



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра английского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Метонимическая модель действие - его результат как
концептуальная основа транспозиции».

Исполнитель Тораева Фируза Мурадовна

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель к.ф.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

Гребенник Дмитрий Владимирович

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой

к.ф.н., доцент (ученая степень, ученое звание)

Родичева Анна Анатольевна

«2.07.2020г.

Санкт-Петербург

2020

Содержание

Введение	2
Глава 1 Научно-теоретические основы исследования	9
1.1. Теория номинации	9
1.2 Понятие и виды номинации	11
1.3 Метонимия как концептуальная основа развития значения и транспозиции	24
Глава 2 Термины парфюмерии и косметики как объекты метонимии	43
2.1 Парфюмерный дискурс как сфера актуализации метонимических моделей	43
2.2 Метонимические модели в сфере терминов парфюмерии и косметики ...	49
2.2.1. Семантическая структура лексемы lift	52
2.2.2. Семантическая структура лексемы rouge	57
2.2.3. Семантическая структура лексемы scent	58
2.2.4. . Семантическая структура лексемы Blush	58
2.2.5 Семантическая структура лексемы Peeling	60
2.2.6. Семантическая структура лексемы extract	61
2.2.7. Семантическая структура лексемы squeeze	63
2.3 Когнитивные основания метонимии терминов парфюмерии и косметики	64
Выводы по второй главе	77
Заключение	79
Список использованной литературы	81

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что влияние когнитивного подхода к изучению терминов привело к тому, что внутренняя природа термина, обусловленная наличием связи профессионального познания, коммуникативного процесса и деятельности, стала главным предметом изучения специальных языковых единиц.

Вообще, терминоведение можно отнести к отдельной сфере языкознания, поскольку оно включает в себя специфические знания в области лексикологии.

Термины из разных сфер жизни человека представляют собой интересный объект для исследования. Стоит отметить, что помимо изначально возникшей внутренней конструкции термина, некоторые термины были заимствованы из других отраслей, смежных или отдаленных.

Термины в сфере косметики и парфюмерии в английском языке остаются мало изученными, в то время как занимают значительный пласт лексики современного человека. В связи с этим, актуальность темы исследования не вызывает сомнений.

Словарный фонд языка, как известно, представляет собой наиболее проницаемую, изменчивую и подвижную часть языка, непосредственно отражающую изменения в мире понятий, наименований и реалий, представления народа о разнообразных явлениях внеязыковой действительности и способах их номинации. Лексикон языка, как отмечает Л.А. Козлова, фиксирует не только прошлое, но и настоящее языка и культуры, моментально откликаясь на необходимость именовать новые реалии и давать вторичные наименования старым [1, с. 72].

Одной из характерных черт словарного фонда является его способность постоянно пополняться новыми словами и новыми значениями как заимствованными из других языков, так и вновь созданными. Именно появление неологизмов и является прямым свидетельством

жизнеспособности языка, его способности выразить весь прогресс цивилизации и богатство человеческих знаний.

Другой характерной особенностью словарного фонда языка является наличие в его составе особого лексического пласта терминологии, представляющего лексикон терминологических систем различных научных и профессиональных сфер человеческой деятельности, к числу которых относится и косметический и парфюмерный дискурс.

Реализация косметической и парфюмерной терминологии осуществляется в парфюмерном дискурсе, который часто приобретает черты экспрессивности не только за счёт эмоционального фона, но и за счёт спортивных терминов, построенных на метонимическом и метафорическом переносе и вошедших в разной степени широкое употребление. Свидетельством метафоризации модной терминологии является, например, наличие специальных метафор в терминах, названиях брендах, часто используемых в англоязычных странах, особенно в США.

Актуальность данного исследования обусловлена возрастающим пристальным вниманием лингвистов к такому автономному пласту словарного фонда языка как терминология в целом и парфюмерная терминология в частности в контексте быстро изменяющихся условий жизни в ситуации глобализации, ориентированной на доминирование английского языка во всех сферах жизнедеятельности общества, связанных с человеческим фактором и ростом его возможностей.

Парфюмерное и косметическое производство неразрывно связано с культурой и историей науки всего человечества. За время существования данной области возникло и продолжает возникать весьма значительное количество терминологических единиц, которые требуют всестороннего лингвистического исследования и систематизации. В частности, в рамках данной работы в центре внимания стоят процессы метонимии как продуктивные механизмы семантической деривации в англоязычной терминологии сферы парфюмерного и косметического производства.

Например, Термин-синеждоха *green note* (зеленая нота) содержит в себе классифицирующий метонимизированный терминологический элемент *green* (зеленый), который обладает значениями «натуральный», «природный» и т.д. Обычно зеленые ноты – это запах листьев и свежескошенной травы, реже – некоторых овощей, например, огурца. В данном примере наличествует связь по смежности: цвет и листья, и травы, и огурца – зеленый, выделяется характерное свойство вместо самих объектов. В данном случае актуализируется метонимический перенос, основанный на метафорической модели «характерное свойство – объект».

В традиционном терминоведении метонимия не считалась продуктивными моделями терминологического значения. Вместе с тем в последние 7–10 лет начали появляться достаточно серьезные работы, в которых доказывалась значительная роль метонимии в процессах семантического терминологического значения (В. С. Воропаева [10], О. А. Алимуратов [3]). В настоящее время для большинства отечественных терминоведов очевидна связь между процессами развития терминологического значения и метонимией. Именно этим объясняется актуальность выбранного направления исследования.

Степень изученности проблемы. На сегодняшний день в области исследования процессов номинации отмечаются работы таких исследователей, как В. В. Дементьев [17], А. А. Уфимцева [45]. В их работах результаты вторичной номинации рассматриваются как производные морфологической структуры и значения. Методы вторичной номинации в этом смысле сильно различаются в зависимости от лингвистических ресурсов, используемых для создания новых имен, а характер этой взаимосвязи – это «имя реальности».

Как показывает обзор работ, метонимия рассматривается исследователями, как продуктивный способ вторичной номинации. Так, М. В. Азаренко предпринимает попытку классифицировать типы метонимии в

нескольких современных романах, рассматривая метонимию как одно из средств вторичной номинации [1].

Исследователь предпринимает попытку классифицировать типы метонимии в нескольких современных романах, рассматривая метонимию как одно из средств вторичной номинации. М. В. Азаренко представляет метонимию как одно из ведущих средств вторичной номинации. В аспекте выявления продуктивности метонимии лингвистом также проводятся эксперименты на основе классификации типов метонимии, представленной Джорджем Лекоффом и Марком Джонсоном на материале романа Стефани Майер «Сумерки: Рассвет». Исследователь пишет о том, что каждая пара слов подчёркивает определенные аспекты из полного смысла *redi* и исключает те аспекты, которые кажутся неуместными в этом контексте. Сознательные отношения, такие как гипонимия (*vehicle car, bus, lorry, van*), синонимика (*little/small, over/above, expert/specialist*) и даже антонимия (*on/off, open/closed, dead/alive* – семантическое сходство – все примеры означают ‘состояние’) обязательно являются метонимическими, поскольку описываемые ими смысловые отношения должны включать некоторую степень семантического совпадения [1].

С. Р. Ван Несс обращает внимание на использование вторичных номинаций при создании прозвищных наименований [40]. Исследователь исходит из того, что номинация в лингвистике представляет собой процесс называния, в котором языковые элементы соответствуют объектам, которые они обозначают. В номинации можно выделить три стороны: именуемый объект, именующий субъект и языковые средства, среди которых делается выбор. Признак, выбранный в процессе номинации, лежит в основе имени и формирует его внутреннюю форму. Такие средства вторичной косвенной номинации, как метафора, метонимия и антономазия, являются наиболее продуктивными способами формирования вторичных имен собственных.

П. Д. Дуюнов рассматривает метонимию как продуктивный механизм номинации в текстах научно-технического стиля на русском и английском

языках [19]. Исследователь проводит описание функций, и природы метонимии происходит в самом широком диапазоне: от узконаправленной фигуры речи до основного способа познания и мышления. П. Д. Дуюнов предпринимает попытку описания метонимии, её разновидностей, функций и механизмов образования в текстах научно -технического характера.

