или социальных аспектов пола, а термин *гендер* обозначает **социальный или социокультурный пол** [СГТ, 2000: 77].

В своей работе «Основания гендерных исследований» Шакирова С. отмечает, что определение термина *гендер* может стилистически отличаться от других определений, даваемых в научных словарях, статьях и описаниях курсов, но смысл при этом един. В своей работе она приводит несколько вариантов этого определения: «Гендер - социально сконструированные характеристики пола»; "Гендер - это социальное деление, часто основанное на анатомическом поле, но не обязательно совпадающее с ним"; "Гендер - совокупность речевых, поведенческих, личностных особенностей, отличающих мужчин и женщин в духовном плане, подвергающихся влиянию культуры"; "Гендер - это сложный социокультурный конструкт: различия в ролях, поведении, ментальных и эмоциональных характеристиках между мужским и женским, творимые (конструируемые) обществом» [Шакирова С., электронный ресурс].

К середине 20 века стало понятно, что фактор *пола* выходит далеко за пределы только биологической составляющей человеческой жизни, что он затрагивает ритуальные и социальные основы жизни человека, является

составляющей социального статуса. Поэтому потребовалось ввести в научный оборот термин *гендер* (его предложила историк Джоан Скотт в статье Джоан Скотт «Гендер: полезная категория исторического анализа»; изначально в англ.яз это слово означало *категорию рода*). Ввиду этого, слово *гендер* стало восприниматься как комплекс вопросов, которые относятся не к биологическому, а социальному и социокультурному аспекту жизни человека.

Основные теоретико-методологические положения гендерной концепции основаны, как считает Джоан Скотт, на ряде компонентов, в том числе на том, что культурные традиции, культурная специфика того или иного общества несет отпечаток того, как, каким образом интерпретируется в разных культурах фактор пола [Дж. Скотт, 1986]. Вклад в разработку категории *гендер* как социального конструкта внесли такие ученые, как социологи Толкотт Парсонс и Эрвенг Гоффман. В своей работе «Соглашения между полами»(1994) Э. Гоффман раскрыл механизм создания клише и стереотипов, связанных с полом человека и навязывающих ему определенный образ поведения. Ученый указал, что фактор пола в любом обществе, первобытный строи или цивилизация, вписывается в социальные институты, т.е. фактор пола имеет значение, например, в школе (урок труда у мальчиков и девочек проходит отдельно), в магазине игрушек (игрушки различаются по цвету, функциональности и в разных местах находятся, это куклы и машинки) и т.д. Фактор пола вписывается в социальные институты, такие как школа, армия, церковь, семья. На взгляд Гоффмана, «социализация, т.е. вхождение личности в общество и ее адаптация в нем - происходят через институты школы, семьи, политики, религии, рынка труда, средств массовой информации. Именно в них закрепляются и воспроизводятся гендерные стереотипы»[Кириллина, 1999: 7].

Различные действия или их компоненты могут быть ритуализованы по гендерному признаку, например, стиль речи, выбор лексики, жесты,

интонация, положение говорящего в пространстве. Ритуалы – это подкрепление фундаментальных общественных отношений. В частности внешность человека, как правило ритуализована. Мужчины одеты более строго и функционально, женщины более пестро и менее функционально. Гоффман отмечает, что обществу свойственна определенная гендерная семиотика и, следовательно, гендерное измерение может использоваться в дисциплинах, изучающих знаковые системы, в том числе и в лингвистике.

Существенный вклад в разработку концепции *гендер* внес Мишель Фуко (1926-1984), хотя сам он этим термином еще не пользовался. Он обосновал высокую значимость пола в западноевропейской культуре. На конкретном историческом материале показал, как формировалась эта значимость и как она связана с контролем общества над отдельными его представителями. М.Фуко обращает внимание, что «даже чисто биологические процессы в дискурсивных практиках приобретают социальную и культурную значимость, что и определяет их фиксацию в языке, который сам является социокультурным феноменом». Эту точку зрения разделяет А.В. Кириллина в монографии «Гендер: лингвистические аспекты» [Кириллина 1999: 15]. Также А.В.Кириллина пишет, что «язык рассматривает пол, именно под углом общественной значимости этой категории, что и делает правомерным применение понятия *гендер* ко всем явлениям языка, касающимся проблемы пола. Задача, следовательно, состоит в том, чтобы выявить, какими средствами, в каких семантических областях, с какой оценкой и в каких случаях пол фиксируется в языке» [Кириллина 1999: 15,16].

Таким образом, английский термин *gender*, обозначающий грамматическую категорию рода, был перенесен из лингвистического контекста в исследовательское поле других наук, таких как социальная философия, социология, история, а также в политический дискурс. В языкознание *гендер* вернулся в новом значении несколько позднее из сферы

социальных наук, когда *гендерные исследования* получили статус междисциплинарного направления. В лингвистическом описании применение термина *гендер* позволяет исследовать более широкий круг вопросов и взглянуть по-новому на привычный феномен пола. Если категория пола (*sexsus*, англ.) значима для анализа семантики ряда лексических единиц, где пол является компонентом значения, то *гендерные исследования* в языкознании охватывают значительно более широкий круг вопросов, рассматривая конструирование мужской и женской идентичности как один из параметров говорящей личности, то есть в рамках прагматики. До этого, еще в 18 веке внимание ученых привлекли языки, в которых отсутствует категория рода, тогда категория рода стала интерпретироваться не только с позиции символично-семантической гипотезы, но и с позиции синтаксических единиц, как согласовательная категория.

Ряд ученых (Фриц Маунтер - труд «Критика языка», 1913, Эдвард Сепир - исследование индейских языков нутка и коасати, 1920-е гг., Отто Есперсон - труд «Философия языка», 1922) отмечали тот факт, что в зависимости от пола люди говорят по-разному и сам язык фиксирует фактор пола. Но собственно гендерные исследования, обусловленные ростом интереса к прагматическому аспекту языкознания, развитием социолингвистики и существенными изменениями в традиционном распределении мужских и женских ролей в обществе, развернулись с 60-х годов XX в. и позволили увидеть лингвистические факты в новом свете.

Коренной поворот в подходе к гендерным исследованиям связан с несколькими факторами. Во-первых, формируется философия постмодернизма, которая уделяет большое внимание лингвистической концепции реальности, тому, как язык фиксирует те или иные явления. Во-вторых, осознается субъективность человеческого знания. В-третьих, к середине 20 века накопилось большое количество фактов, которые были получены на материале удаленных культур, и эти факты заставили

пересмотреть свои родные европейские культуры. В-четвертых, это студенческая революция 1968 года и связанная с ней новое женское движение, новый всплеск феминизма, который тоже привел к пересмотру некоторых языковых структур.

Отметим, что среди складывающихся в это время направлений в 60-х гг. были произведены социолингвистические исследования языка и пола, был разработан феминистский подход к языку, который исходил из того, что язык не только антропоцентричен, т.е. ориентирован на человека, он андроцентричен, т.е. ориентирован на мужчин и что язык фиксирует картину мира с мужской точки зрения (работа Робин Лакофф «Язык и место женщины», 1973 г.). Складывающаяся наука лингвокультурология обратилась к исследованию гендера как культурного концепта. В рамках этого направления видна взаимосвязь языка и культуры, а также формы фиксации в языке культурно значимой информации.

Исследования в лингвистике показали, что гендерность отличает номинативную систему, лексикон, а также морфолого-синтаксическую категорию рода и ряд сходных объектов. Описание и объяснение того, как в языке манифестируется наличие людей разного пола, какие оценки приписываются мужчинам и женщинам, в каких семантических областях они наиболее распространены, - важное направление современных исследований языка. На результатах такого исследования может быть построено исследование речевого поведения мужчин и женщин, анализ стратегии и тактики в коммуникации.

1.2. Общие характеристики женской речи.

Так как женщины и мужчины принадлежат к разным социальным группам и выполняют различные социальные роли, то от них ожидаются определенные модели речевого поведения. И действительно, существует гендерная дихотомия в речевом поведении. Исследующая речевые стратегии

Дебора Таннен в своей книге «Это не то, что я имела в виду! Как стили общения создают или разрушают хорошие отношения» показала, что мужчина и женщина используют язык в различных целях: женщина относится к разговору как к важной части межличностных отношений; мужчина же, напротив, использует разговор, чтобы показать, что он контролирует ситуацию, разговор помогает ему сохранить независимость и обогатить свой статус. Причины этого, по мнению автора, лежат в коммуникативных стилях. Она выделяет две важнейшие их характеристики - вовлеченность и независимость. Мужчины более независимы, а женщины вовлечены в коммуникацию, вторичны в ней.

Различия между мужской и женской речью могут быть выявлены на разных языковых уровнях.

Фонетико-интонационные особенности мужской и женской речи.

Нам известно, что мужская и женская речь отличается по высоте тона голоса и тембру. Как отмечает в своей работе Е.И.Горошко «Особенности мужского и женского вербального поведения», есть различия в интонационном плане, громкости и длительности, даже на физическом уровне различается частота основного тона, время и интенсивность [Горошко, 1996:158]. Мак-Кеннелл Джиннет, приходит к выводу, что интонация женщин намного динамичнее мужской интонации и имеет более широкий диапазон высоты, а также имеет более частое и быстрое изменение голоса. Женщины в своей речи пользуются звуками 5 тонов (высоких и низких). У мужчин тональность более узкая (3 тона), поэтому они, как правило, говорят монотонно. Для женской фонетики характерно более выразительное участие губ (в сравнении с мужской артикуляцией тех же губных звуков). Поэтому в женской речи чаще звучат слова с мягкими согласными.

Морфологические особенности.

Яркой особенностью женской речи является использование оценочных прилагательных. Также отличительной чертой является употребление слов с опустошенной семантикой (*страшно красиво, ужасно интересно*).

В ходе эксперимента Т.Б.Крючкова установила, что женщины употребляют больше местоимений и частиц, а мужчины – имен существительных. Лингвисты Д.Гейдж и Н.Бенфорд утверждали, что мужчины используют больше существительных и глаголов, а женщины – прилагательных и наречий. А.А.Вейлерт, исследуя неподготовленные устные высказывания, обнаружил, в женской речи частое употребление глаголов и союзов, а в речи мужчин автор отметил большую встречаемость прилагательных и наречий и более частое использование абстрактных существительных [Вейлерт, 1976:138-143]. Е.И.Горошко пишет, что «интересные наблюдения были сделаны при исследовании модальности и использовании мужчинами и женщинами модальных средств в языке. Например, было отмечено, что женщины чаще используют модальные глаголы прошедшего времени. Также в женской речи чаще присутствуют вводные слова и выражения, выражающие различную степень уверенности, еще женщина делает отсылки на собственное мнение или на какое-либо другое»[Горошко, 1996:176]. Е.М. Бакушева, в своей диссертации, на примере французского языка, отмечает, что женщина чаще сопровождает свою речь эмоционально-оценочными наречиями, обращается к метафорическому значению прилагательных и часто использует образные метафоры в речи. Так как женщины больше мужчин сосредоточены на своем внутреннем мире, то отсюда в их речи больше слов, описывающих эмоции, чувства, глаголов, выражающих эмоционально-психическое состояние человека [Бакушева, 1995]. В силу повышенного эмоционального уровня у женщин более высокая встречаемость в речи эллиптических и инвертированных конструкций.

Синтаксические особенности.

О.Есперсен заметил, что мужчины и женщины строят свои предложения по-разному. Английский лингвист П.Смит, поясняя мысль О.Есперсена, утверждает, что мужчина, как правило, вводит одно предложение в другое, вкладывает их друг в друга. Женщина нанизывает одну мысль на другую; мужчинам свойственен гипотаксис, а женщинам паратаксис. В работе «Мужское и женское вербальное поведение» Е.И.Горошко пишет [Горошко 1996: 22], что «это происходит в силу того, что у мужчин нередко перед высказыванием происходит этап анализа, классификации, категоризации, что и проявляется в схеме синтаксической структуры, приводимой О.Есперсеном. В свою очередь умственный склад женщины предпочитает всяческого рода «прыжки» и пропуски, перескоки с одной мысли на другую. Они менее склонны к последовательному анализу в мышлении и предпочитают выдавать информацию как бы по частям, что и приводит к нагромождению, а иногда и сращению синтаксических структур, а также эллипсису и инверсии». Е.И.Горошко также обращает внимание, что в женской речи гораздо больше вежливых форм слов, извинений, просьб. Е.И.Горошко объясняет это тем, что женщина, в отличие от мужчины, больше стремится к корректности и вежливости в речевом поведении.

Интересные различия были выявлены при использовании обращений. Так, например, «мужские» обращения более разнообразны и в них часто присутствуют определенные физические характеристики человека, к кому обращается мужчина (напр., блондинка, грудастенькая и т.д.). Обращение только по фамилии тоже является отличительной чертой мужчин. Причем к мужчинам обращения гораздо разнообразнее, чем к женщинам, отмечает Е.И.Горошко. Но только от женщины, находящейся в близких отношениях, мужчина может услышать такие слова, как *малыш*, *дорогой*, когда как женщина может услышать такие слова в свой адрес практически от любого человека. И.Е.Горошко делает вывод, что «вообще, в обращении к женщинам

присутствует гораздо больше фамильярности и даже цинизма, чем в обращениях к мужчинам»[Горошко 1994: 160-169].

Лексические особенности.

Различиям женского и мужского словаря посвящена основная масса лингвистических исследований. О. Есперсен, заметил, что «женский словарь» по объему меньше, чем «мужской», потому что женщина пользуется устоявшимся слоем лексики, то есть теми лексическими единицами, которые чаще встречаются в речи. Мужчины же употребляют больше профессионализмов, неологизмов и архаичных форм слов. О.Есперсен считал, что мужчина более индивидуален в выборе слов. Как отмечает Е.И.Горошко, исследования, проводившиеся на русском и вьетнамском материале, подтвердили гипотезу О.Есперсена о различной организации мужского и женского словаря.