Объектом исследования является термины в сфере парфюмерии и косметики в английском языке

Предметом исследования выступают метонимические осмысления терминов парфюмерного и косметического производства.

Целью работы является изучение процесса метонимии в развитии терминологического значения лексики в сфере парфюмерного и косметического производства.

Достижение данной цели обусловило постановку следующих **задач**:

- обозначить понятие и виды номинации в языке;
- охарактеризовать метонимию как средство развития терминологического значения;
- дать характеристику парфюмерному дискурсу как к оптимальной среде актуализации метонимических моделей;
- составить классификацию метонимических моделей на основе анализа отобранных терминов;
- проанализировать когнитивные основания метонимии терминов парфюмерного и косметического производства.

Достижение поставленных задач решалось при помощи следующих методов и приемов:

Метод непосредственного лингвистического наблюдения и описания предполагает описание функционирования тех или иных языковых единиц в естественной коммуникации. Метод позволил изучить значение языковой единицы, ее функции, проанализировать контекст ее употребления. Метод использовался для анализа фактического материала и позволил в дальнейшем систематизировать полученные данные.

Метод систематизации и классификации позволил выделить те или иные группы единиц, фактов, систематизировать теоретический и фактический материал исследования.

Метод анализа словарных дефиниций применялся для анализа базовых терминов исследования, в рамках метода изучаются словарные дефиниции терминов, обосновывается выбор того или иного термина как рабочего в исследовании.

Метод сплошной выборки состоит использовался для банка фактического материала, который необходим для проведения лингвистического исследования.

Метод когнитивного анализа, который использовался для осмысления метонимического переноса значения.

Исследование проводится на основе фактического языкового материала, который был отобран из англо-русского словаря по парфюмерии и косметике Т. В. Пучковой.

Научно-теоретической базой работы послужили работы таких исследователей, как К. Я. Авербух, О. А. Алимуратов, А. Андреева, Н. Д. Арутюнова, А. Н. Баранов, Т. И. Бельская, М. Блэк, В. С. Воропаева, З. С. Гандолаева, С. В. Гринев-Гриневич, Т. М. Грушевская, Д. Дэвидсон, И. И. Зяблова, К. Классен, З. И. Комарова, Н. Е. Курдашвили, И. А. Маринченко, В. В. Морковкин, В. Н. Немченко, В. Г. Павленко, М. Юдин и др.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что в ней в обобщённом виде представлены существующие на сегодняшний день достижения лингвистической науки в плане развития значения слова путем его метонимического осмысления.

Практическая значимость работы состоит в том, что основные ее результаты могут быть применены на курсах по лексикологии английского языка в ВУЗах и при написании научных работ, посвященных изучению процессов метонимии.

Новизна исследования состоит в том, что в работе предлагается авторская типология метонимических моделей, построенная на основе анализа терминов парфюмерного и косметического производства.

Структура работы обусловлена ее целью и задачами. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы, списка словарей и энциклопедии.

Во введении обосновывается актуальность выбора объекта и предмета исследования, определяются основные цели, задачи и методы исследования проблемы, указывается теоретическая база исследования.

В Заключении подводятся основные итоги работы, систематизируются в виде выводов основные положения исследования.

Список использованной литературы содержит ссылки на источники, которые использовались в ходе написания работы.

Глава 1 Научно-теоретические основы исследования

1.1. Теория номинации

Современное общество постоянно развивается, вместе с этим увеличиваются научные и общие познания человечества, и в результате таких изменений происходит непрерывное пополнение языка новыми наименованиями.

Идея номинации лежит в основе любого языка, ведь во всяком языке имеются слова, служащие средством наименования любого предмета и объекта действительности. Первые попытки охарактеризовать номинацию с точки зрения языковой действительности приходятся еще на XIX век, однако началом отечественного языкознания считаются 60 -е гг. XX века, когда теорией номинации начали серьезно заниматься советские лингвисты. Это явление хорошо охарактеризовала Е.С. Кубрякова в статье «Ономасиология », когда отметила, что именно в эти годы происходит расширение границ ономасиологии и усложнение теоретического аппарата науки [30, с. 49].

Область лингвистики, изучающая номинативную функцию лексических единиц, называется ономасиологией. В современной науке ономасиология рассматривает не только слова, обозначающие явления или объекты действительности (в данном случае правомерно говорить о простой номинации), но и выражения, обозначающие целые ситуации общения или фон, на котором происходит какое-либо явление действительности.

В каждом языке номинация в области парфюмерной терминологии представляет особый пласт лексики, являющийся открытой системой, регулярно пополняющейся новыми терминологическими единицами, которые либо создаются искусственно на основе существующих в языке словообразовательных методов и моделей, либо возникают в результате терминологического переосмысления и терминологизации общеупотребительных лексических и фразеологических единиц, либо

заимствуются из других языков, проходя этапы транснационализации и интернационализации.

Понятия «термин», «терминология» и «терминологическая система», к сожалению, не имеют общепринятых дефиниций. В данной работе под термином понимается специальное слово или словосочетание, принятое в определенной профессиональной сфере и употребляемое в особых условиях [2, с. 12].

Несмотря на частую взаимозаменяемость понятий «терминология» и «терминологическая система», представляется возможным дифференцировать эти понятия в данном исследовании и рассматривать «терминологию» как «совокупность лексем естественного языка, которые служат для обозначения понятия конкретной специальной деятельности или области знаний, стихийно складывающихся в процессе зарождения и развития этой области» [11, с. 54-55].

По мнению А.В. Суперанской, Н.В. Подольской и Н.В. Васильевой, данная совокупность лексических единиц может относиться как к конкретной специальной области знаний, так и ко «всей совокупности областей научного знания» [10, с. 28]. При таком подходе терминологическая система – это упорядоченное, систематизированное множество терминов, словесно отражающих систему понятий конкретной науки.

Как указывает В. М. Лейчик, главной характеристикой, которой должна обладать каждая терминосистема, в том числе и парфюмерный дискурс, является системность и строгая логическая взаимосвязь между элементами этой системы. В случае если термин не отвечает данным требованиям, он вытесняется за пределы терминосистемы [5, с. 42].

В этой связи Е. И. Гуреева считает, что номинация парфюмерной терминологии – это составная часть языка профессиональной коммуникации парфюмеров, модных домов, и потребителей индустрии, характеризующаяся слабой разграниченностью от общелитературного пласта лексики, численностью пользователей, открытостью, динамизмом, оценочной

характеристикой наименований, наличием большого количества синонимов [4, с. 54]. Терминосистема представляет собой совокупность слов и словосочетаний, обозначающих как создание парфюма, так и специфику ассоциативного ряда, служащих для осуществления коммуникации в области парфюмерии и характеризующихся строгой логической взаимосвязью между элементами парфюмерной системы.

Таким образом, спортивная терминосистема, которая анализируется в нашем исследовании, формируется из разнообразных терминов. Особый интерес представляют новые термины, которые создаются специалистами в рамках парфюмерной сферы, поскольку они представляют наиболее подвижный класс лексики.

1.2 Понятие и виды номинации

В аспекте номинации каждый знак имеет четко определенное значение – сигнификат, с помощью которого осуществляется однозначный акт коммуникации. Поэтому в плане номинации многозначность слова содержит интерпретацию для случаев косвенной номинации, а также для образования новых слов. Именно для номинации принципиально важным является одно условие: любая языковая единица (прежде всего, слово) остается тождественной благодаря сохранению определенности и однозначности сигнификата.

Для механизма номинации особенности выбора признака укладываются в универсальную гносеологическую схему отражения в понятии (сигнификате) реальных объектов, что и дает право, с одной стороны, существовать в языкознании особой дисциплине – теории номинации; а с другой – семасиологии, этимологии и т. д.

В каждом языке, независимо от этимологии конкретных слов, сигнификативная сторона лексики (при всем разнообразии формы слова) однозначно соотносится с тем или иным предметом или явлением, и является

базой для номинации отдельных слов, чего в итоге достаточно для полного охвата совокупности мышления человека, направленного на тот или иной фрагмент действительности. Гносеологический характер номинации не меняется от того, какой денотат предмета фиксируется в том или ином отдельном слове. Решающим становится отражательный характер обозначения того или иного реального предмета, признака и т. п. в языковых формах.

По словам Н. Д. Голева, механизм номинации для всех языков является единым. Ученый полагает, что правильность отражения окружающего мира для всех народов, говорящих на разных языках, подтверждается уже не языковой системой, а практической деятельностью человека [12, с. 14].

Данное разделение восходит к теории означивания Э. Бенвениста [6, с. 113], которая описывает два способа означивания системных средств — семантический и семиотический:

1. Семантический вариант подразумевает «специфический способ означивания, порождающийся речью, т. е. «семиотическое (знак) должно быть узнано, семантическое (речь) должно быть понято» [6, с. 134].

2. При семиотическом варианте происходит передача статуса целостной единицы языковому знаку: существование знака возможно в том случае, если он опознается в виде означающего всей совокупностью членов языкового коллектива при условии, что у каждого вызывает в целом одинаковые представления и ассоциации [6, с. 139].

Наряду с первичной и вторичной выделяют также естественную и искусственную номинации.

Естественная номинация представляет собой «процесс стихийного выбора языковым коллективом оптимального варианта содержания и формы языковой единицы в ходе использования ее в актах речевой коммуникации» [15, с. 7]. К данному виду номинации относятся наименования флоры и фауны (чаще всего названия птиц), а также топонимы.

Под искусственной номинацией понимается преднамеренное словотворчество с осознаваемым нарушением стандарта, которое направлено на обогащение языкового фонда [14, с. 1]. Примером искусственной номинации является создание многих терминов науки.

Таким образом, оба вида номинаций используют один общий языковой материал. Искусственная номинация сохраняет и активно использует модели естественной номинации, при этом в ней вырабатываются свои традиции в приемах и принципах называния вещей и явлений [14, с. 9].

Без внутренней формы лексической единицы и номинации не существует языковой полноценности. Новое наименование должно отражать один из признаков лексического значения, более четко идентифицировать предмет, выделять его из любой совокупности других предметов. Для того чтобы построить слово, необходимо знать признаки понятия, которое становится объектом номинации.

Понятие внутренней формы в лингвистику ввел выдающийся ученый В. фон Гумбольдт, который различал внешнюю (звуковую, грамматическую и т.д.) и внутреннюю формы, понимая последнюю как совокупность путей, способов и приемов, с помощью которых внеязыковое содержание передается внешними звуковыми средствами. Иначе говоря, внутренняя форма – это способ, с помощью которого категории мышления объективируются в языке. Исследователь отмечал, что внутренняя форма является своеобразной для каждого языка, проявляясь и воплощаясь во внешней форме. Это своеобразие внутренней формы каждого языка проявляется как в членении лексического мира, так и в системе грамматических категорий, и в неповторимых структурах всех языковых уровней. Внутренняя форма является ведущей по сравнению с внешней, так как она неповторима для каждого языка, фиксирует особенности национального мировоззрения [8].

А. А. Потебня переосмысливает и сужает рассматриваемое понятие. Под внутренней формой ученый понимает определенные признаки, отраженные в этимологии слова. Так, он считал, что в каждом слове можно выделить

субъективное и объективное, и, изъяв субъективное, мы оставляем лишь звук, то есть внешнюю форму, и этимологическое значение, то есть объективную внутреннюю форму. Слово выражает не всю мысль, которую мы принимаем за его содержание, а лишь один ее признак. В подтверждение своей мысли А.А. Потебня сравнивает подснежник – «цветок семейства Гиацинтовых», который в русском языке называется «подснежник», а в украинском – «пролісок». Русский человек при номинации использовал тот факт, что цветок прорастает под снегом, а украинец – что он связан с лесом. Сравним внутреннюю форму названий подснежника в других языках: нем. *Schneeglöckchen* (буквально «снежный колокольчик»), англ. *snowdrop* («снежная капля»), франц. *perce-neige* («прокалывает снег») и польск. *przebiśnieg* («пробей снег»). Вместе с тем, научное название этого цветка *Galánthus* буквально означает «молочный цветок» (с древнегреческого *gála* «молоко» и *ánthos* «цветок»)» [39, с. 17-200].

В сфере первичных образов еще нельзя отделить внутренние формы значений, объем их содержательных характеристик практически совпадает. Расчленение внутренней формы и значения произошло, скорее всего, уже после того, как в процессе перехода от «архаического мышления» к мышлению научному человек научился думать абстрактно, создавать обобщенные наименования для класса предметов, отделять признаки их категорий, что определило отношение гомоморфизма между этими двумя категориями семантики. Таким образом, с развитием цивилизации появились средства более полного и устойчивого воплощения сознания.

Внутренняя форма является лишь посредником между лексическим значением и материальной языковой оболочкой, потенциально вступая со значением в отношения гомоморфизма. В отношении этого факта А.А. Потебня писал о том, что внутренняя форма слова, произносимая говорящим, дает направление мысли слушателя, но она лишь побуждает его, дает лишь способ развития в нем значений, не определяя границ его понимания слова [40, с.140].

Анализ внутренней формы слова не всегда помогает определить его значение. Отсюда вряд ли есть основания утверждать, что внутренняя форма слова представляет собой языковую мотивированность. По нашему мнению, мотивацию следует рассматривать как свойство внутренней формы, как результат ее соответствия значению, а внутреннюю форму – как основу мотивации лексической единицы.

Поэтому мнение О.И. Блиновой о том, что «внутренняя форма – это морфосемантическая структура слова, включая морфемный состав, мотивационное значение, которое выражается с его помощью и предопределяет рациональность связи его звуковой оболочки и лексического значения» [7, с. 32], является не вполне обоснованным. Во-первых, «мотивационное значение», так или иначе, включает в себя значение морфем и семантические отношения между ними. И, во-вторых, также вызывает сомнение само понимание «рациональности связи», т.к. внутренняя форма слова часто создает лишь иррациональную связь между его звучанием и значением.

Внутренняя форма лексической единицы репрезентируется ее морфемной структурой и образует не простую совокупность значений и его составляющих, а определенную систему взаимосвязанных и взаимообусловленных элементов. Внутренняя форма является системной характеристикой слова или словосочетания, выполняющей роль связующего звена между звуковой оболочкой и значением.

Можно также предположить, что лексические единицы фиксируются в нашей памяти в первую очередь не в виде комплексов фонем и даже не в виде значений, а посредством внутренних форм. Без них не может осуществляться связь между планом выражения и планом содержания, хотя акт коммуникации, вполне понятно, вносит здесь некоторые свои коррективы. Внутренняя форма воплощает тот след, который слово оставляет в памяти человека. Слово отсылает человека к предмету (т.е. имеет для него значения) еще и потому, что оно имеет внутреннюю форму. Незнакомые слова не

маркируются внутренней формой, не находят отклика в сознании коммуниканта.

По утверждению А. А. Леонтьева, в памяти интерпретатора значение хранится не «само собой», и оно связано не с телом знака (звучанием, акустической формой), а с образом тела знака. Человеческое понимание образа включает только признаки, входящие во внутреннюю форму, как возможная составная часть всего корпуса признаков лексического значения. Исходя из этого, внутренняя форма, являясь актом отражения признака (признаков) денотата с помощью языковых средств, с точки зрения апперцепции, выступает одновременно как представление. Аналогичные рассуждения встречаем в работах Д.Н.Кудрявского [32, с. 39], А.А. Потебни [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 140], Н.И. Мигириной [39, с. 6].