Интересный эксперимент провел В.Ястров [Горошко 1996:12]: 25 студентам и 25 студенткам было предложено записать на бумаге как можно быстрее 100 слов, но при этом не составлять из них предложения. Время написания слов ограничено. В результате было получено 5000 слов. Вот к каким выводам пришел В.Ястров:

1. Мужчины использовали гораздо больше различных слов, чем женщины.
2. Большинство слов, написанных мужчиной, относились к названию животных, а у женщины к описанию одежды, тканей, еды и способу приготовления блюд.
3. Большая часть слов, написанных женщиной, отражали их эмоции, чувства, психологическое состояние, у мужчин такого не наблюдалось.
4. Мужчины придавали большее значение акустическому звучанию слова, их слова чаще рифмовались и аллитерировались между собой.

Было замечено, что в обычном (неофициальном) разговоре женщины используют неологизмы и «модные» слова, но как только дело доходит до официального уровня, то женщина старается не употреблять их в речи, а также может и исправлять собеседника, если в его речи звучат подобные слова.

Е.И. Горошко обращает внимание, что «различия как в объеме словаря, так и в его качественном составе, обусловленные половым диморфизмом, уходят своими корнями в глубокое прошлое. Так, в древней Индии только мужчины могли говорить на санскрите, женщины же понимали его, но в обществе должны были пользоваться только панкритом».

Р.Фримен и Б.Макэлхинни приводят свои параметры «женского языка»- в дополнение уже описанным явлениям Р.Лакофф [Лакофф: 1975] в книге «Язык и место женщины»:

1. женщины употребляют хезитации (от англ. hesitation колебание) меньше, чем мужчины;
2. женская речь более вежливая, нежели мужская;
3. темы, которые обычно рассматриваются как банальные или неважные, принадлежат женской сфере общения;
4. женщины используют эмоциональные прилагательные чаще, чем мужчины;
5. женщины используют вопросительную интонацию в утвердительных предложениях, чтобы выразить неуверенность;
6. женщины чаще избегают прямых ответов на вопрос;
7. женщины используют (гипер -) правильную грамматику.

Ряд экспериментов показал, что организация словаря цветообозначений у мужчин и женщин тоже имеет различия. Словарь цветообозначений гораздо шире у женщины, потому что она использует больше специфических названий, которые являются иностранными заимствованиями. Интересный

факт, который тоже выявился в ходе исследований, женщины используют эвфемизмы и парафразы, для обозначения интимных и сексуальных сторон жизни. При изучении различий «мужских» и «женских» словоупотреблений, Е.И.Горошко обращает внимание, что женщины в речи существенно чаще используют двоянные формы прилагательных, слова с уменьшительными суффиксами, аббревиатуры и наречия со значением «приближение к чему-либо» [Горошко 1996: 15].

Если подытожить особенности, которые выделяют ученые, то мы увидим, что в лексическом плане женская речь обнаруживает большую концентрацию эмоционально оценочной лексики, а мужская лексика чаще стилистически нейтральна. В беглой речи женщины чаще употребляют отрицания и прочие «второстепенные» слова, в которые можно вложить эмоцию. Женщины используют формы превосходной степени, «ласкательные» выражения. Мужчины чаще предпочитают сленговые слова и выражения, нелитературную и ненормативную лексику, а женщины придерживаются слов с нейтральной стилистической окраской.

И.Н. Кавикина в учебном пособии «Гендерлогия» [Кавикина, электронный ресурс] предоставила ряд речевых различий, основанные на факторе гендерной принадлежности:

1. Женщинам более свойственны эмфатические речевые акты; они легче переключаются, «меняют» роли в коммуникации. Мужчины переключаются тяжелее, проявляя некоторую «психологическую глухоту» - увлекаясь обсуждаемой темой, не реагируют на реплики, с ней не связанные.

2. В качестве аргументов женщины чаще ссылаются и приводят примеры конкретных случаев из личного опыта или ближайшего окружения.

3. В мужской речи отмечаются терминологичность, стремление к точности номинаций, более сильное влияние фактора «профессия», большая,

по сравнению с женской, тенденция к использованию экспрессивных грубых средств, включая ненормативную, бранную лексику.

4. Женская речь содержит больше эмоционально оценочной лексики. Причем, для женщин характерна, прежде всего, положительная оценка, а для мужчин - нейтральная.

5. К типичным чертам женской речи авторы относят преувеличенную экспрессивность и более частое использование междометий типа «ой!», уменьшительно-ласкательных суффиксов.

6. Для женщин более типичны косвенные речевые акты; в их речи больше форм вежливости и смягчения, например, утверждений в форме вопросов.

7. В речевом поведении женщин отсутствует доминантность, они лучше умеют слушать и сосредоточиться на проблемах собеседника;

8. В целом речевое поведение женщин характеризуется как более «гуманное»

Обобщая исследования речевого поведения мужчин и женщин в конкретных коммуникативных ситуациях, можно выделить следующие гендерные характеристики в общении:

1. Коммуникативные намерения, мотивация.

Мужчина.	Женщина.
Беседа — это переговоры, из которых следует выйти победителем, утвердив свой статус в борьбе с собеседниками.	Беседа — это переговоры, во время которых следует оказывать и получать поддержку и одобрение, достигать согласие.
Успешная беседа должна носить неличный, фактологический, аргументированный и целенаправленный характер.	Успешная беседа должна быть обсуждением проблем со всеми деталями и подробностями.
Мужчиной движет стремление сохранить независимость и свободу.	Женщиной движет стремление сохранить близость и зависимость.
Мужчина устанавливает асимметрию за счёт подчеркивания статусного неравенства собеседников.	Женщина устанавливает симметрию за счёт выравнивания даже исходно различного статуса собеседников.

Цель беседы — стать центром внимания, выставить напоказ свои достижения и способности.

Цель беседы — установить связи, продемонстрировать общность и одинаковый опыт.

2.Содержание речи.

Мужчина	Женщина
Не утруждает себя обсуждением деталей.	Обсуждает каждую мелочь с партнёром.
Воспринимает сочувствие как выражение превосходства.	Воспринимает сочувствие как выражение дружеского отношения.
Не терпит ни малейшего намёка на указания или приказания, отклоняет требования других из принципа.	Охотно делает то, что от неё требуют; сама не выставляет прямых требований, а формулирует их как предложения.
Реагирует отрицательно, если ставится под сомнение неповторимость его собственного опыта.	Реагирует отрицательно в обратной ситуации: если её высказывание не подтверждается похожим опытом.
Не любит говорить о своих проблемах.	Охотно и часто говорит о своих проблемах, доверяет друзьям интимные детали.
Занимает позицию: у тебя есть проблемы, а у меня решения.	Ищет у собеседника не решение своих проблем, а сочувствие и понимание.
Неохотно говорит о мыслях и чувствах (особенно, если считает их несущественными).	Охотно говорит о мыслях и чувствах, даже мимолётных.
Никогда не говорит о страхах и сомнениях, создавая тем самым дистанцию в отношениях с собеседником.	Говорит о страхах и опасениях, стремясь избежать дистанции, которая неизбежно возникает, когда человек всё держит в себе.
Успокаивает собеседника, доказывая, что его проблемы неоправданны и несущественны.	Успокаивает собеседника, проявляя понимание к его проблемам, задавая как можно больше вопросов.
Намеренно даёт сложные (заумные) объяснения, посылая при этом метасообщение о превосходстве.	Пытается выразиться как можно более доходчиво, посылая при этом метасообщение о поддержке.
Любит рассказывать шутки на публике, т.к. считается, что тот, кто доводит людей до смеха, имеет над ними хотя бы временную	Не любит рассказывать шутки на публике.

власть.	
Аргументирует абстрактно, считая, что личный опыт не является убедительным доказательством.	Привлекает в качестве аргументов скорее личный опыт, чем абстрактные рассуждения.
Собирает общественно-значимую информацию и создаёт на её основе определённое впечатление.	Накапливает информацию на основе собственного опыта и сравнения его с опытом других.
Не любит получать информацию от других (особенно от женщин).	Пытается скрыть свою информированность (особенно от мужчин).
Считает, что восхваление в беседе собственных заслуг — это необходимость; скромность — признак слабости.	Считает, что любое зазнайство, самовосхваление в беседе недопустимы.
Самопохвала особенно необходима в беседе с новыми людьми и людьми более высокого ранга.	Самопохвала возможна лишь в узком кругу друзей.
Принимает извинения как нечто само собой разумеющееся без ответных шагов.	Кажется, что она всё время извиняется; на самом деле часто это не извинения, а проявление сочувствия.

3. Истории, которые мужчины и женщины рассказывают собеседникам.

Мужские истории.	Женские истории.
Главное действующее лицо в них — сам рассказчик.	Рассказывают в равной мере о себе и о других.
Из всех ситуаций в историях он выходит победителем.	Рассказывает в том числе о проявлениях собственной глупости.
В центре — конфликты между людьми.	В центре — нормы общежития, совместные действия людей.
Редко действующими лицами являются женщины.	Действующими лицами являются как женщины, так и мужчины.
Главное действующее лицо редко прибегает к помощи или совету других.	Главное действующее лицо достаточно часто прибегает к совету или помощи других.
Жизнь предстаёт как борьба с природой и другими людьми.	Жизнь предстаёт как борьба с опасностью быть изолированной от своего сообщества.

4. Стиль ведения беседы.

Мужчина.	Женщина.
----------	----------

Ставит под сомнение авторитет собеседника, прибегая к всевозможным выпадам и атакам в его адрес.	Не умеет парировать атаки, воспринимая их как личные нападки.
Охотно вступает в конфликты.	Считает, что конфликты следует по возможности избегать, не допускает открытой конфронтации, не пытается утвердиться ценой конфликта.
Считает, что агрессивное речевое поведение не исключает дружбы; отсутствие согласия не является угрозой дружеским отношениям.	Согласие — необходимое условие сохранения близости. За кажущимся согласием могут скрываться глубокие разногласия.
Охотнее говорит в широком кругу незнакомых людей; чувствует себя при этом комфортно.	Охотнее говорит в узком кругу близких.
Говорит языком фактов и воспринимает всё буквально.	Давая волю чувствам, прибегает к поэтической свободе, использует превосходные степени, преувеличения, метафоры и обобщения.
Прежде, чем начать говорить, про себя обдумывает всё, что было услышано, чтобы дать наиболее точный ответ. Сначала формулирует свой ответ внутри, затем высказывает его.	Думает вслух, демонстрируя свой внутренний «процесс открытый» собеседнику. Лишь в процессе речи обнаруживает, что точно она хочет сказать. Выражение мыслей в свободной ассоциации обеспечивает доступ к интуиции.
Почувствовав вызов, автоматически переключается на жёсткий тон, не замечая при этом своей бесцеремонности и грубости.	Почувствовав вызов, переходит на недоверчивый и отрицательный тон.
В смешанных дискуссионных группах мужчины говорят больше чем женщины.	Если даже мужчины и женщины говорят одинаково, у всех создаётся впечатление, что женщины говорят больше.
Первым задаёт вопрос во время дискуссии; его вопросы более часты, пространны, содержат разного рода пояснения, ссылки, отступления. Часто задаёт некорректные вызывающие вопросы.	Обычно задаёт приятные, корректные вопросы.
Любит блеснуть красивым, нестандартным изречением, чтобы привлечь к себе внимание.	Внимание направлено не на форму, а на содержание.
Высказывает категоричные суждения.	Избегает категоричных суждений.
Часто берёт на себя роль ментора, превращая беседу в лекцию.	Старается скорее скрыть свою компетентность, чтобы не обидеть собеседника.
Активно определяет ход дискуссии, её начало и окончание, смену темы.	Характерно скорее реактивное поведение.
Не даёт практически никаких минимальных реакций (сигналов обратной связи).	Часто даёт минимальные реакции.
Скорее ставит высказывание собеседника под сомнение, чем выражает согласие.	Преобладает одобрительная реакция; реагирует более положительно и

	воодушевлённо.
Придерживается соревновательной (конкурентной) тактики ведения беседы, которая скорее служит цели взять слово, а не слушать собеседника.	Старается поощрить собеседника к продолжению высказывания, подчеркнуть общность позиций.
Расценивает минимальные сигналы реципиента иначе, чем женщина. «Да» означает согласие с собеседником.	«Да» означает «я тебя слушаю».
Ожидает, что его будут слушать спокойно и внимательно.	Ожидает активного интереса, поддержки.
Воспринимает сигналы обратной связи женщины как выражение её болтливости и помеху беседе.	Воспринимает отсутствие сигналов обратной связи как свидетельство того, что её не слушают.
Считает, что в беседе должен говорить один, а остальные, молча слушать.	Предпочитает беседу, где несколько участников говорят одновременно.
Одобрительные комментарии женщины рассматривает как перебивы, попытки контролировать беседу.	Часто говорит в «перехлестной» манере, не преследуя при этом цель перебить собеседника.
Считает, что если человеку есть что сказать, он сумеет взять слово.	Ждёт, когда ей дадут слово, не берёт его сама.
Редко использует вопросительные конструкции и вопросительную интонацию.	Часто использует хвостовые вопросы и другие средства, смягчающие категоричность высказывания.

1.3. Языковые средства выражения гендерной картины мира.

Все чаще исследователи языка обращаются к понятию гендерная (мужская, женская) картина мира. Языковая картина мира - это отражение в языке способа видения мира или по-другому, концептуализация действительности. Это понятие восходит с одной стороны к учению В. Гумбольдта, а с другой стороны к гипотезе лингвистической относительности Сепира - Уорфа. На сегодняшний день исследования языковой картины мира очень популярны, в частности это связано с работами австралийской лингвистки Анны Вежбитской, которая написала исследования о языковой картине мира в разных языках (английском, русском, немецком, аборигенских языках Австралии). Любой язык естественным образом представляет мир. Язык выбирает в качестве ключевых понятий некоторые признаки ситуации, которые необходимо

учесть для того, чтобы выбрать нужное слово - это есть то, что понимается под языковой картиной мира. В Московской семантической школе идея картины мира положена в основу принципа системности описания. Это делается для того, чтобы системно описывать слова и реконструировать тот фрагмент языковой картины мира, который стоит за этими употреблениями.

Человек привыкает к той картине, которая дается вместе с его родным языком, в этом случае человеку сложно представить, что в других языках совсем другие представления о данном фрагменте. Например, в русском языке различаются цвета *синий* и *голубой*, но в английском языке они не различаются [Левотина 2000: 271-289]. Самое важное в языковой картине мира не то, что в ней декларируется, а то, что скрыто в подтексте и принимается всеми носителями языка как данность.

Гендерная картина мира признает наличие в любой культуре двух начал: мужского и женского, т.е. включает в себя понятия *мужественности* и *женственности*. *Мужественность* - это совокупность качеств, ролей и характеристик, свойственных мужскому полу в целом. *Женственность* можно описать как совокупность характеристик ролей и качеств, свойственных женскому полу. «Сама номинация, “*мужественность*» и “*женственность*” базируется на телесной метафоре и возводится к наличию двух полов в природе. Поэтому исследование *мужественности* и *женственности* неразрывно связано с изучением мужского и женского поведения: метафорическая номинация в силу своей семантической двойственности оказывает влияние на реальных мужчин и женщин», как пишет А.В. Кириллина в работе «Гендер: лингвистические аспекты» [Кириллина 1999: 68].

Проводя сравнительный анализ *женских* и *мужских картин мира* на лексическом, грамматическом и стилистическом уровнях, следует отметить, что типичные дифференциальные признаки *женских языковых картин мира*

значительно превосходят типичные дифференциальные признаки *мужских языковых картин мира* по количеству.

Гендерный код является одним из наиболее значимых компонентов национальной картины мира, который характеризуется набором целого ряда функций. Одной из функций является обмен оценочными суждениями, способствующий формированию и закреплению в общественном сознании социальных и духовных ценностей. Гендерная картина мира воспроизводит ценностное отношение к социокультурным особенностям полов, служащее основной оценке положения мужчины и женщины в мире. Изучению гендерной картины мира в лингвистической и философской науке посвящены работы Т.Г.Поповой. По мнению Поповой, в картине мира могут быть выделены следующие гендерные стереотипы [Попова 2007: 45]:

1. Гендерные стереотипы мужественности: логичность, власть, порядок, независимость, индивидуальность, инструментальность (сознательность), сила Я, импульсивность, активность, непостоянство, неверность.

2. Гендерные стереотипы женственности: интуитивность, абстрактность, подчинение, хаос, близость, коллективность, экспрессивность, бессознательность, слабость Я, статичность, пассивность, постоянство, верность.

По данным исследования А.В. Кириллиной, в женской картине мира выделяются следующие семантические области [Кириллина, 1999: 87]:

1. Замужество
2. Родственные отношения
3. Материнство, деторождение и воспитание
4. Любовь и привязанность
5. Типичная деятельность и самоощущение

6. Появление своей воли

7. Область, названная А.В. Кириллиной псевдоженским голосом, или имитацией женской речи, которая, по сути, также отражает андроцентричность языка и стереотипные представления женщины как существа нерационального, нелепого, недальновидного и в общем неполноценного.

А.В. Кириллина отмечает, что в группах 1-6 просматриваются соответствия общим представлениям женской речи: отнесенность к эмоциональной сфере, частые употребления уменьшительных форм. В подгруппе «любовь и привязанность» констатируется абсолютная необходимость наличия любимого человека [Кириллина 1999:88]. На взгляд А.В. Кириллиной, картина мира, отражаемая женским языковым «Я» передает не природные, имманентные женщине области действительности, а показывает, в каких сферах общественной жизни и социальных институтах участие женщины допускалось в какой-то степени. После сопоставления русского языкового материала с немецким, А.В. Кириллина, делая вывод, отмечает [Кириллина 1999: 107]:

1. В русском сознании образ женщины имеет более положительную оценку, чем образ мужчины.

2. Русские мужчины высоко ценят личные качества женщин, давая им развернутую характеристику.

3. Сексуальные аспекты отношения полов выражены слабо, преобладают оценки нравственные.

4. Русские женщины более критичны к русским мужчинам, а не наоборот. В ходе эксперимента был выявлен интересный факт, что мужчины оценивают себя выше, чем их оценивают женщины, однако ниже, чем они сами характеризуют женщин.

Не ставя перед собой задачу описания женской картины мира, мы в анализе семантической организации «женской» лексики так или иначе затрагиваем отдельные участки женской языковой картины мира. Опираясь на данные активного лексического запаса современной женщины, мы пытаемся проследить особенности словаря современной женщины и вместе с тем - особенности отдельных фрагментов женской языковой картины мира. Формирует входящие в языковую картину мира семантические поля лексика таких лексико-семантических групп, как названия косметики, предметов моды, украшений и пр. В нашем исследовании на основании семантического анализа этой гендерно ориентированной лексики производится реконструкция одного из фрагментов системы знаний и представлений современной женщины. Учитывая, что выявленный словарь во многом представляет собой сравнительно новое для русской языковой культуры явление, а формирующие отмеченные группы слова являются по большей части заимствованиями, считаем, что по ним сложно выявить национально-культурную информацию, которая обычно и исследуется при анализе той или иной картины мира. Не ставя задачи описания сугубо женских представлений о мире, мы исследуем семантические и стилистические особенности гендерно ориентированной лексики. Использование в речи выявленных в женском словаре лексико-семантических группы слов сугубо (или в основном) женского использования может быть рассмотрено как проявление женских языковых стереотипов. Исследованная лексика может быть рассмотрена как отражение в языке качеств, атрибутов и (отчасти) нормы поведения представителей женского пола.

ГЛАВА II. Специфика словаря современной русской женской речи

Лексико-семантические группы представляют фрагменты языковой картины мира (в нашем случае женщины). Ряд исследователей считает ЛСГ не просто одним из способов систематизации лексического состава языка, но и единицами описания языковой картины мира, ее компонентами. Лексико-семантическая группа – это группа слов, тесно связанных между собой по смыслу, объединяемых наличием общей категориально - родовой семы (архисемы) и общностью частеречной отнесенности. Например, в ЛСГ «Одежда» будут входить общие (родовые) названия и названия видовые.

Структура лексико-семантической группы предполагает наличие у входящих в нее слов архисемы (слова-доминанты), обладающей общим значением для всех слов группы. Внутри поля представлены объединения слов по родо-видовым, синонимическим и вариантным отношениям, содержащих дифференцирующие признаки архисемы.

В данной главе мы рассмотрим наполненность отдельных лексико-семантических групп, связанных с преимущественно женской культурой (мода, косметика, парфюмерия). Нами предпринимается попытка анализа системных связей входящих в эти группы слов, анализа источников пополнения женского словаря.

При выявлении сугубо женской лексики нами была предпринята попытка проверки зафиксированных в женской речи слов на знание их значений мужчинами. Из 163 слов картотеки было выбрано 50 слов из разных ЛСГ. Наименования в опросе были расположены в соответствии с ЛСГ. Молодым мужчинам (10 человек), имеющим разное образование и разные сферы деятельности было предложено отметить один из вариантов: а) знают значение слова (в этом случае указать это значение); б) не знают значение; в) знают слово, но не знают значение.

Опрос показал, что больше всего наименований мужчины знают из ЛСГ «Косметика» (6 слов из 13 предложенных в этой ЛСГ), возможно, это связано с активной рекламой косметических средств и линии ухода. Совершенно не знают значения у 5 наименований, а 2 наименования оказались знакомыми на слух, но их значение мужчины не сформулировали. Результат опроса по ЛСГ «Уход за ногтями» показал, что мужчины из 6 предложенных слов не знают половину (о двух наименованиях, «заусенки» и «гель-лак», мужчины имели хорошее представление). В ЛСГ «Уход за волосами» получились следующие результаты: из 8 слов, опрошенные дали верное значение 4 наименованиям («кудряшки», «култышка», «выпрямлялка» и «прича»); очевидно, знание значений этих слов объясняется частым употреблением их в женской речи). В ЛСГ «Одежда» мужчины имели представление о 4 наименованиях из 10, 4 наименования они не знали и 2 наименования слышали в речи, но значения не дали. ЛСГ «Украшения и аксессуары» оказалась для мужчин самой мало изученной, из 7 наименований они не знали 5 значений. Такой результат объясняется тем, что аксессуаров и украшений большое разнообразие и мужчинам, конечно, в первую очередь, совсем сложно вникать в данную область. И если учесть, что количество наименований растет, то у мужчин нет шанса познать значение слов из этой лексико-семантической группы. ЛСГ «Обувь» показала, что эта область тоже совсем не «освоена» мужчинами. Из 9 наименований женской обуви мужчины назвали точное значение у 2 слов («балетки» и «шпильки» - потому что это очень распространенные наименования обуви). Данные наблюдения показывают, что современная женщина отражает «специальное» знание в особом женском лексиконе, а мужчины в составляющих женскую красоту и внешний вид ориентируются крайне слабо.

2.1. Лексико-семантическое расслоение лексики женской речи

Одно из специфически женских проявлений современной повседневной культуры – косметика. Косметика, предназначенная для того, чтобы скрыть природные дефекты, подчеркнуть достоинства, помогает женщинам добиться успеха. Интерес к данной лексико-семантической группе вызван самой сущностью женщины, поскольку женщины испокон веков старались приукрасить себя: заплетали волосы в прически, одевались в замысловатые наряды и, конечно, наносили макияж. Искусство макияжа уходит корнями в глубокую древность. Красавицы Египта подводили глаза сурьмой, выкрашивали веки в бирюзовый цвет (такие тени делались из смеси свинцовой руды и меди), на губы и щеки наносились румяна из красной глины, ногти на руках подкрашивались хной. Гречанки выбеливали лица с помощью толстого слоя пудры, которую делали из свинца. Римляне часто отбеливали волосы специальными красками, а галлы наоборот выкрашивали в красный цвет. Такой макияж часто портил естественную красоту женщины: пудра из свинца, использовавшаяся вплоть до конца XVIII века, разрушала кожу, отбеливающие крема на основе ртути, просуществовавшие до начала XX века, отравляли организм. Дамы закапывали себе в глаза белладонну, чтобы увеличить зрачки и сделать глаза более томными, доводя себя до слепоты этим ядовитым растением.

Для формирования ЛСГ «Косметика»нами было отобрано 22 наименования.

ЛСГ «Косметика»содержит архисему «Декоративная косметика»и ядро поля: *база* (средство кремовой текстуры для выравнивания кожи и заполнения мелких морщинок), *блеск* (жидкая помада для губ), *бронзер* или «*загарник*»(минеральная пудра с оттенком загара), *гигеничка* (гигиеническая помада), *декоративка* (декоративная косметика), *консилер* или *корректор* (маскирующее средство, скрывающее мелкие недостатки на лице), *косметичка* (небольшая сумочка для предметов косметики), *подводка*

(средство, позволяющее сделать глаза более выразительными), *лайнер* или *фломастер* (вид подводки, внешне подводка выглядит как фломастер с тонким фетровым грифелем), *крем* (мягкая косметическая смесь жиров с веществами, питающими кожу); *мейкап*, *мейк* или *макияж* (искусство оформления лица с помощью косметических средств - красок, кремов, теней, а также само такое оформление), *пудра* (косметическое средство в виде мягкого душистого порошка, прессованной или жидкой массы для нанесения на кожу лица); *«растишка»*(бесцветная тушь для роста ресниц), *румяна* (косметическая краска розового или алого цвета для наведения румянца), *тушь*, *супертушь* (косметическое средство для подкрашивания ресниц), *тональный крем* или *тоналка*, *тонак*, *тональник*, *тон* (крем, придающий или имеющий определённый оттенок цвета, тон, тональность), *тени для век* (оттеняющие косметические краски для лица, век).

Исследуя семантику слов ЛСГ «Косметика», выделенные гипосемы можно распределить на следующие подгруппы:

1. Декоративные средства – база, тональный крем, консилер, тени, подводка, тушь, пудра, румяна, блеск.

2. Ежедневные средства пользования - гигиеническая помада, крем, «растишка»(средство для роста ресниц). Основание для выявления системных связей слов представляют их коннотативные значения (лат. *cum/son* - вместе + *notare* - отмечать), т. е. те добавочные значения, которые отражают оценку соответствующих понятий – положительную или отрицательную. По этому признаку можно объединить, например, слова книжной окрашенности: *лайнер*, *супертушь*, *консилер*, *мейкап*, *бронзер*; слова сниженные, ироничные: *«растишка»*, *«загарник»*, стилистически нейтральные названия: *база*, *блеск*, *корректор*, *косметичка*, *подводка*, *пудра*, *тон*, *тени*, *крем*, *макияж*; слова повышенной эмоциональности, представляющие варианты нейтральных названий: *кремик*, *тоналка*, *тонак*, *румяшки*, *декоративка*, *гигеничка*, *макияжик*, *мейк*.

К метафоризации в данной группе можно отнести *блеск* для губ, это косметический продукт, придающий губам блеск и едва различимый цвет, в данном случае это метафора по цвету. Синонимами в группе являются слова: *база - основа, блеск - помада, загарник - бронзер, лайнер - подводка*. В качестве вариантов выступают слова: *тон - тоналка- тональник - тонак; макияж- макияжик, мейкап- мейк; крем-кремик*.