На наш взгляд, наименование понятия возникает тогда, когда заложены определенные предпосылки понятия, когда, образно говоря, вырисовываются его «контуры». Иначе слово-метка не может претендовать на роль точного инструмента формирования понятия, а изображенные им признаки носят чисто случайный характер, как это слово должно с определенной точностью и в необходимом аспекте идентифицировать соответствующее понятие, одновременно акцентируя его своеобразие и родство с другими понятиями. Для того, чтобы название указывало на денотированный класс предметов, понятий, оно должно отражать хотя бы один из их признаков.

Понятие фиксируется в языке в виде значения. С помощью внутренней формы мы различаем такие главные этапы языковой номинации:

- 1) проявление особенностей нового понятия;
- 2) возникновение слова-метки;
- 3) уточнение внутренней формы на основе значения;
- 4) совершенствование термина в процессе его функционирования, что отражается, в первую очередь на значении;

5) изменения в сфере значения, вызывающие определенные изменения внутренней формы, соответствующей, таким образом, своему языковому содержанию (значению).

Слово может еще не появиться, но «контуры» понятия уже существуют, оформляются описательно, «оттачиваются» и только потом возникают языковые «метки», которые также должны пройти через «оттачивание» в использовании, пока не будут приняты и применены носителями языка или словарными источниками, хотя на этом процесс развития внутренней формы и значения не заканчивается.

В процессе языковой номинации осуществляется также взаимосвязь объективного и субъективного. Для слушателя восприятие содержания в целом является объективным, в то время как для того, кто говорит, это содержание имеет во многих аспектах субъективный характер.

М. И. Исаев в своей работе пишет о том, что мышление идеально (в том числе это и идеальная сторона языковых единиц). Вместе с тем, мышление отражает объективную действительность. Однако мышление одного индивида и идеальные стороны языковых единиц, используемых в процессе изучения для другого индивида, выступает как объективное явление, существующее вне и независимо от него» [24, с.13].

Взаимопонимание требует максимального соответствия объективных и субъективных факторов с целью достижения наибольшей эффективности речевых контактов.

О. И. Блинова, подчеркивая особую практическую важность явления мотивированной в процессе терминологической номинации, пишет о том, что «следует максимально использовать функциональную нагрузку внутренней формы слова-термина и бережно относиться к фактору его мотивации, потому что удачная внутренняя форма термина может служить орудием познания развития научного понятия» [7, с. 15].

С помощью одного только указания могут образовываться новые производные единицы. Они возникают в целом сами по себе, изолированно

от значений. Вполне понятно, что невозможно обозначить все явления, факты, свойства объективной действительности только непроеизводными единицами. Это, во-первых, превратило бы язык в набор символов; во-вторых, между лексическими единицами не наблюдалось бы языковой системной связи, то есть семантическая сторона языка значительно обеднела бы; в-третьих, осложнилось бы восприятие речи и ее использование, что обязательно отразилось бы на взаимопонимании пользователей языка.

Следовательно, этимология способна выявить искомую или реконструировать другую внутреннюю форму, сопоставимую, скорее всего, с ее первым значением. Внутренняя форма слова – это первоначальное этимологическое значение, возникающее в результате опоры на первичный признак.

Сегодня теория номинации рассматривается в лингвокультурологическом аспекте, который является неотъемлемой частью современных языковедческих исследований, ведь именно в этом аспекте можно глубже изучить процессы номинации отдельных названий или явлений. Номинация понимается как наименование предметов и ситуаций с помощью языковых средств, закрепленных за определенным референтом того или иного специального знака.

Рассмотрение номинации в этом аспекте стало возможным в связи с эволюцией взглядов на сущность номинативного процесса. Согласно традиционной точке зрения, номинацию рассматривают как обозначение фрагментов внеязыковой действительности, ср.: «Номинацию понимают как наименование предметов и ситуаций с помощью языковых средств, закрепленных за определенным референтом того или иного специального знака» [34, с. 6]. Такое понимание номинации сохраняется и в современных работах: «Номинация – создание и присвоение названий (и других языковых обозначений) познанным и вычлененным фрагментам действительности, т.е. установление отношений между определенной языковой единицей и

соответствующим предметом (явлением, признаком и т. д.)» [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Рассматривая особенности номинативных структур английского языка, отметим, что акт создания наименования, несмотря на внешнюю мгновенность, включает в себя несколько необходимых элементов.

1. Явление, подлежащее называнию, отражается в сознании в форме понятия и, следовательно, подводится под ту или иную понятийную категорию, то есть квалифицируется как предмет, действие, качество. Необходимость такой квалификации доказывается тем, что словообразовательные модели распределены в языке между частями речи, соответствующими данным понятийным категориям.

2. В явлении, подлежащем называнию, выделяются отличительные признаки, один или, в отдельных случаях, два из которых будут положены в основу номинации. Материал показывает, что выбор опорного номинативного признака не является абсолютно случайным. В большинстве случаев это той или иной глубины существенный признак.

3. В языковом плане эта работа мысли, как указывает И. С. Торопцев, проявляется в создании описательного сочетания, в котором фиксируется квалификация явления как принадлежащего соответствующей понятийной категории и какие-то отличительные признаки этого явления. Происходит синтаксическая объективация нового знания. Из наличия такого, пусть неустойчивого, часто существующего лишь на уровне внутренней речи выражения и можно объяснить, как находится производящая основа для нового слова.

4. Словообразовательный акт завершает процесс номинации. В нем суммируется все, что раньше произошло в сознании: квалификация явления как предмета, действия, качества позволяет обратиться к группе словообразовательных моделей определенной части речи. Описательное сочетание, отразившее родовую отнесенность и отличительные признаки явления, поставляет производящую основу, от которой по 'избранной модели

образуется новое слово. Квалификация явления как предмета, качества, действия не включает в себе возможности появления номинативных вариантов.

Более того, подведение явления под какой-то конкретный род может оказаться даже своеобразным препятствием из пути дальнейшего развития номинативного процесса, если ни один из отличительных признаков явления не станет для языка существенным.

Процесс номинации может развиваться и дальше. Выбор опорного номинативного признака, этот важнейший элемент номинативного процесса, включает в себе главный источник появления номинативных вариантов. Они возникают в том случае, когда в качестве основы номинации избираются разные признаки явления.

Разница в опорных номинативных признаках — важнейшая причина возникновения номинативных вариантов. Однако возможность их появления сохраняется и в том случае, когда в актах наименования какой-то реалии в качестве основы называния используется один и тот же признак предмета. Источник номинативных вариантов заключается при этом в особенностях описательных сочетаний, которые имеют одинаковый смысл, но различаются составом слов или структурой.

Номинативные варианты появляются в подобных случаях потому, что опорный номинативный признак реалии вызвал в разных актах называния разные ассоциации. Это отразилось на составе описательного сочетания и затем на выборе производящей основы. Выбор словообразовательной модели также содержит в себе возможность возникновения номинативных вариантов.

Каждый тип единиц номинации характеризуется неповторимым набором признаков. Такими признаками являются: а) синтетизм/анализм наименования, что позволяет противопоставить наименования, замкнутые рамки одного слова, несколькословным наименованиям; б) глобальность знака, его семантическая целостность расчлененности и мотивированности,

что позволяет противопоставить слово непроеизводное как холистический знак всем прочим, демонстрирующим разную степень расчлененности: так, производные слова менее расчленены в своей семантике, чем сложные, сложные - мене, чем словосочетание и предложение, хотя все перечисленные единицы составлены из более мелких единиц и потому передают свое значение через образующие их знаки и отношения между ними; в) отсутствие или же наличие предикативной связи между составляющими знаками, что позволяет выделить слово простое без этой связи и противопоставить его всем прочим единицам номинации, где эта связь присутствует либо в латентном, скрытом виде..., либо является внешне выраженной.

Под номинативными единицами подразумеваются лексические единицы языка как знаки первичного означивания, в отличие от предикативных знаков (фраз и высказываний) как знаков вторичного означивания [24, с. 38–39].