Следующая ЛСГ, которая близка к предыдущей группе, называется «Уход за лицом и телом». В каждом историческом периоде существовал свой идеал женской красоты. В Древнем Китае ценилась выбеленная кожа, в античности – худоба, а в период эпохи Возрождения красивой могла назваться только женщина, имеющая пышные формы. Однако всегда основным критерием привлекательности являлась здоровая и гладкая кожа лица и тела. Когда-то, ухаживая за собой, женщины принимали молочные ванны, изготавливали настои из трав и цветов, а также использовали практически все дары природы для создания косметических масок и кремов. Если провести опрос среди мужчин, спросив у них, какой они видят привлекательную девушку, вряд ли кто-то будет описывать цвет волос, форму носа, размер ступни и другие параметры внешности, однако большинство из опрошенных уверенно скажут, что женская привлекательность заключается в ухоженности и здоровье. И современным девушкам доступно масса средств, помогающих достигнуть этих критериев.

Для формирования ЛСГ «Уход за лицом и телом» было отобрано 13 наименований. *Депиляция* (удаление волос с лечебными или косметическими целями), *эпиляция* (медицинская или косметическая процедура искусственного удаления волос, путем выдергивания, рентгеновского облучения, применения специального пластыря и др.), *дезодорант* (гигиеническое средство, поглощающее неприятные запахи тела), *маска* (в косметике - содержащие различные вещества составы, наносимые на кожу лица и шеи для лечения и ухода), *пилинг* (чистка кожи лица; косметические

средства для такой чистки), *скраб* (косметическое средство для снятия омертвевших клеток кожи), *СПА* (комплекс процедур на основе взаимодействия с водой), *спонжик* (мягкая губка для умывания, может быть изготовлена из целлюлозы, растений или морской губки), *тоник* (тонизирующее косметическое средство в виде крема, лосьона и др.) *лосьон* (косметическое гигиеническое средство - очищающая жидкость для ухода за кожей), *гель* (косметическое средство желеобразной консистенции по уходу за кожей), *молочко* (очищающее косметическое средство, текстурой напоминающее легкий крем), *шугаринг* (способ эпиляции, выполняемый с помощью густой сахарной пасты).

В группе выделяется несколько подгрупп названий:

1. Средства ежедневного ухода - дезодорант, тоник, лосьон, молочко, гель, спонжик (мягкая губка для умывания).
2. Средства, используемые реже, в зависимости от типа кожи - скраб, маска.
3. Процедуры по уходу – эпиляция, депиляция, шугаринг, пилинг, СПА.

Исследуя ЛСГ «Уход за лицом и телом» следует выделить синонимические ряды: *эпиляции* - *депиляция*; *лосьон* - *молочко*. Вариативность отражают слова: дезодорант - *дейзик*; скаб - *скрабик*; спонж - *спонжик*. В эту группу входит аббревиатура *СПА*, что в переводе с латинского языка означает «здоровье через воду», эта целый комплекс различных процедур на основе взаимодействия с водой, направленных на улучшение здоровья и внешнего вида. Метафоризация по цвету и ощущению представлена словом *молочко* – лосьон легкой кремовой текстуры белого цвета.

К нейтральной лексике в данной группе можно отнести слова: *эпиляция*, *депиляция*, *дезодорант*, *маска*, *пилинг*, *скраб*, *СПА*, *спонж*, *тоник*, *шугаринг*. К эмоционально окрашенным, имеющим уменьшительно-ласкательное значение следует отнести слова: *спонжик*, *скрабик*, *дейзик*.

Средства, смягчающие кожу, такие как *лосьон*, *молочко*, для экономии речевых средств девушки называют *увлажнитель* – слово с нейтральной окраской. Средства для умывания, такие как гель или молочко, называют *умывалка* – разговорный суффикс *-к-* свидетельствует о неформальности названия.

Как мы видим, в данной группе, помимо названий, используемых для ухода за собой средств, активно представлены и названия специальных процедур.

По объемности номинаций в качестве самостоятельной может быть выделена лексико-семантическая группа «Уход за волосами». Красивые длинные или короткие волосы всегда были предметом восхищения и в некоторой степени почитания. Поэтому во все времена уход за волосами был важен для женщин. В каждой культуре и стране были придуманы свои средства по уходу за волосами. Но на протяжении жизни у многих эпох и культур всегда были рецепты, которые передавались от матери к дочери или просто среди женщин. Эти средства появились очень давно, и их корни уже потеряны, но о некоторых все же известно. В лексико-семантическую группу «Уход за волосами» входят 21 наименований. Для них в качестве архисемы выделяется «волосы». Дифференциальные семы обозначают волнистость волос, их качество, тип укладки: *волнушки* (легкие волнистые волосы), *водопад* (прическа получила свое название за счет локонов, которые ниспадают и создают эффект водопада), *выпрямлялка* или *утюжок* (парикмахерский инструмент, используемый для укладки волос, в данном случае, выпрямления волос), *завитушки* (завитые на плойку или бигуди волосы), *карвинг* (долговременная завивка), *каскад* (многоступенчатая стрижка), *колосок* (название разновидности французской косы), *кондиционер* или *бальзам-опаласкиватель* (вид бальзама для волос, облегчающий их расчесывание и укладку), *кудряшки* (кудрявые волосы), *култышка* (закрученные в тугий узел волосы на затылке), *ламинирование*

(покрытие волоса бесцветным или цветным составом «пленкой»), *лесенка* (многоступенчатая стрижка), *маска* (косметическое средство, используемое для укрепления, питания и увлажнения волос), *пенка* (средство для укладки), *плойка* (парикмахерский инструмент для укладки и завивки волос), *прича* или *прическа* (это форма, придаваемая волосам стрижкой, завивкой, укладкой и филировкой), *секушки* (секущиеся кончики волос), *укладка* или *укладочка* (вид или способ прически), *рыбка* (название разновидности косы), *фен* (электрический прибор для сушки и укладки волос струёй нагретого воздуха).

Исследуя семантику слов в ЛСГ «уход за волосами», выделенные гипосемы можно распределить на следующие подгруппы:

1. Укладка – волнушки, завитушки, кудряшки, карвинг.
2. Стрижка - водопад, лесенка.
3. Прическа - култышка, рыбка, колосок.
4. Электроприборы для укладки волос - плойка, утюжок, фен.
5. Процедуры по уходу – ламинирование.
6. Средства для ухода за волосами - маска, кондей (кондиционер), бальзам, ополаскиватель.

В данной группе широко представлены ряды синонимов: *волнушки-завитушки* - *кудряшки*; *водопад* - *каскад* (стрижки); *плойка* - *завивалка*; *утюжок* - *выпрямлялка*; и ряды вариантов: *выпрямлялка*, *выпрямитель* (утюжок); *завитушки*, *завитухи*; *кудряшки*, *кудряхи*, *кудряши*; *култыха*, *култышка*; *укладка*, *укладочка*. Метафоризм по форме выражен словами: *колосок*, *рыбка*, *водопад*, *каскад*, *лесенка*.

Стилистически нейтральны названий *кондиционер*, *бальзам*, *маска*, *пенка*, *плойка*, *укладка*, *утюжок*, *фен*. Слова повышенной эмоциональности:

волнушки, выпрямлялка, завитушки, завитухи, кудряшки, кудряхи, кудряши, култыха, прича, секушки, укладочка, кондей. Слова, вошедшие в речь из профессиональной сферы парикмахеров: *ламинирование, карвинг.*

В данной группе, помимо названий средств ухода, процедур, появляются такие идеографические ряды, как предназначенные для ухода за волосами инструменты, названия причесок.

Еще одна ЛСГ, близкая к охарактеризованным выше, - «Уход за ногтями». Первые записи о маникюре исторические источники относят к Древнему Египту. Древнейшая из цивилизаций оставила в память о себе не только знаменитые пирамиды, но и косметические знания — уход за внешним видом регламентировался в этой стране довольно подробно, а маникюр служил средством социальной идентификации классов в обществе. За две тысячи лет до нашей эры уже были известны и способы окраски ногтей, и варианты их украшения. Египетская царица Клеопатра даже подготовила специальный справочник по косметике. Он содержал рецепты косметических процедур, таких как окраска волос, приготовление благовоний и, в том числе, маникюра и педикюра. Например, знатные египтянки красили ногти зеленой краской, а золотой цвет был зарезервирован за семьей фараона. В китайской культуре длинные ногти были символом мудрости и умения общаться с божествами, поэтому отращиванием ногтей там занимались не женщины, а мудрецы и монахи. Позволить себе носить длинные ногти мог далеко не каждый человек, а только знатный и богатый, который не был обременен бытовыми работами. В Древней Греции в обществе уже появились люди особой профессии, которая называлась «кос-мет». К ним обращались женщины с просьбами скрыть недостатки внешности при помощи грима. Косметы занимались и украшением ногтей. В столице современного косметического мира, во Франции, первая косметика появилась во времена Екатерины Медичи. А с 1566 года придворный этикет уже требовал появляться в королевском дворце

только с накрашенным лицом и белокурыми завитыми волосами. Однако, ногтям долгое время не уделяли должного внимания — виной всему религия и суеверия. Женщин с длинными ногтями часто обвиняли в колдовстве, поэтому дамы предпочитали стричь ногти коротко альтернативе сжигания на костре. Единственное, что позволяли себе средневековые дамы — это полировку ногтей специальной дощечкой с замшей до зеркального блеска. Также в старинных лекарственных рецептах упоминалось такое средство для укрепления ногтей как лимонный сок. Примерно с XVI века Франция начинает играть ведущую роль в производстве косметических средств, она становится законодательницей мод и далеко не случайно, что именно при дворе короля Людовика появились первые маникюрные инструменты и зародился маникюр как процедура ухода за ногтями.

Лексико-семантическая группа «Уход за ногтями» включает в себя 7 наименований. Структура группы предполагает наличие архисемы «маникюр» и объединения слов, содержащих дифференцированные признаки архисемы: *биогель* или *гель-лак* (гибрид лака и геля для покрытия ногтей), *шилак* (название гель-лака), *френч* (французский маникюр), *ноготки* или *ногти*, *заусенки* или *заусенец*, *маник* или *маникюрчик*.

В данной незначительной по объему группе также очевидны связи входящих в нее слов. Синонимический ряд представлен лексемами *биогель*, *гель-лак*, *шилак*. Вариативность демонстрируют формы *маникюр*, *маникюрчик*, *маник* (используемая в последнем случае усеченная форма каламбурно сближена с названием кондитерского изделия). Профессиональная лексика: *биогель*, *гель-лак*, *шилак*. Заимствование *френч* (французский маникюр) указывает на то, что данного вида маникюр появился в Париже (в восемнадцатом веке). Характерное для него сочетание белых кончиков ногтей с розовым цветом остальной ногтевой пластины стало популярным при французском дворе. Спустя много лет он

возродился в 20-х и 30-х годах прошлого века. Слова повышенной эмоциональности: *маникюрчик, маникюр, noktочки, заусенки*.

Следующая лексико-семантическая группа, которую мы рассмотрим, называется «Украшения и аксессуары». Эта группа достаточно разнообразна, потому что женщины во все времена по-особенному относились к миру красоты. Можно смело утверждать, что украшения представляют собой ту изюминку, которая дает возможность подчеркнуть неповторимость и индивидуальность каждой женщины. К примеру, каждая уважающая себя индийская женщина для полного убранства должна быть обладательницей шестнадцати видов украшений, каждый из которых гармонично дополняет внешний вид женщины и должен соответствовать какому-то достоинству, которым обладает его хозяйка, а также выступает переплетением определенных символических форм образов. На Древней Руси женщины украшали себя бусами, серьгами и кольцами. На одежде всегда можно было увидеть разные символические вышивки, которые являлись оберегами от сглаза, порчи и других напастей. В 14-15 веках самым распространенным украшением являлось височное украшение в виде колец. В 16 веке большой популярностью начали пользоваться серьги. Тогда же и появились первые мастера - сережечники, которые отличались от всех остальных по серьге в одном ухе. В те времена также пользовались популярностью кольца и различные нагрудные украшения. Таким образом, мы видим, что женские украшения, относятся к одной из основных составляющих образа современной женщины.

В ЛСГ «украшения и аксессуары» входят 21 наименование: *бижутерия* (женские украшения из недорогих камней и металлов), *побрякушки* (побрякивающее недорогое украшение); *позолотки* (любые позолоченные украшения), «*камушки*» (украшения с драгоценными камнями), *гвоздики* или *пусеты* (серьги, созданные по типу «гвоздика»), *сережки* (украшение, носимое в ушах, в которых для этого прокалываются специальные

отверстия), *каффы* (украшение для ушей, которое позволяет украсить не только мочку, но и другие части уха, а также висок, шею и волосы), *фенечка* или *фенька* (браслет ручной работы из бисера, кожи, шнурков, лент или ниток), *«Пандора»* (название фирмы ювелирных украшений), *шармик* (ювелирная подвеска фирмы «Пандора», металлическая или стеклянная бусина, нанизанная на браслет или прикрепляемая к нему с помощью цепочек и крохотных карабинчиков), *подвеска* (подвешенное украшение), *колье* (шейное украшение с подвесками спереди), *«воротничок»* (ожерелье в форме воротничка), *ободок* (украшение для волос, которое удерживает прическу), *«солоха»* (повязка для волос, состоящая из ткани и проволоки, которая позволяет не завязывать бант, а просто скручивать концы), *клатч* (маленькая элегантная сумочка-конверт, у клатча может быть маленькая ручка, не ремешок, но обычно его носят под мышкой или обхватив ладонью), *купюрница* (кошелек), *«мешок»* (сумка из кожи, замши или текстиля, с круглым или овальным дном, сверху сумка стягивается шнурком или застегивается на клепки или молнию, в результате чего она и приобретает форму мешка), *митенки* (полуперчатки, закрывающие кисть до пальцев). В группе также можно выделить несколько подгрупп:

1. Украшения: гвоздики, пусеты, сережки, кафы, фенечка, «пандора», шармик, «воротничок», подвеска, колье.
2. Аксессуары: клатч, купюрница, «мешок», ободок, «солоха», шнурок.

Синонимия в этой группе представлена такими словами как бижутерия - побрякушки; пусеты - гвоздики. Ряды вариантов более широки: фенечка – фенька - феня; клатч - клач; сережки - серьги; подвеска - подвесочка, побрякушки - побрякушечки. Метафоризация по форме выражена лексемами: гвоздики (маленькие сережки, созданные по типу «гвоздика», были изобретены ювелирами еще в начале 20 века, ювелиры этот тип сережек называют пуссетами); «мешок»- это мягкая сумочка, сшитая из кожи, замши или текстиля, с круглым или овальным дном. Сверху такая сумка стягивается

шнурком или застегивается на клепки или молнию, в результате чего она и приобретает форму мешка. По сути, она является аналогом знаменитого ридикюля, который был популярен в 19 веке. Тогда это были маленькие мешочки из ткани, которые дамы носили на руке, они выполнялись из дорогих тканей и украшались вышивкой.

На сегодняшний день необычным и модным аксессуаром является повязка на голову, которая имеет название «солоха». Солохой называют повязку из полосочки ткани, завязанную узлом с характерными торчащими краями-уголками. Свое название, в честь знаменитой гоголевской героини повязка «солоха» получила только у нас. Но произошла небольшая ошибка – та самая Солоха носила не повязку, а платок, полностью прикрывающий прическу. Ассоциация же возникла благодаря характерному способу завязывания – спереди надо лбом, с задорными «рожками». Вообще подобный аксессуар не имеет прямого отношения к украинской этнике и был придуман в Америке – в годы расцвета стиля пин-ап.

Эмоционально-экспрессивная лексика в данной группе выражена словами: *побрякушки, побрякушечки* (бижутерия), *подвесочка, позолотки* (любые позолоченные украшения), *фенька, «солоха»*. Нейтральную характеристику имеют слова: *бижутерия, клатч, митенки, пуссеты, подвеска, колье*.

Следующая ЛСГ имеет название «Одежда». Это достаточно широкая и важная область, на которую женщины и девушки обращают немало внимания. Так как одежда выполняет эстетическую функцию, для женского пола одежда представляет особый интерес. Современный стиль одежды для девушек подразумевает образ, позволяющий раскрыть свою индивидуальность. Поэтому в эту группу мы включили слова, которые наиболее ярко отражают предпочтения современных девушек.

В ЛСГ «Одежда»мы отобрали 25 наименования, которые следует разделить на несколько подгрупп:

1. Стиль, образ: *лук* (от англ. Look, образ или комплект одежды), *фамели лук* (от англ. Family look, что значит «семейный образ», единый стиль для всей семьи), *глам* (стиль одежды, который сочетает яркость, сочность с легкостью и нежностью), *нью-лук* (элегантный, романтический стиль), *спорт-шик* (стиль одежды, который сочетает в себе удобство спортивного стиля и красоту и шик), *принты* (различные изображения или надписи на одежде).

2. Одежда и предметы надеваемая на верхнюю часть тела: *кофтанчик* или кофта, *болеро* (укороченный жакет), *майка-алкоголичка* (трикотажная нижняя рубашка без рукавов и воротника), *поло* (рубашка с короткими рукавами и отложенным воротником «в резинку», застегивающаяся на 2-3 пуговицы; *топ* (легкая короткая блузка простой формы на бретельках), *туника* (удлиненная кофта), *свитшот* или *кенгуруха* (легкая толстовка), *шарф-снуд* или *труба*, *хомут* (тканая или вязаная полоса, часто с бахромой, кистями, повязываемая вокруг шеи, на голову или надеваемая на плечи).

3. Одежда, покрывающая нижнюю часть туловища и ноги (каждую в отдельности): *багги* (джинсы свободного кроя), *джегенсы* (леггинсы изготовленные из джинсовой стрейчевой ткани, напоминающие джинсовые лосины), *легенсы* (разновидность штанов обтягивающего фасона), *юбка-пачка*, *мини*, *миди*, *макси* (пышная юбка; коротенькая юбка; юбка до колена и чуть ниже; юбка длинной до пят).

4. Верхняя одежда: «*косуха*»(короткая кожаная куртка с зауженной талией и молнией наискосок), *тренч* или *тренкот* (легкий двубортный плащ с погонами и отложенным воротником, поясом и разрезом сзади).

Синонимические ряды в данной группе представляют слова: *джегенсы* – *легенсы* - *лосины*; *снуд* – *труба* - *хомут*. Варианты: кофта - *кофтанчик*. К

образным названиям, метафорам по назначению принадлежит слово *кенгуруха* толстовка со сплошным карманом посередине.

К нейтральной лексике относятся слова: *багги, болеро, легенсы, джегенсы, кофта, поло, топ, туника, юбка-мини, миди, макси*. К словам повышенной эмоциональности : *глам, лук, фамилии лук, спорт-шик, нью-лук, майка-алкоголичка, тренч, кенгуруха, снуд, труба, хомут, «косуха», кофтанчик, юбка-пачка*. Экспрессивность создается либо словообразовательными средствами (уменьшительные суффиксы, усечение), либо метафорически. Так, название майки *алкоголичка*, вероятно, связано с тем, что такая повседневная майка-безрукавка свободного покроя раньше была почти неизменным атрибутом любителей выпить.

При рассмотрении ЛСГ «Обувь»мы обращались только к наиболее частым в речи наименованиям. История обуви насчитывает тысячи лет. Основное её предназначение - это защита ноги от влаги, грязи и действия экстремальных температур, а также от механических повреждений. До XXв. количество разновидностей обуви было небольшим. Все изменилось с появлением массового производства и с изобретением всё новых и новых материалов. Середина XXв., наверное, стала одним из самых динамичных периодов развития обувной промышленности. И сейчас мы можем наблюдать огромное разнообразие, как типов обуви, так и материалов, из которых она сделана, а также расцветок и различных декоративных элементов. В этой группе мы постарался описать одни из самых популярных разновидностей обуви. Мы не стали касаться профессиональной обуви и обуви спортивной. ЛСГ «Обувь»содержит 18 наименований. Слово *балетки* (классическая модель женских туфель с небольшим каблуком или без него) в английском языке называется *ballerinas* из-за сходства с профессиональной обувью балерин пуантами. Название *босоножки* (вариант *босоноги*) обозначает открытую женскую обувь, которую можно носить на босую ногу с каблуком разного размера. *Ботильоны* (женская обувь, представляющая собой средний

вариант между туфлями и сапогами, закрывающая только лодыжку, в английском варианте называется Ankle (лодыжка) Boots). Название *ботфорты* (высокие сапоги с голенищем до колена и со специальным раструбом, закрывающим колено) взято из французского *bottes fortes* «крепкие ботинки». В английском мире они называются просто *boots over the knee* «сапоги выше колена». Слово *кедосы* или *кедики* - спортивная и очень популярная обувь - представляет вариант слова *кеды* (в первом случае использован экспрессивный стилистически сниженный суффикс –ос, как в словах *бэблосы* деньги). В 1916 году компания U.S. Rubber дала название *Keds* тапочкам на резиновой подошве, а в 1917г. появились на свет знаменитые All-Star фирмы Converse. *Конверсы* (название фирмы кед). *Лодочки* (вид женских туфель, названный так из-за их формы с тонким и коротким носочком, средним каблуком и глубоким вырезом). *Каблучки*, *каблуки* или *каблы* (туфли на каблуках), *лоферы* (женские или мужские ботинки без шнурков и застежек с длинным языком, они похожи на мокасины, но отличаются от них более широкой подошвой иногда с использованием небольшого каблука. *Мокасины* (мягкие женские или мужские ботинки из замши или кожи без шнурков и застежек с длинным языком, с мягкой и плоской подошвой), *скечерсы* (Skechers- название фирмы), выпускающая молодежную обувь. Так называют кроссовки на танкетке. *Сникерсы* или *сникеры* (гибрид кед и кроссовок при этом подошва выполнена в форме тонкетки). *Слипоны* (легкие кеды без шнурков), *тапочки* (удобная обувь, чаще всего так называют балетки, слипоны, мокасины). *Угги* (обувь, изготовленная из овчины мехом внутрь и гладкой поверхностью наружу, с плоской подошвой из резины или синтетики). *Шпильки* (туфли на шпильках).

Исследуя слова в ЛСГ «Обувь», выделенные видовые номинации можно распределить на следующие подгруппы:

1. Обувь на каблучке: ботильоны, каблу, шпильки, лодочки, скечерсы и сникерсы.
2. Обувь без каблука: кедики, конверсы, лоферы, мокасины, слипоны, тапочки, угги.
3. Обувь с возможным каблуком, т.е. на усмотрение производителя: ботфорты.

Синонимический ряд представлен словами: *стечерсы* - *сникерсы* (внешний вид обуви совпадает), *лоферы* - *балетки* (туфли на низком каблуке). Ряды вариантов пополняют слова: *каблуки* – *каблучки* - *каблы* ; *босоножки* - *босоноги*; *кедики* - *кедосы*, *сникерсы*-*сникеры*. К нейтральной лексике относятся слова: *балетки*, *ботильоны*, *ботфорты*, *лодочки*, *туфли*, *мокасины*, *угги*, *шпильки*. Слова, имеющие эмоциональную окраску: *каблучки*, *каблы*, *босоноги*, *кедики*, *кедосы*, *конверсы*, *сникеры*, *тапочки*.

ЛСГ «Парфюмерия» отражает познания женщин в мире парфюмерно-косметических товаров, которые в настоящее время отличает разнообразие. Насыщение российского рынка импортными товарами привело к появлению большого количества названий-заимствований.

Парфюмерия уже давно стала частью стиля современной женщины. История развития духов уходит далеко вглубь веков. С давних времен ароматические травы и цветы были постоянными спутниками человека, и еще древние египтяне использовали их как часть религиозных ритуалов. Происхождение слова «Парфюмерия» (с лат. *Per-* «через», *fumum* - «дым») показывает, что первые ароматы часто использовались в качестве благовоний в храмах во время религиозных ритуалов. Однако впоследствии парфюмерию стали использовать и во время различных праздников, а египетские женщины применяли в любовных делах многообразие ароматических средств. Духи для женщины не менее важная часть образа, чем одежда, обувь, прическа и аксессуары. Именно поэтому выбору парфюмерии уделяют так много

внимания. Каждый год известные бренды выпускают сотни новых ароматов. В исследуемой нами речи особо выделены любительницы духов. Словами *парфюмка* или *парфюманка* называется девушка любящая парфюм и имеющая свою коллекцию духов.

В нашей ЛСГ мы приведем несколько примеров наименований современных и наиболее популярных духов и обратим внимание на дополнительные составляющие, которые помогут раскрыть семантику данной группы. В группу вошло 12 наименований: *аромат* (с гр. *aroma* (*aromatos*) душистое вещество - приятный запах, благоухание или духи), *духи* (парфюмерное средство - ароматическая жидкость на спиртовом растворе), *туалетка* (туалетная вода или парфюмированная вода, близкая к духам), *водичка* (туалетная вода), *пробник* (тестер), *флакончик* (флакон, небольшая плотно закрывающаяся бутылочка, преимущественно для духов), «Шанэлька»(духи «Chanel»), «Герленка»(духи «Guerlain»), «Габбана»(духи «Dolce & Gabbana»), «Диорка» (духи «Dior»), «Риччи»(духи «Nina Ricci»).

Данные наименования следует распределить на несколько подгрупп:

1. Названия парфюмерных средств: «Шанэлька», «Герленка», «Габбана», «Диорка», «Риччи».
2. Разновидности парфюмерных средств: аромат (духи), духи, туалетка, водичка.
3. Сосуд хранения духов: флакончик и пробник (маленький сосуд для образца духов).
4. Обладательницы коллекции духов: парфюмка или парфюманка.

Синонимы представлены рядом слов: *аромат* - *духи*, *пробник* – *тестер* - *образец*, *водичка* - *туалетка*. Вариативный слой группы: *флакончик* - *флакон*, *парфюмка* - *парфюманка*. К лексике нейтрального характера

принадлежат слова *аромат, духи*. К уменьшительно-ласкательным относятся слова *водичка, туалетка, парфюмка, флакончик, «Шанэлька», «Герленка»*.

В речевом общении женщин, молодых девушек значительное место занимают слова, используемые для выражения своих эмоций, в связи, с чем может быть выделена ЛСГ «Чувства, эмоциональные состояния и отношения».

Для исследуемой речи крайне типичны особые номинации эмоциональных отношений (в том числе так называемые «мимимишные» слова). Они отражают одновременно и определенное состояние (или связанное с ним действие), и повышенную эмоциональность речи. Среди них названия чрезмерно (до приторности) милого человека или ситуации. В группу мы включили 18 наименований. Слова, передающие чувства печали, грусти и подавленности выражаются в следующих вариантах: *грустяш* – *грустяшка, пичалька, депрессулька*. Слова, отражающие действия: *обнимашки* – объятия, *целовашки* – поцелуи. Вариативность слов подарок и сюрприз: *приятности* (в переносном значении слово «подарок»- это что-нибудь хорошее, приятное), в этом случае, используемое в речи слово передает самую суть ощущения от подарка; *суприс* (сюрприз – с франц.яз. *surprise* переводится «неожиданность, удивление»). Чрезмерно милые слова, отражающие чувства: *мимими* (первое по популярности, выражает крайнюю степень умиления. В словаре имеет помету неологизм и жаргонизм. Слово стало популярно после выхода мультфильма «Мадагаскар»). Слово *няшно* (очень мило или приятно), произошло от междометия «ня!» (синоним – «вау!», «ух ты!»), от него были образованы слова *няшка* и *няшечка* в значении кто-либо милый. Эти слова относятся к неологизмам молодежного сленга. Слова приветствия и благодарности в речи девушки тоже имеют оттенок умиления: *приветики, приветушки, спасибо*. Наименование слов вкусно

приготовленной еды: *вкусняшки* (вкусное кушанье, сладости) и *нямка*, *нямочка* (вкусная еда).