Под культурным компонентом значения номинативных единиц понимается такая закреплённая за языковыми знаками информация, содержанием которой является знание об определенном культурном феномене, причем это знание является символическим и ценностным. Под символическим знанием понимаем знание, выходящее за пределы узко практической деятельности человека, тогда как ценностное знание является значимым для человека, оно не просто воспринимается, но и переживается, что свидетельствует о выделении определенного факта или феномена, и определяется в диапазоне этических (хорошее / плохое) или эстетических (прекрасное / безобразное) оценок. Культурный компонент в семантической структуре является определенным результатом взаимодействия языка и культуры. Сигналом данного взаимодействия может выступать мотивированность знакового отношения между единицами языка и культурными феноменами, которые они обозначают.

Наименование предмета, явления, свойства должно «подсказывать» его значение, ориентировать на содержательную сторону, а не просто

фиксировать единицу в речи. Следовательно, раскрывая одну из сторон понятия, слово отсылает ко всему понятийному объему. Наименования, ориентирующие на содержание понятия, одновременно отражают большое количество системных характеристик лексических единиц, поскольку понятия, как и факты реальной действительности, взаимосвязаны. В этом заключается связь между номинацией и мотивированностью. Необходимость мотивированного образования наименований заключается в удобстве хранения знаков в памяти, что в свою очередь обуславливает взаимопонимание между участниками коммуникации.

Концепт «парфюм» многозначен, он предстает в виде определенных концептуальных макро- и микроблоков, которые отражают его сложную и многомерную структуру. Происходит объединение ядра и периферии концепта в три концептуальных макроблока:

- алетический (парфюм – это объективное явление, при этом не имплицитно нарицательное);
- аксиологический (являясь социальной и культурной ценностью, парфюм передает оценку тенденций и вкусов, в то же время сама постоянно подвергается оценке социума);
- деонтический (мода в области парфюма является предписанием, законом, создаваемым обществом).

Отдельные микроблоки концепта, которые относятся к его объективным и субъективным характеристикам, связываются в единый концептуальный комплекс, обладающий разноуровневой и многослойной структурой [16].

Текстовая репрезентация – это один из наиболее важных компонентов формирования концепта является. В текстуализированном пространстве моды происходит реализация важных признаков концепта, для некоторых из которых характерно приобретение первоначального значения в концептосфере культуры.

При исследовании концепта «парфюм» важно учитывать способы, при помощи которых происходит обозначения различных аспектов этого явления в языке, речевые репрезентации и связанные с ними культурные импликации, которые прочно укрепились в сознании носителей языка и культуры. Реализовать данный подход невозможно, не обратившись к конкретным социально-историческим факторам. На моду и отношение к ней в каждой из рассматриваемых культур существенное влияние оказали экономические, политические, социальные, культурные и исторические условия.

Несмотря на большое количество различий в дефинициях парфюмерного дискурса, который будет рассмотрен далее, чаще всего под ней понимается манера, одеваться, которая отражает вкус, господствующий в тот или иной временной период. Парфюм является, прежде всего, социокультурным явлением, выступает как реализованная форма поведения, поддерживающая те или иные вестиментарные вкусы и предпочтения посредством подражания эталонному образцу, который пропагандируется в данный временной период [21].

Перечислим основные характеристики парфюма как социокультурного явления: мода на него современна, массово, подражательна, циклична, нормативна.

Одновременно с универсальными характеристиками явления, которое подвержено изменениям во времени и пространстве, исследуемым нами культурам присущи некоторые частные характеристики.

Для российской моды на парфюм, в силу специфики своего развития, в целом характеризуется ориентированностью на Западную Европу, другими словами, «евроцентричностью».

Англии же, наряду с общей тенденцией к интернационализации и демократизации, присуща более высокая социальная дифференциация моды на парфюм.

В обеих культурах концепт «парфюм» обладает сложной и разветвленной структурой. В рамках него выделяют рациональное и

эмоциональное, абстрактное и конкретное, общечеловеческое и индивидуальное, универсальное и этническое. Это концепт-код, концепт-константа, актуальный для русской - и англоязычной лингвокультур и объединяющий многочисленные группы людей [39].

Эти номинанты обладают основными признаками концепта: обладают культурной значимостью для социума (Н. Д. Арутюнова). Во всех оттенках реализуемых смыслов частично сохраняется исходное значение этих номинантов и характеризуется ментальной природой (Е. М. Верещагин, В.Г. Костомаров). Вышеуказанные номинанты представляют собой ценность для сознания носителей языка и (Г. Г. Слышкин), им присуще свойство переживаемости (С. Г. Воркачев).

1.3 Метонимия как концептуальная основа развития значения и транспозиции

Конверсия – такой вид словопроизводства, при котором словообразовательным средством служит только парадигма слова. Это безаффиксальный способ словообразования, в результате которого образуется категориально отличное слово, совпадающее в некоторых формах с исходным (т.е. соблюдается тождество корня).

Особый интерес для изучения словообразования того или иного языка представляют те случаи, когда грамматическое (морфологическое) оформление слова предстает в качестве единственного словообразовательного средства. Рассматривая процессы деривации, протекающие без осложнения основы мотивирующего слова словообразовательными аффиксами, приходится соприкасаться с проблемой функционирования в современном языкознании большого количества терминов, представляющих для нас интерес.

Так, В.В. Лопатин в своей кандидатской диссертации «Способы именного словообразования в современном русском языке (нулева я

аффиксация, субстантивация)» относит нулевую аффиксацию и субстантивацию к так называемому «словообразованию с невыраженной производностью». Автор обращает внимание на тот факт, что в романо - германистике некоторые лингвисты (ссылка на М. Докулила) объединяют безаффиксное словообразование и субстантивацию с понятиями несобственной деривации (конверсии). В русистике же данные способы разграничиваются, а это свидетельствует об отсутствии единства в решении данного вопроса и его слабой изученности с системно - словообразовательной точки зрения.

Как отечественные, так и зарубежные лингвисты образование нового слова без использования каких-либо словообразовательных элементов терминируют по-разному. Так, А. А. Шахматов считал, что «одни части речи могут переходить в другие, не изменяя формы», а результат перехода - новое слово, точнее его семантико-грамматическое переоформление. Л.В. Щерба в докторской диссертации «Восточно - лужицкое наречие» указал один из трех важных способов словообразования - это способ «обозначения новых понятий путем иного применения старых слов» [3, 17].

В.В. Виноградов в свою очередь терминировал это явление как лексико-семантический способ словообразования. В числе трех основных словообразовательных способов в современном русском языке З.А. Потиha называет морфолого-синтаксический. Суть способа, по его мнению, заключена в переходе слова в определенных синтаксических условиях из одной части речи в другую без внешних изменений.

Н.П. Голубева считает, что для характеристики явлений переходности из одной категории в другую более удобен термин трансформация, так как переходность в системе частей речи - одна из разновидностей трансформации. В процессе трансформации уже известные грамматические формы приобретают новые лексико-грамматические значения, вступают в состав других грамматических категорий. При этом

они приобретают способность к изменению смыслового объема: сужению или расширению. Так понимается этот процесс А.Ф. Журавлевым.

В.Н. Немченко предлагает считать морфолого -синтаксическое словообразование «особой» разновидностью флексийного (фонетико - морфологического, безаффиксального, бессуффиксального) словообразования. Видимо, в эти термины он вкладывает тот же смысл.

В.В. Лопатин, ссылаясь на работы М. Докулила и А.И. Смирницкого, называющих данный способ словообразования конверсией, а также на работу Н. Марчанда, который вводит понятие «деривация при помощи нулевой морфемы», в принципе, не возражая против термина конверсия, строго разграничивает кон -версию и нулевую аффиксацию, а когда речь заходит о случаях: золото - золотой, синий -синь..., отдает предпочтение термину нулевая аффиксация.

Н.Д. Арутюнова дополняет ряд определений, вводя в оборот термины «обратная деривация», «несобственная деривация». Суть способа, называемого вышеуказанными терминами, автор видит в создании слов «без участия специальных словообразовательных морфем. Основы новых слов не содержат поэтому аффиксов» (Арутюнова, с. 471).