ЛСГ «Названия «своего», любимого человека» существенно отличается характером составляющих ее слов. Эта группа наиболее ярко отражает пласт эмоциональной лексики, потому что в ней описаны слова, которыми девушки называют своих любимых мужчин. В этой группе довольно широко представлены метафоричность и вариативность. По типу образности это прежде всего анималистические (зооморфные) метафоры, которые основываются на сравнении с животными. Посредством данных метафор человеку приписываются некоторые эстетические, психические или социальные свойства, поведенческие характеристики. Эстетическую сторону (внешнее сходство с определенными чертами животных) зооморфной метафоры выражают слова *бегемотик*, *медвежонок* (крупное, крепкое тело), *мышонок* (невысокий рост и среднее телосложение), *лисенок*, *лисеныш* (рыжие волосы), *левушка* (густая шевелюра или борода). Поведенческие характеристики зооморфной метафоры проявляются в словах: *кот*, *котенок*, *котейка*, *кисик*, *котик* (проявление ласки), *зая*, *зайчуша*, *заечка* (мягкость, безбидность). Метафоры, передающие ощущение: *лучик*, *солнышко*, *солнце* (тепло, свет, забота). Метафоризация по вкусу: *ирисик* (синоним- конфетка, т.е. сладкий). К метафоризации по форме можно отнести слова: *пирожок*, *пирожочек* (в данном случае слово не имеет отношения к вкусу, оно отражает округленную форму пирожка, его пышность), т.е. пухленький человек. *Колобочек* тоже представляет метафору по форме, т.к. под этим словом подразумевается круглый живот (возможно, «пивной» живот). Также данную группу пополняют слова с уменьшительно-ласкательным значением разных свойств и характеристик: *любимочка*, *любимка*, *лапуля*, *лапуня пупс*, *пупски*, *пупсеныш*, *масик*, *сюсечка*, *татосик*. Вариативные ряды представлены следующими словам: *зая- зайчонок- зайчик- заечка- зайчуша*, *кот- котик- котенок- котейка- кисик*, *любимка- любимочка*, *лапуля- лапуся-*

лапуня, лисенок- лисик- лисеныш, пупс- пупсик- пупсеныш, пирожок- пирожочек, солнышко- солнце.

Как показал обзор выделенных 10 лексико-семантических групп, наибольшее число наименований в ЛСГ «Названия любимого человека»- 28 номинаций. Далее группа «Одежда»(25), «Косметика»(22 слова), «Уход за волосами»и «Аксессуары»(по 21 наименованию), «Чувства и эмоции»(18 наименований), «Уход за лицом и телом»(13), «Парфюмерия»(12 слов), «Уход за ногтями»(7 наименований).

Анализ отмеченных групп выявил разнообразие женской лексики исследованных участков словаря, детальную идеографическую проработанность многих значимых для жизни женщины понятий. Важной частью этих групп являются вариантные формы, среди которых доминируют уменьшительно-ласкательные. Их обилие не только подчеркивает такую типичную черту женской речи, как эмоциональность, в известном смысле оно говорит о своего рода инфантильности, акцентированности взрослых уже людей нашего времени на состоянии ребёнка.

2.2. Источники формирования женского словаря.

Основными и наиболее продуктивными способами образования новых лексических единиц являются:

-заимствования из других языков (основную часть заимствований составляют англоязычные заимствования);

-метафоризации различного порядка (или семантическое переосмысление), которое позволяет точно и кратко передать особенности внешности, характера и т.д.;

-аббревиации и усечение;

-аффиксальные способы (суффиксация, префиксация, суффиксально-префиксальный способ, словосложение).

Наибольшей продуктивной разновидностью аффиксального способа образования современной женской речи является суффиксация. Например, слова *завивалка*, *выпрямлялка* (ЛСГ «Уход за волосами») образованы с помощью суффикса -лк-, называющего предмет по действию (от *завивать*, *выпрямлять*), слово *тонак* из ЛСГ «Косметика»- суффикса –ак с предметным значением (от *тон* или сочетания *тональный крем* - в этом случае одновременно с суффиксацией происходит процесс усечения основы). Сравнительно мало слов, образованных с помощью префиксации: *тушь – супертушь* (значение приставки – высшее качество). Способ усечения основы применен в словах типа *прича* (ЛСГ «Уход за волосами») – из *прическа*.

Словосложение использовано в случаях *биогель* (биологический гель для ногтей) из ЛСГ «Уход за ногтями», *босоножки* (вид обуви, которая носится на босую ногу) из ЛСГ «Обувь».

В основу метафоризации может быть положено сходство самых различных признаков предметов, например, размер («*мешок*»- большая сумка с круглым или овальным дном); назначение («*Растишка*»- активатор роста, слово стало популярным после рекламы детского йогурта «Растишка»); форма (*Колосок* и *Рыбка* – название разновидности французской косы, *Лесенка* - многоступенчатая стрижка, *Водопад* – прическа, при которой локоны ниспадают и создают эффект «водопада»), *труба*, *хомут* - вязаный шарф, выполненный в форме трубы. Слово *тапочки* (любая удобная обувь без каблука, в которой девушка себя чувствует как в тапочках) представляет расширение исходного значения.

Среди многочисленных заимствованных номинаций преобладают заимствования из английского языка - 20, из французского -15, из латинского- 7, из греческого -3. Из немецкого, испанского и шведского по 1 наименованию. Больше всего заимствованных слов обнаружено в лексико-семантической группе «Уход за лицом и телом»- 10 наименований. Далее

следуют группы «Одежда»(9), «Косметика»(8). В ЛСГ «Уход за волосами», «Украшения и аксессуары», «Парфюмерия» по 4 наименования. «Уход за ногтями» имеет 1 наименование. Наибольшее количество наименований англицизмов содержит ЛСГ «Обувь»6, в ЛСГ «Одежда»5. Это во многом объясняется тем, что девушки стремятся подражать западной культуре. Русские модницы не хотят отставать от запада и поэтому свободно принимают в свой словарный запас заимствованные слова. В женской речи активно используются наименования обуви *слипоны* (англ. Slip-on) или *лоферы* (от англ. loafer — бездельник), но к английскому варианту добавляется русская флексия, что указывает на множественное число. Слово *кафы* (англ. cuff — «манжета, обшлаг») тоже приобрело русскую флексию, вследствие чего изменилась его грамматическая характеристика (ЛСГ «Аксессуары»). Претерпело фонетические изменения слово *кляч* (англ. clutch — схватить) (ЛСГ «Аксессуары»). Используется «калька», которая передает слова похожие по звучанию и написанию, например *мейкап* (англ. makeup), что переводится как макияж. Само слово *макияж* заимствовано из французского языка, *maquillage* — грим, перекраска, подделка. Среди заимствований из французского языка наибольшее число наименований содержат ЛСГ «Косметика» и «Уход за лицом и телом». Слово *лосьон* (фр. lotion \ \ лат. lotio мытье, омовение) или *крем* (фр. Crème) являются «кальками» в речи. *Парфюм* (фр. parfum аромат, благоухание; духи) и *флакон* (фр. Flacon) имеют французские корни. Франция до сих пор является лидером в производстве элитных женских духов, отличающихся не только утонченным изысканным ароматом, но и практическими качествами. Заимствованные слова из латинского языка чаще встречались в ЛСГ «Уход за телом и лицом»4 наименования. *Депиляция* (лат. depilare уничтожать волосы) и *эпиляция* (лат. e(x) из + pilus волос). Заимствования из греческого языка: *тон* (гр. tonos напряжение, ударение) подвергшись словообразовательному усвоению получил наращение в виде русского суффикса *тоналка* (ЛСГ «Косметика»).

Заимствование слов является естественным процессом развития языка, в отмеченной группе немало примеров того, как заимствования постепенно ассимилируются и становятся общеупотребительными.

Анализ лексико-семантических групп выявил разнообразие женской лексики исследованных участков словаря, детальную идеографическую проработанность многих понятий. Значимой составляющей этих групп являются видовые названия различных предметов, значимых для внешнего вида современной женщины. Кроме того, в большом количестве представлены в них вариантные формы, среди которых доминируют слова уменьшительно-ласкательной окраски. Их обилие не только подчеркивают такую типичную черту женской речи, как эмоциональность, но и выявляет некоторый признак инфантилизма современных девушек. Еще одна причина словотворчества в женской речи - стремление упрощенно назвать понятие, которые не имеют однословных обозначений в литературном языке.

Наиболее продуктивными способами пополнения современного женского языка являются аффиксация, заимствование иностранных слов и метафорический перенос. Стремление к краткости выражения, экономии речевых средств проявляется в таких способах номинации как усечение. Среди аффиксальных способов наиболее частотным является суффиксация. Среди заимствований из разных языков преобладают англоязычные заимствования.

Ориентируясь в реалиях современной культуры, в деталях современной моды, косметики, парфюмерии, современная молодая женщина отражает это знание в специальном женском лексиконе. При этом во владении гендерно ориентированной лексики из мира моды, косметики, парфюмерии очевидно активное обращение к использованию форм, совмещающих номинацию и эмоционально-оценочную окрашенность. Большая концентрация эмоционально-оценочной лексики в исследованных группах слов связана с тем, что женщины более сентиментальны, чувствительны. Кроме того,

обилие деминутивов, применяемых часто неоправданно, показывает, что использованием их женщинами – это своего рода язык протеста (люди устали от того языка, который они слышат в СМИ, на работе).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современный русский язык характеризуется активным насыщением нелитературными единицами. Считается, что в основном языки выражают «мужской» взгляд на мир. Как показывают наблюдения, в том числе и за развитием женского словаря, в современных условиях имеет место активное его развитие. Этот процесс, на наш взгляд, тесно связан с тем, что в современных условиях все большее место начинает занимать и женский взгляд на окружающую действительность.

Как показал проведенный анализ, в речи современной женщины может быть выделен значительный по объему пласт гендерно ориентированной лексики. Данная лексика вполне может быть использована для реконструкции одного из фрагментов системы знаний и представлений современной женщины. Наблюдения за отдельными входящими в женский словарь лексико-семантическими группами показал, что составляющая их лексика представляет видовые обозначения ключевых для женской субкультуры понятий, прежде всего из области моды (ранее исследователями, как мы отмечали, было выявлено своеобразие женской лексики, связанной с деторождением, с миром детства). Также своеобразием отличается женская лексика, ориентированная на представление чувств.

Значительную часть женской охарактеризованной лексики отличает повышенная эмоциональная окраска, которая создается разнообразными средствами (суффиксация, усечение слов, метафоризация). В связи с этим можно утверждать, что важное назначение лексики в женской речи – быть средством эмоционально-экспрессивного выражения, средством самоутверждения женщины. По результатам исследования это назначение полностью подтверждается.

Следует отметить, что исследование современной женской (и девичьей) субкультуры – одно из направлений гуманитарных наук

(культурной антропологии, этнографии, фольклористики). В числе исследователей субкультуры девичества - Борисов С.Б. В своей работе «Культурантропология девичества. Морфология и генезис девичьей составляющей современной неофициальной детско-подростковой культуры» автор рассматривает такой компонент девичьей культуры, как девичий фольклор [Борисов, электронный ресурс]. Структура этой работы содержит обзор неальбомных рукописных жанров, малые альбомные «романтические» жанры, анализ рукописного романтического любовного рассказа как культурной формы. Большинство этих жанров, как отмечает Борисов С.Б., пронизывает и определяет лексико-семантическое поле «любви». В XXI веке эта культура переместилась в онлайн пространство. Также исследованиям девичьей субкультуры посвящены работы Щукина В., который делает вывод, что в наше, почти лишенное культурных табу время ощущается острый дефицит девичества и даже тривиальной сентиментальности [Щукин, 1998: 352].

Отмеченные исследователи делают свои выводы, основываясь на данных фольклорных текстов. Как нам кажется, обращение к лингвистической составляющей позволит данную субкультуру, значение которой в современном обществе все больше возрастает, представить более адекватно. Кроме того, анализ женской формы речи дает возможность расширить наши представления о возможностях языка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Бакушева Е.М.** Особенности речи мужчин и женщин во французском языке, Автореф. дисс. канд. филологических наук, Москва, 1995.
2. **Беляева Ю.А.** Речь и речевое поведение мужчин и женщин. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2000.
3. **Борисов С.Б.** Культурантропология девичества. Морфология и генезис девичьей составляющей современной неофициальной детско-подростковой культуры. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://anthropology.ru/ru/text/borisov-sb/kulturanropologiya-devichestva#glava-6-sovremennyu-devichiy-folklor>
4. **Вейлерт А.А.** О зависимости количественных показателей языка от пола говорящего лица. Вопросы языкознания. 1976, №5, с.138-143.
5. **Горошко Е.И.** Проблемы изучения особенностей мужского и женского стиля речи // формирование коммуникативных и интеллектуальных навыков у школьников и студентов, Днепрпетровск , 1994, с.160-169.
6. **Горошко Е.И.** Особенности мужского и женского вербального поведения (психолингвистический анализ). Дисс. канд. филол. наук. - Москва, 1996, с. 12; с.15; с. 22; с.158; с.176.
7. **Грейдина Н.Л.** Гендерная специфика коммуникации. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://main.isuct.ru/files/konf/antropos/SECTION/1/GREIDINA.htm>
8. **Земская Е. А., Китайгородская М. А., Розанова Н. Н.** Особенности мужской и женской речи // Русский язык в его функционировании. - М.: Наука, 1993. - С. 90-136.
9. **Кавикина И.Н.** Гендерология. Учебное пособие. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://ebooks.grsu.by/genderologia/tema-3-osobennosti-gendernogo-verbalnogo-i-neverbalnogo-povedeniya.htm>

10. **Каменская О. Л.** Гендергетика — междисциплинарная наука. // Тезисы докладов Второй Международной Конференции «Гендер: язык, культура, коммуникация», МГЛУ, Москва, 22-23 ноября 2001 г., — М: МГЛУ, 2001.
11. **Кирилина А. В.** Гендер: Лингвистические аспекты. – Москва, 1999, с. 7; с. 15; с. 15-16; с. 68; с. 87; с. 88; с. 107.
12. **Кирилина А.В.** Перспективные направления развития гендерных исследований в российской лингвистике // Женщины России на рубеже XX-XXI веков. Материалы международной научной конференции. - Иваново, 2008. С. 16-20.
13. **Крейдлин Г. Е.** Мужчины и женщины в невербальной коммуникации. — Москва, 2005.
14. **Лакофф Р.** Язык и место женщины. – Нью-Йорк, 1975.
15. **Левонтина И. Б.** Речь vs. язык в современном русском языке / И. Б. Левонтина. Язык о языке: Сборник статей / под общ. ред.: Н. Д. Арутюнова. – Москва, 2000- с. 271-289.
16. **Попова Т.Г.** Гендерные стереотипы как отражение речевого поведения// в сб.Гендер и язык. - Москва, 2007, с. 45.
17. **Сэпир Э.** Избранные труды по языкознанию и культурологии. – Москва, 1993.
18. **Скотт Дж.** Гендер: полезная Категория исторического анализа // американский исторический Обзор. № 5 - П., 1986, 1053-1075.
19. **Таннен Д.** Это не то, что я имела в виду! Как стили общения создают или разрушают хорошие отношения. – 1987.
20. **Шакирова С.** Основания гендерных исследований: определение понятий, задачи и пути институализации. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.genderstudies.info/educat/educat2.php>
21. **Щукин В.** Кризис столиц или комплекс провинции?- Новое литературное обозрение, № 34.- 1998, с.352-354.