Многие языковеды именуют рассматриваемый процесс конверсией (А.И. Смирницкий, М. Докулил, Е.Г. Со шальская, С.П. Сафронова, П. А. Соболева, Н.В. Смирнова, Ю.А. Жлуктенко, Ю.С. Степанов, И.А. Мельчук, Е.С. Кубрякова, В.М. Никитевич и др.).

Вслед за А.В. Суперанской и Н.К. Фроловым, мы придерживаемся мнения, что именно термин КОНВЕРСИЯ целесообразнее использовать в топонимике при описании перехода апеллятива в один без использования словообразовательных аффиксов. В связи с этим попытаемся ввести понятие «словообразовательной конверсии» в область топонимастики, сформулировав рабочее определение, очертив круг языковых единиц, способных соотноситься по топонимической конверсии.

Термин конверсия (лат. *conversio* - «изменение, превращение») применяется в разных областях научных знаний. В лингвистике, однако, он трактуется далеко не однозначно.

С.П. Сафронова в работе «Конверсия в древнеанглийском языке» дала краткий обзор суждений зарубежных языковедов, занимавшихся вопросами лингвистической конверсии. Оказалось, что в 50 -е гг. были известны две точки зрения, касающиеся явлений конверсии. Так, некоторые зарубежные лингвисты трактуют конверсию как употребление одного и того же слова (Ж. Кеннеди, Ж. Вандриес) либо как употребление одной и той же формы слова в функции разных частей речи (О. Есперсен), т.е. здесь речь идет о «переходе» из одной части речи в другую. Иного мнения придерживается основоположник теории конверсии Г. Суит, который отметил некоторое сходство «конверсии» и «словопроизводства». Д. Ли, М. Бизе признают конверсию словообразовательным средством, хотя конверсия трактуется ими всего лишь как различное функционирование одной и той же языковой единицы (Суит 2003). Н. Марчанд считает, что конверсия обязательно должна сопровождаться употреблением слова в несвойственной ему синтаксической функции, без изменений морфологических и лексических. Следовательно, лингвисты подводят под «конверсию» самые разные языковые явления и не ставят вопрос о словообразовательном механизме конверсии.

В советском языкознании А.И. Смирницкий в 1950 -е годы впервые сформулировал довольно четкое определение конверсии, ответив на вопрос, что является словообразовательным средством при конверсии. А.И. Смирницкий утверждает, что конверсия - это не просто изменение лексического значения слова или его синтаксической функции, что назвать конверсию просто «переходом из одной части речи в другую» (именно так толковали (понимали) конверсию до него) недостаточно, т.к. это, в конечном счете, ничего не дает, а главное то, что конверсия - это способ словообразования, т.к. в результате этого процесса получается новое слово.

Конверсия, по Смирницкому, - это вид словообразования (словопроизводства), при котором словообразовательным средством служит только сама парадигма слова.

Следует заметить, что большинство отечественных лингвистов, вслед за Смирницким, придерживаются аналогичной точки зрения, определяя конверсию как способ словопроизводства. Уже в начале 1960 -х годов, параллельно с работами А.И. Смирницкого и его последователей, зарубежные лингвисты М. Докулил и Н. Марчанд также рассматривают конверсию в словообразовательном аспекте и отвечают на вопрос о словообразовательной специфике конверсии. Главный признак конверсии - неразличение соотносящихся по конверсии слов какими -либо словообразовательными аффиксами (с этим постулатом согласны все лингвисты).

По Смирницкому, слова, имеющие один и тот же звуковой комплекс, перешедшие из одного качества в другое, отличаются только парадигмой, которая выступает при данном особом виде словопроизводства в качестве основного словообразовательного средства. Этот вывод он делает на том основании, что система грамматического изменения слова, т. е. парадигма, выступает не только как грамматическое изменение, «характеризующееся с точки зрения различий и соотношений между отдельными входящими в нее формами», как бы изнутри, но и как бы извне «... как данная система форм, рассматриваемая <...> со стороны других парадигм и отличная от них. Парадигма данного слова характеризует его именно как слово определенного типа, определенного грамматического разряда, определенного грамматического класса и тем самым выполняет и лексическую функцию, являясь определенным оформителем слова». Таким образом, специфика конверсии состоит не столько в использовании парадигмы слова в качестве словообразовательного средства вообще, сколько в «использовании ее именно как единственного средства без каких-либо иных специальных словообразовательных средств». Точки зрения

А.И. Смирницкого на процесс конверсии полностью придерживается Е.Г. Сошальская.

М. Докулил, в свою очередь, на материале чешского языка расширяет рамки понятия «конверсия». В отличие от Смирницкого, ограничивающего конверсию только случаями с неизменной основой без звуковых видоизменений, Докулил признает конверсию, сопровождающуюся фонетическими изменениями (Докулил 2004). Несмотря на отдельные разногласия, А. И. Смирницкий и М. Докулил едины во мнении, что при безаффиксальном словообразовании единственным словообразовательным средством является словообразовательная парадигма мотивированного слова.

Поддерживая в основном А.И. Смирницкого (о конверсии как словообразовательном способе), И.А. Мельчук уточняет некоторые его формулировки. Конверсия, по Мельчуку, «... носитель значения, в каком -то отношении подобный суффиксу, т.е. смысл, передается изменением грамматической сочетаемости основы. Конверсия - операция изменения синтактики... Конверсией называется языковой знак, обобщающим которого являются изменения синтактики других языковых знаков». Что «собственно словообразовательным приемом является здесь операция по замене одних морфологических показателей на другие, т.е. смена парадигмы. Что касается словообразовательного средства при конверсии, то Мельчук согласен с мнением А.И. Смирницкого, утверждающего, что им может быть только парадигма слова, точнее, - смена парадигм.

Вопрос о двояком аспекте конверсии как акта словообразования в его синхронии и диахронии не получил разрешения, поскольку «... сложный вопрос о взаимоотношении словообразовательных процессов и соответствующих словообразовательных отношений нуждается в специальном рассмотрении». В то время как основной ролью словообразовательных процессов является обогащение и пополнение словарного состава, основная роль словообразовательных отношений -

структурно-унифицирующая, состоящая в организации простейших элементов лексической системы языка (слов) в более крупные структурно - семантические гнезда (словообразовательные гнезда), в приведении к словообразовательным отношениям в системе языка.

В этой связи П.А. Соболева предлагает свое определение конверсии: «это такой тип словообразовательных отношений, при котором слова общего корня (то есть одного и того же словообразовательного гнезда) обладают омонимичными основами и различаются парадигмой» (Соболева 2007).

Правда, П.А. Соболева признает словообразовательную роль парадигмы только в диахронном аспекте, с точки зрения синхронии рассматриваемого явления она считает, что можно говорить лишь о словоизменительной роли соответствующих структурно - семантических отношений. То есть П.А. Соболева четко разводит синхронный и диахронный аспекты изучения словообразовательной конверсии.

Что же касается остальных терминов, использующихся в области топонимистики, таких, как «онимизация (топонимизация) апел -лятива», «непроизводные названия», «омонимичные нарицательные имена», не будем к ним относиться столь же категорично, как к «нулевой аффиксации», в принципе все они могут быть использованы для описания рассматриваемого нами языкового явления.

Особая продуктивность конверсии в английском языке объясняется существованием большого количества непроизводных слов, не закрепленных аффиксально за определенной частью речи, слов с нулевой флексией. Конверсия всегда сопровождается изменением привычного синтаксического окружения. Например: The story was filmed. They kept us in the dark. He elbowed his way through the crowd.

Разновидностями конверсии являются:

1) вербализация (образование глаголов, чаще от существительных, реже от других частей речи): n. a tape → to tape, n. a house → to house;

2) субстантивация (образование существительных, чаще от глаголов, реже от других частей речи): v. to try → n. a try, a. criminal → n. a criminal;

3) адъективация (образование прилагательных, чаще от существительных): n. a rear → a. rear (end), n. a pacifist → a. pacifist (movement);

4) адвербиализация (образование наречий, как правило, от прилагательных): a. still – adv. still (to stand still).

Следует отметить, что наиболее продуктивными из перечисленных являются вербализация и субстантивация.

Конверсия может быть полной и частичной. При полной конверсии вновь образованное слово приобретает все свойства другой части речи. При полной вербализации существительных и прилагательных производные слова начинают обозначать действие и употребляются в форме сказуемого, например:

He tensed himself for action. The actor was hissed off the stage.

При полной субстантивации конвертированное прилагательное может иметь при себе определение-прилагательное, употребляться с артиклем, выступать в предложении как подлежащее, прямое дополнение: He is a real criminal. The criminals appeared in the city.

При частичной конверсии производное слово приобретает не все признаки другой части речи. Например, субстантивированные прилагательные и причастия употребляются только с определенным артиклем: You must learn to accept the inevitable. Некоторые из них могут иметь только форму множественного числа: casuals – обувь на каждый день; perennials – вечнозеленые растения. Многие субстантивированные глаголы не принимают окончания множественного числа: It gave me quite a scare. That was a good laugh.

Наиболее распространенная разновидность конверсии – вербализация существительных: chair – to chair a committee; thumb – He thumbed through the book. Существительные, конвертированные от

глаголов, в глагольных конструкциях обычно обозначают одноразовое действие: to try – to have a try, to look – to take a look, to call – to give a call. Причастия и образованные от них прилагательные отличны друг от друга. Причастие обозначает временный признак, связанный с действием, которое производится: a standing man (прич.). Прилагательное обозначает признак безотносительно к действию: a standing rule (постоянно действующее правило).

Ср.: a walking man – a walking case (больной, которому можно вставать).

Изучению конверсии посвящено много работ, в которых определяется ее роль в строе английского языка, понимание ее сущности для определения грамматических и лексических границ слова, разграничения частей речи. В работах А.И. Смирницкого было исследовано соотношение между исходным и производным словом, выявлена внутренняя, семантическая его производность, сделан вывод о появлении в результате конверсии нового слова. А.И. Смирницкий определяет конверсию как такой вид словообразования, при котором словообразовательным средством служит только парадигма слова. Исключая из состава единиц языка словосочетания, предложения, А.И. Смирницкий считал спецификой основной единицы языка его морфологическую характеристику, поэтому рассматривал конверсию как морфологический способ словообразования, не учитывая грамматическую сочетаемость слова. Анализируя тождественные слова,

А.И. Смирницкий пишет: «Грамматическая оформленность слова определяется, однако, не только его грамматическим изменением, его системой грамматических форм или его неизменяемостью, противопоставленной изменению других слов в грамматическом плане, но и его грамматической сочетаемостью с другими словами, со словами определенных классов и разрядов».

Именно метонимическому переносу принадлежит основная роль в появлении и усилении предметных значений в отглагольном конвертированном субстантиве.

того, как подчеркивают исследователи, в семантике отглагольных имен метонимические процессы нередко сопровождаются существенными субстантивными модификациями, и значение производного знака приобретает дополнительное значение, что дает основание считать этот процесс эквивалентным словообразовательному (Ирисханова 2000: 64; Кубрякова 2002: 35).

Таким образом, по сути дела, известный перечень деривационных схем, т.е. семантических механизмов конверсии представляет собой ни что иное, как перечень значений, развивающихся в результате метонимизации соответствующей направленности: действие – деятель, действие – результат действия, действие – орудие действия, действие – объект действия, действие – место действия и т.д. На этой основе М.В. Никитин выделяет субстантивную, признаковую и глагольную метонимизации (Никитин 1997).

В основе метонимии не только как стилистического, но и словообразовательного приема лежит предметная метонимия. Однако, как подчеркивают многие лингвисты, круг явлений, характеризующихся метонимическими отношениями, значительно шире, чем предметная метонимия. Он охватывает также метонимию признаковых слов – прилагательных и глаголов. И именно среди признаковых слов, как замечает Е.С. Кубрякова, метонимия проявляет себя наиболее сильно (Кубрякова 1992: 89).

Метонимическую природу глагола подчеркивают также многие лингвисты (Петрухина 1996; Анашкина 2003 и др.). Суть ее в том, что глагол может имплицировать целую ситуацию по одному из ее элементов, т.е. вызывать в нашем воображении ситуацию в целом. Поэтому традиционно в лингвистике существуют два подхода к изучению глагола. С

одной стороны, глагол имеет свое словарное значение. С другой стороны – это центр синтагматических связей,

М.В. Никитин разделяет конверсию на два основных типа - транспозитивную и словообразовательную. При транспозитивной конверсии когнитивное значение слова не меняется, меняется его синтаксическое окружение и синтаксическая роль.

Еще Ш. Балли подчеркивал необходимость строгого разграничения функциональной транспозиции и семантической. При функциональной транспозиции происходит изменение синтаксической функции, лексическое значение не изменяется. Т.е. производящее и производное слова совпадают по смыслу, но отличаются синтаксическим статусом. Однако, в ряде случаев при семантической транспозиции может происходить изменение и лексического значения слова.

Традиционно в лингвистике существительные подразделяются на две основные группы: 1) *предметные* (т.е. обозначающие реальные предметы) и 2) *непредметные* (абстрагированные действия, событийные имена, признаки, отношения). Первые характеризуются наличием лексического значения, вторые – только грамматического. Первая группа представляет собой существительные с *денотативным* значением, вторая – с *сигнификативным* значением.

Прототип существительного — предметные имена. Сами части речи Е.С. Кубрякова трактует как построения по прототипическому принципу. *И в соответствии с этим принципом частям речи свойственно наличие ядра, полевая структура, наличие переходных зон*

Производные от глагола существительные нельзя назвать прототипическими существительными. Производные от глагола существительные, обозначающие имена действия, О. Есперсен в свое время назвал "thoughtnames" (Есперсен 1958: 151). В данном явлении, при котором образуются производные от глагола существительные, обозначающие имена действия, и действие воспринимается как отдельно

мыслимый объект, по мнению Е.С. Кубряковой, проявляется условность границ между процессом и объектом, между предметом и признаком.

Категория предметности имеет дифференцированный характер (характеризуется разной степенью выявления этого признака) и имеет характер поля. В этой связи исследование данного вопроса видится именно в рамках теории поля. Согласно наблюдениям многих лингвистов, ядро данного поля составляют предметные имена существительные, обозначающие конкретные предметы и имеющие значение «вещности». Ближе к периферии поля находятся имена со значением абстрактности. В их значениях преобладает момент качества, что обуславливает их близость к прилагательному и глаголу (*beauty, step, blow*).

Впервые теория транспозиции была разработана Ш. Балли, ее отдельные аспекты – О. Есперсеном, А. Сеше, А. Фреем. Ш. Балли подчеркивал огромную роль, транспозиции в функционировании языка. По мнению Ш. Балли, в аспекте семантики при транспозиции возможно, как сохранение общего значения, так и сдвиг в значении, обычно сужение.

Л. Теньер дал описание видов транспозиции (под названием “трансляция”), различая транспозицию первой степени и второй степени.

Трансляция в понимании Л. Теньера представляется более широким понятием по сравнению с транспозицией Ш. Балли, связанным исключительно с морфологией, с системой однозначных слов. Ученый отмечал, что именно с помощью трансляции в речи постоянно происходит процесс перевода слов из одной категории в другую, например, перевод прилагательных в существительные.

В современной лингвистике переход одной части речи в другую определяется как «трансформация», «транспозиция», «взаимодействие», «взаимопереход», «переходность» и т.д. Проблема сущности соотношения данных терминов до сих пор остается сложной и достаточно дискуссионной. В подходах к решению этой проблемы можно найти ряд разногласий. Так, существование в языке разных терминов, отражающих

суть одного явления, свидетельствует о том, что переход частей речи не является окончательно изученной, что разными терминами обозначают сущность одного и того же явления. Кроме того, разноречивость терминов вызвана и тем, что факты взаимодействия частей речи исследуются с разных позиций. Во избежание терминологической неточности представило себя необходимым установить отношение транспозиции к конверсии.