Список словарей

1. **Словарь гендерных терминов.** Под ред. А. А. Денисовой. — М.: Региональная общественная организация «Восток-Запад: Женские Инновационные Проекты»: Информация XXI век, 2002
2. **Русский семантический словарь.** Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / Российская академия наук. Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова; Под общей ред. Н. Ю. Шведовой. — М.: "Азбуковник", 1998.
3. **Словарь синонимов** и сходных по смыслу выражений Абрамов Н. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений: Около 5 000 синонимических рядов. Более 20 000 синонимов — 7-е изд., стереотип. — М.: Русские словари, 1999.
4. **Новый словарь иностранных слов** Захаренко Е. Н., Комарова Л. Н., Нечаева И. В. Новый словарь иностранных слов: 25 000 слов и словосочетаний. — М.: «Азбуковник», 2003.
5. **Толковый словарь русского языка** С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой.- М.: ИТИ Технологии; Издание 4-е, доп., 2006.
6. **Школьный словообразовательный словарь русского языка.** Тихонов А.Н. Пособие для учащихся. — М.: Культура и традиции, 1997.

Интернет – источники

1. Русский викисловарь <https://ru.wiktionary.org>
2. Википедия – свободная энциклопедия <https://ru.wikipedia.org>
3. Академик <http://dic.academic.ru>
4. Статьи по психологии www.b17.ru
5. Портал для женщин www.ladimsk.com
6. Почему женщины любят украшения <http://www.pravdatv.ru/2016/01/12/200662/pochemu-zhenshhiny-tak-lyubyat-ukrasheniya>
7. Обзор современной обуви <http://tomall.ru/paper.php>
8. Энциклопедия парфюмерии <http://moikompas.ru/compas/duxi>

ПРИЛОЖЕНИЕ

Лексико-семантическая группа «Косметика».

- *База* - средство кремовой текстуры для выравнивания кожи и заполнения мелких морщинок. «Я сначала базу наношу, потом тонолку там, тушь, ну и все остальное».
- *Блеск* - жидкая помада для губ. «Ой, давай целоваться не будем, а то губы в блеске, только покрасила!».
- *Бронзер* или «загарник»- минеральная пудра с оттенком загара. «- Ты че такая загорелая? – Клева, да? Бронзером сделала!».
- *Гигеничка* - гигиеническая помада. «У меня гигиеничка всегда с собой, без нее губы просто трескаются».
- *Декоративка* - декоративная косметика. «- Ты прям вся такая естественная, ты вообще декоративкой не пользуешься?? – Не, пользуюсь, конечно, по праздникам! Ну че я там, реснички накрашу да и все!».
- *Консилер* или *корректор* - маскирующее средство, скрывающее мелкие недостатки на лице. «Консилер надо вообще аккуратно наносить, тонким слоем, тогда не заметно. Я на синяки (сини круги под глазами) тихонечко его делаю, потом пудрой».
- *Косметичка* - небольшая сумочка для предметов косметики. «Ножнички в косметичке возьми!».
- *Кремик* - мягкая косметическая смесь жиров с веществами, питающими кожу. «Есть кремик с собой какой-нить?».
- *Лайнер* - вид подводки для глаз, внешне подводка выглядит как фломастер с тонким фетровым грифелем. «У меня стрелочки (на глазах) лайнером хорошо получаются, у него кончик тонкий, поэтому рисовать удобно».
- *Мейкап*, *мейк* или *макияж* - искусство оформления лица с помощью косметических средств - красок, кремов, теней, а также само такое оформление. «Я ее с детства знаю, она без мейка мусор не ходила выносить», «На свадьбу лучше, чтобы мейкап профессиональный человек делал, все-таки, один раз замуж выходишь!».
- *Подводка* - средство, позволяющее сделать глаза более выразительными. «Я за столько лет таки не научилась подводкой нормально пользоваться, нарисую карандашом че-нибудь и хорошо».
- *Пудра* - косметическое средство в виде мягкого душистого порошка, прессованной или жидкой массы для нанесения на кожу лица.

«Пудрой потом удобно все грани стирать, от консилера, бронзера, пудра же все смягчает потом».

- *«Растишка»*- бесцветная тушь для роста ресниц. «- Ниче себе у тебя ресницы!!!! – Да, это я все той «растишкой»из интернета крашу их. Ты же помнишь у меня после нарощенных палочки торчали (после нарощенных ресниц, свои ресницы выглядели как палочки), а теперь ваще отрасли, сама удивляюсь!».
- *Румяшки* - косметическая краска розового или алого цвета для наведения румянца. «Подружка мне говорит, когда я румяшками щечки нарисую, то лицо другое совсем становится».
- *Супертушь* - косметическое средство для подкрашивания ресниц. «Ты знаешь, у меня теперь супертушь просто, она видишь, и удлиняет и реснички не склеивает».
- *Тоналка, тонак, тональник, тон* - крем, придающий или имеющий определённый оттенок цвета, тон, тональность. «- Че все тем же тональником пользуешься? – Дак да!», «Ты не выпалась что ли? – тоналка закончилась, вот и выгляжу дохло!».
- *Тени* - оттеняющие косметические краски для век. «- Блондинкам советуется коричневыми тенями пользоваться, почему серые купила? – Не знаю, понравились!».

Лексико-семантическая группа «Уход за телом и лицом».

- *Депиляция* - удаление волос с лечебными или косметическими целями. «В идеале раз в месяц нужно депиляцию делать, но бывает лень и поэтому, потом просто брею».
- *Дейзик* – дезодорант, гигиеническое средство, поглощающее неприятные запахи тела. «Последний раз я покупала, распыляющий дейзик, но он что-то не очень был, поэтому щас что-то другое хочу - Возьми твердый, ждать не надо пока высохнет!».
- *Маска* - в косметике - содержащие различные вещества составы, наносимые на кожу лица и шеи для лечения и ухода. «ой, я очень люблю маской свое тело баловать».
- *Пилинг* - чистка кожи лица; косметические средства для такой чистки. «Пилинг сделан, осталось обертывание и баиньки!».
- *Скраб* - косметическое средство для снятия омертвевших клеток кожи. «А солевой скраб улучшает кровообращение!».

- *СПА* - комплекс процедур на основе взаимодействия с водой. «вчера с подружками с работы ездили в СПА.. Очень круто отдохнули, расслабились хоть!».
- *Спонжик* - мягкая губка для умывания, может быть изготовлена из целлюлозы, растений или морской губки. «- Ты спонжиком тоналку наносишь? – Ага.. – А я не могу спонжиком наносить, кажется что он половину крема съедает!».
- *Тоник* - тонизирующее косметическое средство в виде крема, лосьона и др. «Слушай, хочу отдать тебе пенку для умывания, возьмешь? –Ну возьму, а тебе –то почему не надо? – Да купила, не посмотрела, а я водой не умываюсь, тоником лицо протираю, все».
- *Умывалка*- средство для умывания. «Ооо.. не знала, что ты вообще водой не умываешься..а я дак любой умывалкой пользуюсь!».
- *Увлажнялка*- крем или лосьон для увлажнения кожи. «С нашей водой после душа просто не возможно не пользоваться увлажнялкой какой-нибудь! У меня прям сушит кожу после душа».
- *Шугаринг* - способ эпиляции, выполняемый с помощью густой сахарной пасты. «Я тут попробовала шугаринг дома сделать...ну ожоги маленькие остались, конечно, но решила, лучше депеляцию терпеть, чем горячий сахар!»
- *Эпиляция* - медицинская или косметическая процедура искусственного удаления волос, путем выдергивания, рентгеновского облучения, применения специального пластыря и др. «Эпиляция – это вообще дорогое удовольствие».

Лексико-семантическая группа «Уход за волосами».

- *Волнушки* - легкие волнистые волосы. «О.. такая красотка ты с этими волнушками.. очень идет тебе!».
- *Водопад* - прическа получила свое название за счет локонов, которые ниспадают и создают эффект водопада. «Такой водопад очень хорошо смотрится на голове, и заплести можно и завить ... очень красиво!».
- *Выпрямлялка* или *утюжок* - парикмахерский инструмент, используемый для укладки волос, в данном случае, выпрямления

волос. «- Не боишься утюжком волосы себе окончательно испортить? – Нет, я выпрямлялкой с 7 класса пользуюсь, они уже привыкли! Ты знаешь, я как-то пробовала не выпрямлять их, мне кажется, им не понравилось, потому что они вообще непослушные были!».

- *Завитушки* - завитые на плойку или бигуди волосы. «Вчера пока муж в инете сидел, я завитушки себе наделала, и прикинь, сегодня еще держатся!».
- *Карвинг* - долговременная завивка. «- Ну как я тебе? – Ты карвинг что ли сделала?? – Да.. весна в голову ударила, перемен захотелось».
- *Каскад* - многоступенчатая стрижка. «- Я решила сама челку себе подстричь, да и заодно немного каскад обновила.. – В смысле сама каскад обновила?? – Ну волосы вверх поднимала вот так (показывает как) и чуть-чуть стригла..не сложно».
- *Колосок* - название разновидности французской косы. «Юлька всегда просит одну и ту же косичку заплетать, колосок, так что она приходит и говорит, что ей как обычно».
- *Кондей* - вид бальзама для волос, облегчающий их расчесывание и укладку. «Не люблю мыть волосы без кондея, они потом плохо расчесываются».
- *Кудряшки* - кудрявые волосы. «- Я к тебе обязательно приеду, кудряшки мне сделаешь хоть! – Давай! Я как раз плойку новую заказала!!! На тебе ее и опробуем!!!».
- *Култышка* - закрученные в тугий узел волосы на затылке. «Я с утра способна только кофе выпить да култышку сделать, а некоторые у нас прям с прическами приходят (на работу), не спят что ли?!!».
- *Ламинирование* - покрытие волоса бесцветным или цветным составом «пленкой». «Говорят ламинирование крутая вещь, но чет я боюсь..».

потом мои кудряхи будут отрастать, буду ходить «как эта»! корни кудрявые, а остальные волосы прямые что ли?!».

- *Лесенка* - многоступенчатая стрижка. «Я вот лесенкой никогда стричься больше не буду, потом одинаковую длину сложно отращивать! У меня в школе лесенка была, мне хватило!!».
- *Маска* - косметическое средство, используемое для укрепления, питания и увлажнения волос. «- После покраски волосы какие-то не свои, передержали что ли краску.. –Ты попробуй маски поделать, вместо бальзама делай каждый раз, мне кажется они быстрее должны восстановиться».
- *Пенка* - средство для укладки. «- Как у тебя кудряшки долго держатся? – Ага..долго! Я их сначала пенкой мажу, потом плойкой завиваю, а потом лаком закрепляю! Вот и держатся!».
- *Плойка* - парикмахерский инструмент для укладки и завивки волос. «- Волосы на бигуди завивала? –Нет, конечно, на плойку!».
- *Прича* или *прическа* - это форма, придаваемая волосам стрижкой, завивкой, укладкой и филировкой. «Да когда дома сидишь вообще лень что-то с волосами приличное делать, култышечка- моя домашняя прича! Рекомендую!».
- *Секушки* - секущиеся кончики волос. «Наконец-то у меня завтра выходной! Записалась к парикмахеру, пойду секушки подстригать».
- *Укладка* или *укладочка* - вид или способ прически. «После стрижки и укладочки принцессой себя чувствую».
- *Рыбка* - название разновидности косы. «У девчонок на девичнике у всех были одинаковые косички, рыбки, и на ленточки завязаны, прикольно так смотрелось!».

- *Фен* - электрический прибор для сушки и укладки волос струёй нагретого воздуха. «- Я, например, голову помою и могу спать лечь, а утром утюжком выпрямить все.. – А у меня нет утюга..я сразу феном сушу».

Лексико-семантическая группа «Уход за ногтями».

- *Биогель* или *гель-лак* - гибрид лака и геля для покрытия ногтей. «Да щас все, наверное, этим биогелем покрывают ногти».
- *Шилак* - название гель-лака. «Я же в отпуск в деревню к родителям собралась, вчера пришла к своей девочке, которая мне маникюр постоянно делает, и говорю ей «так и так», и она мне предложила сверху обычного гель-лака еще шилак нанести, говорит, так будут дольше держаться!».
- *Френч* - французский маникюр. «Мне очень нравится френч, последнее время только его прошу мне делать, с ним не так заметно как ноготь отрастает».
- *Нокотки, нокоточки* – ногти «У тебя нокоточки аккуратные, это у меня лопаты!».
- *Заусенки* – заусенцы. «Эх..как бы заусенки не кусать-то..эти нервы!»
- *Маник* – маникюр. «- Крутяцкий маник!! Кто делал? – Девочку в группе нашла, посмотрела ее работы, вроде хорошо делает.. вот, короче, она. - Вообще такой крутой!».

Лексико-семантическая группа «Украшения и аксессуары».

- *Бижутерия* - женские украшения из недорогих камней и металлов. «Очень люблю бижутерию в красных тонах, уже прикупила кольцо и пару браслетов!».
- «*Воротничок*» - ожерелье в форме воротничка. «Можно с кофточкой обычной, свитерком надеть воротничок и юбку! Такая типа школьница!» .
- *Гвоздики* или *пуссеты* - серьги, созданные по типу «гвоздика». «Недавно пуссеты новые купила, чтобы во вторую дырочку надевать, ну и что ты думаешь, один гвоздик поставила, пока ходила спиртом обрабатывала, вторую сережку потеряла!! Может кот утащил...короче, ужас!!».
- «*Камушки*»- украшения с драгоценными камнями. «В этом магазине круто, конечно, все такое блестящее, кольцо, подвесочки, «камушки»всякие.. денег, конечно, это стоит».
- *Каффы* - украшение для ушей, которое позволяет украсить не только мочку, но и другие части уха, а также висок, шею и волосы. «А я в инете рылась на «Али»и каффы заказала себе!! Прямо хорошенькие такие!! Вдоль уха такие..не грамозкие, а миленькие.. в общем ниче такие».
- *Клач* - маленькая элегантная сумочка-конверт, у клатча может быть маленькая ручка, не ремешок, но обычно его носят под мышкой или обхватив ладонью. «Я недавно почти такой же клач как у тебя купила!».
- *Купюрница* - кошелек. «Это у мужчин портмоне, у меня купюрница, храню там свои рублишечки..!».
- «*Мешок*»-сумка из кожи, замши или текстиля, с круглым или овальным дном, сверху сумка стягивается шнурком или застегивается

на клепки или молнию, в результате чего она и приобретает форму мешка. «В мой мешок все влазит!! Правда, найти потом ничего не возможно!».

- *Митенки* - полуперчатки, закрывающие кисть до пальцев. «С пальто, тем демисезонным, в том году, которое покупала, вот и с ним эти (показывает) митенки круто смотреться будут!».
- *Ободок* - украшение для волос, которое удерживает прическу. «Щас я тебе покажу, у меня столько этих ободков, главное все ношу!».
- «*Пандора*» - название фирмы ювелирных украшений. «Мне муж на эту годовщину «Пандору» подарил».
- *Побрякушки* - побрякивающее недорогое украшение. «Этих побрякушек целый мешок дома! Девать куда-то надо!».
- *Позолотки* - любые позолоченные украшения. «Вообще эти сережки недорогие, это же не прям золото-золото, так позолотки, но мне нравится как смотрятся, не отличишь от настоящих!».
- «*Солоха*»- повязка для волос, состоящая из ткани и проволоки, которая позволяет не завязывать бант, а просто скручивать концы. «Солоху навязал и дома уборку делать хорошо и в магазин сбегать можно, да и так с рубашечкой отлично смотрится».
- *Фенечка* или *фенька* - браслет ручной работы из бисера, кожи, шнурков, лент или ниток. «С определенным луком (Образ) можно и феньки носить! Щас тем более модно!».
- *Шармик* - ювелирная подвеска фирмы «Пандора», металлическая или стеклянная бусина, нанизанная на браслет или прикрепляемая к нему с помощью цепочек и крохотных карабинчиков. «Я щас шармики закупаю для браслета, хочу морскую тему какую-нибудь собрать!».

Лексико-семантическая группа «Одежда».

- *Багги* - джинсы свободного кроя. «Мне бы не хотелось снова покупать обтягивающие джинсы, я бы багги примеряла, хочу посмотреть, как я в них буду выглядеть».
- *Болеро* - укороченный жакет. «Мы на свадьбе так танцевали, что я даже забыла, что в болеро пришла! Потом куртку надеваю, чувствую, чет не хватает! Платье вообще прилипло!!».
- *Глам* - стиль одежды, который сочетает яркость, сочность с легкостью и нежностью. «Девчонки на встречу одноклассников все такие в гламе пришли, ну большинство точно! Короч, в одном месте одевались!»
- *Джегенсы* - легинсы изготовленные из джинсовой стрейчевой ткани, напоминающие джинсовые лосины. «Прикупила себе джегенсы да кофточку, чтоб меховушку с чем носить было».
- «*Косуха*»- короткая кожаная куртка с зауженной талией и молнией наискосок. « Знаешь, еще снег толком не ушел, а мамолетки уже в кожанках, косухах повылазили!».
- *Кофтанчик* - кофта. «Хорошенький такой кофтанчик у тебя, где купила?».
- *Легенсы* – разновидность штанов обтягивающего фасона. «В спортзале я стесняюсь в шортиках заниматься, поэтому я такая продуманная хожу в легенсах».
- *Лук* - от англ. Look, образ или комплект одежды. «Заценила мой лук??!».

- *Майка-алкоголичка* - трикотажная нижняя рубашка без рукавов и воротника. «Она вообще такая, не сильно скромная, на фотках у нее видела, она и в универ в майке-алкоголичке, такой, ходит!».
- *Нью-лук* – элегантный, романтичный стиль. «- Ну что, готова к свиданию? – Даа.. сегодня буду в такой нью-лук стайле.. чтобы прям сама неприступность!».
- *Поло* - рубашка с короткими рукавами и отложенным воротником «в резинку», застегивающаяся на 2-3 пуговицы. «Тоже завтра поло себе куплю».
- *Принты* - различные изображения или надписи на одежде. «У Наташки шарф с принтами шикарными!!! У меня чет подобное на майке есть, но у нее круто смотреться с пальто».
- *Свитшот* или *кенгуруха* - легкая толстовка. «Вышла вчера в магаз за кормом лялечке(кошке) в джинсах и свитшоте, так по легкому, и что-то вообще холодно мне показалось».
- *Спорт-шик*- (стиль одежды, который сочетает в себе удобство спортивного стиля и красоту и шик. «Ульян, ты куда такая на спорт-шике собралась?»).
- *Топ* - легкая короткая блузка простой формы на бретельках. «Мне очень нравятся комплекты : топ и юбочка.. скорей бы лето, пощеголять хочется!»
- *Тренч* или *тренчкот* - легкий двубортный плащ с погонями и отложенным воротником, поясом и разрезом сзади. «я не знаю, покупать новый плащ или нет, у меня тренч еще хорошо выглядит».
- *Туника* - удлиненная кофта. «У тебя та туника «Пластининой» вообще универсальная, и с джинсами и с юбкой даже можно!».

- *Фамели лук* - от англ. Family look, что значит «семейный образ», единый стиль для всей семьи. «Мы вчера с Мишей были на фотосете!!! Фотки классные должны быть!! У нас там такой Фамелии лук образ.., оба в рубашках в клетку, потом в свитшотах одинаковых».
- *Шарф-снуд* или *труба, хомут* - тканая или вязаная полоса, часто с бахромой, кистями, повязываемая вокруг шеи, на голову или надеваемая на плечи. «Всю зиму в одном и том же снуде проходила!».

Лексико-семантическая группа «Обувь».

- *Балетки* - классическая модель женских туфель с небольшим каблуком или без него. «Балетки у все, наверное, есть».
- *Босоножки, босоноги* - обозначает открытую женскую обувь, которую можно носить на босую ногу с каблуком разного размера. «Ты знаешь, мы тогда с ним так разругались, что я в на 15-сантиметровых босоногах топала с компреса до моста!!!».
- *Ботильоны* - женская обувь, представляющая собой средний вариант между туфлями и сапогами, закрывающая только лодыжку. «Машка на свадьбу, вместо туфель, ботильоны купила, белые».
- *Ботфорты* - высокие сапоги с голенищем до колена и со специальным раструбом, закрывающим колено. «Я и думаю, че ты так легко одета, а у тебя ботфотры.. прям замшевые колготки!».
- *Кедосы* или *кедики* - спортивная и очень популярная обувь - представляет вариант слова кеды. «На фотки летние смотришь, в сарафане, кедиках, маечках, топиках...красота...».
- *Конверсы* - название фирмы кед. «Я вообще-то эти Конверсы не в инете заказала, вроде не подделка...».
- *Лодочки* - вид женских туфель, названный так из-за их формы с тонким и коротким носочком, средним каблуком и глубоким вырезом. «Я когда пришла в школу, сначала все в балетках там бегала, потом туфельки, лодочки купила, вся обувь на работе у меня теперь!»

- *Каблучки, каблуки* или *каблы* - туфли на каблуках. «Я не могу без каблуков, вся обувь на них...».
- *Лоферы* - женские или мужские ботинки без шнурков и застежек с длинным языком, они похожи на мокасины, но отличаются от них более широкой подошвой иногда с использованием небольшого каблука. «Очень стильно смотрятся джинсы , пиджак и лоферы...».
- *Мокасинчики*- мягкие женские или мужские ботинки из замши или кожи без шнурков и застежек с длинным языком, с мягкой и плоской подошвой. «Если не парится, то я и в мокасинчиках на свидание могу пойти».
- *Скечерсы* - (Skechers- название фирмы), выпускающая молодежную обувь. Так называют кроссовки на танкетке. «Ой.. щас Скечерсов очень большой выбор, в любом магазине!».
- *Сникерсы* или *сникеры* - гибрид кед и кроссовок при этом подошва выполнена в форме танкетки. «И сникерсы на каждой второй!».
- *Слипоны* - легкие кеды без шнурков. «Слипоны внешне смешные какие-то, но так в поход нормально».
- *Тапочки* - удобная обувь, чаще всего так называют балетки, слипоны, мокасины. «Выбирай любые тапочки и пойдем уже!».
- *Угги* - обувь, изготовленная из овчины мехом внутрь и гладкой поверхностью наружу, с плоской подошвой из резины или синтетики. «натуральные угги не знаешь сколько стоят?».
- *Шпильки* - туфли на шпильках. «А я на работе только на шпильках и хожу!».

Лексико-семантическая группа «Парфюмерия».

- *Аромат* - с гр. aroma (aromatos) душистое вещество - приятный запах, благоухание или духи. «У меня есть любимые ароматы, но они вообще разнообразные, даже не могу сказать какой больше всех мне нравится».
- *Водичка* - туалетная вода. «Дай мне какую-нибудь водичку поппикаться!».
- «*Габбана*»- духи «Dolce & Gabbana». «Я прям чувствую у кого аромат «Габбана», даже в автобусе, например».
- «*Герленка*»- духи «Guerlain». «мне там (в магазине) дали на выбор несколько флакончиков, вот выбрала «Герленку», они такие самые приятные оказались».
- «*Диорка*» - духи «Dior». «Я уж привыкла «Диоркой»пользоваться».
- *Парфюманка* – девушка имеющая свою коллекцию парфюма. «Вика то у нас известная парфюманка».
- *Пробник* - тестер. «Я взяла пробник «Герленки», посмотрю, может потом куплю их».
- «*Риччи*»- духи «Nina Ricci». «У меня свои «Риччи»всегда в сумочке, вдруг дома не буду ночевать..!».
- *Туалетка* - туалетная вода или парфюмированная вода, близкая к духам. «О.. у меня раньше соседка какой-то вонючей туалеткой пользовалась, в лифте после нее задохнуться можно было!».
- *Флакончик* – флакон. «Мне кажется флакончик духов – это приличный подарок».
- «*Шанэлька*»- духи «Chanel». «Муж наконец-то «Шанэльку»подарил... я уже как только не намекала».

Лексико-семантическая группа «Эмоции и чувства..»

- *Грустяш* или *грустяшка* – грустное настроение, состояние. «Не доставайте меня!! Я грустяш сегодня».
- *Пичалька* - печально. «Ой, чет как-то пичалька все».
- *Депрессулька* – депрессия. «Депрессулька напала на меня».
- *Обнимашки* – объятия. «А обнимашки?? Куда пошла-то ??».
- *Целовашки* – поцелуи. «Ох.. Юля, что за вопросы..конечно, и обнимашки и целовашки были».
- *Приятности* - в переносном значении слово «подарок»- это что-нибудь хорошее, приятное, в этом случае, используемое в речи слово передает самую суть ощущения от подарка. «Вот такие вот приятности (показывает букет)».
- *Суприс* - сюрприз – с франц.яз. surprise переводится «неожиданность, удивление». «Подружке приготовили суприс, оставили коробку с шарами на площадке, около квартиры, чтобы в глазок было видно шары, сами позвонили в дверь ну и спрятались!! Она, короче, открыла, никого нет, коробка есть.. вот! Мы попозже снова позвонили, что б она и нас пустила!».
- *Мимими* - выражает крайнюю степень умиления. В словаре имеет помету неологизм и жаргонизм. «- Я заходя на кухню, всегда вспоминаю тебя (там стоит подарок от этой подруги). – Ой, мимими прям».
- *Няшно, няшенько* - очень мило или приятно. «- Как я тебе тут (показывает фотку)? – О.. няшенько так!».
- *Приветики, приветушки* – привет. «Приветики, дорогие!», «Девчули, приветушки!».
- *Спасибки* – спасибо. «О.. за вкусняшки спасибо тебе, родная! (это близкой подруге)».
- *Вкусняшки* - вкусное кушанье, сладости. «Вкусняшки к чаю купи».