Транспозиция в широком смысле – перевод знака из одного класса в другой – пронизывает все уровни, все звенья языковой структуры и является одним из важных механизмов языка. Ею, в частности, определяются противоречия, взаимодействия и соотношения в области фонетики (ср. явления ассимиляции и диссимиляции звуков), морфологии и синтаксисе.

Конверсия по отношению к транспозиции является более узким явлением. Так, транспозиция как более широкое понятие включает в себя, в частности, конверсию как разновидность транспозиции (на уровне частей речи), имеющую словообразовательный характер.

Метонимия известна как фигура речи с древних времён. Она изучалась в контексте литературы и риторики и предполагала замену слов [54, с. 361]. Этот термин возник в древней Греции. Аристотель в своей поэзии выделял четыре класса метафор. Один из них среди них был позже назван метонимией и ещё один – синекдохой [54, с. 362].

Аристотель рассматривал явление, которое мы сегодня называем метонимией как разновидность метафоры. Существует исторический обзор семантической основы метонимии, согласно которому метонимия принадлежит к классической риторике. Метонимия определяется как троп, который берет свое значение из близких по смыслу выражений и применяет его к используемому [51, с. 141]. Метонимия отлична от метафоры. Оба термина включают замену одного понятия на другое. В метафоре эта подстановка основана на определенном сходстве, тогда как в метонимии подстановка основывается на некоторой понятной ассоциации (смежности).

Самое простое её определение – это фигура, в которой имя одной вещи используется вместо другой, которая предлагается или связана с ней (например, London для правительства Великобритании). Также это фигура речи, используемая в риторике, в которой вещь или понятие называется не собственным именем, а именем чего-то тесно связанного с этой вещью или понятием. Метонимия устанавливает связь через отношения, которые уже установлены между двумя вещами. Использование слова *crown* для обозначения королевской власти использует тот факт, что уже существует явная связь между королевскими традициями и ношением короны. Она имеет в основном ссылочную функцию, то есть позволяет нам использовать одну языковую единицу, чтобы называть другой предмет.

Долгое время ученые определяли метонимию с точки зрения близости значений или ассоциаций между двумя словами. Среди лингвистов 20 века следует упомянуть известного венгерского лингвиста Ульмана и его подход к метонимии. Его теория семантических изменений основана на ассоциациях между старым и новым значением. Эта точка зрения предполагает, что каждое слово окружено сетью ассоциаций, которые соединяют его с другими словами [56, с. 211]. Эти ассоциации зависят от контекста. Если мы рассмотрим прилагательное *red* и используем его для определения различных существительных, таких как *redcarpet*, *redlorry*, *redapple*, в каждом случае понимаются разные качества. Есть красные оттенки разных оттенков, интенсивностей и отражательной способности, поэтому *carpet*, *lorry* или *apple* отражают определенное качество в этих категориях. Таким образом, каждая пара слов подчёркивает определенные аспекты из полного смысла *red* и исключает те аспекты, которые кажутся неуместными в этом контексте. Сознательные отношения, такие как гипонимия (*vehicle* и *car*, *bus*, *lorry*, *van*), синонимика (*little/small*, *over/above*, *expert/specialist*) и даже антонимия (*on/off*, *open/closed*, *dead/alive* – семантическое сходство – все примеры означают ‘состояние’) обязательно являются метонимическими, поскольку

описываемые ими смысловые отношения должны включать некоторую степень семантического совпадения.

Изучение метонимии в когнитивной лингвистике показало, что метонимия - это нечто большее, чем взаимосвязь между словами. Метонимия считается когнитивным процессом, который играет важную роль в человеческих мыслях и языке. Для понимания метонимов необходимо учитывать все ассоциации, которые могли бы сыграть роль в их формировании [52, с. 8].

Одним из революционных принципов когнитивной лингвистики является то, что смысл слова включает в себя все наши знания, т.е. не только значение, но и весь наш опыт и знания. Поскольку метонимия является одним из когнитивных процессов, которые мы используем регулярно, она содержит дополнительную информацию об окружающем мире вокруг объекта. Метонимия позволяет избежать нежелательных повторов в речи. Она отображает наши мысли и действия. Две основных функции метонимии – в качестве стилистической фигуры и как способ образования новых выражений и смысла существующим языковым единицам.

Метонимия относится к средствам вторичной номинации. Ассоциативный характер человеческого мышления лежит в основе всех видов вторичной номинации.

Ассоциативные признаки, которые становятся актуальными в процессе вторичной номинации, могут соответствовать компонентам переосмысливаемого значения, а также таким смысловым признакам, которые, не входя в состав определённых признаков значения, соотносятся с фоновым знанием носителей языка о данной внутренней форме или о значении реалии [50].

Вторичная номинация существует везде, где произошло переосмысление языковой сущности — автономной или неавтономной в т. ч. и косвенная, она характерна не только для лексического состава языка, но

также для синтаксических конструкций и аффиксальных средств. Особый случай номинации представляет собой косвенная номинация в так называемых, или интенциональных или не прямых контекстах. Этот вид номинации исследуется в референциальной теории.

Анализ научной литературы показывает, что на сегодняшний день в лингвистической науке нет единого взгляда на типы и виды метонимии.

В частности, М. Петровский утверждает следующее: во всех попытках классифицировать и охватить все разнообразные речевые явления, которые принято определять, как метонимии, не достигается ни отчетливости в дифференциации предмета, ни показания действительной логической родственности между собой всего того, что относят к метонимии, отделяя её от других средств лексической выразительности [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**3, с. 27]. Тем не менее, в данной работе в процессе анализа практического материала решено было придерживаться классификации Т.В. Казаковой [25, с. 260], которая разделяет метонимии на группы, основанные на ассоциации:

- между предметом и одним из его признаков – метонимический эпитет;
- между именем собственным и именем нарицательным, обладающими общей содержательно-признаковой основой – антономасия;
- между целым и частью предмета – синекдоха;

Разновидностью метонимии является синекдоха – перенос значения с одного явления на другое по признаку количественного отношения между ними [9, с. 378]. Такой же точки зрения придерживается и Реформатский А.А.: —такой перенос значения, когда, в процессе наименования части, имеют в виду целое или, именуя целое, имеют в виду его часть: поэтому римляне называли синекдоху *totum pro parte* (целое вместо части) || или *pars pro toto* (часть вместо целого) [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 89].

Многие лингвисты определяют синекдоху как разновидность метонимии, так как между ними можно проследить определенное сходство.

В основе синекдохи лежит также смежность, однако значительным отличием синекдохи является признак количества соотношения того, с чего переносят наименование, и того, на что его переносят; один член такого соотношения всегда будет шире, больше, более общим, другой – уже, меньше, более частным [38, с. 89].

Являясь разновидностью метонимии, синекдоха зачастую трактуется как отдельный вид изменений семантики. Представляя собой перенос имени с части на целое (напр., cat – 1) кошка домашняя (*Felis domesticus*); 2) животное семейства кошачьих (*Felis* или *Panthera*); head — 1) голова; 2) человек; 3) голова скота; 4) стая (птиц), стадо и т.д.) либо с целого на часть (напр., doctor — 1) уст. учитель, наставник; 2) доктор (учёная степень); 3) доктор, врач; burn — 1) человек или приспособление для сжигания чего-л.; 2) форсунка, горелка; 3) обжигательная печь и т.д.), синекдоха выделяется как отдельный вид переносов потому, что в её основе лежат логические связи. При синекдохе происходит изменение поля обозначаемых словом объектов: имя более узкого круга используется для обозначения более широкого множества объектов, в котором узкое множество является лишь составным элементом, и наоборот: обозначение широкого круга становится обозначением отдельных его составных элементов. В лингвистической литературе этот процесс описывается также как сужение и расширение значений [20].

Вслед за Р. Якобсоном принято считать, что метонимия - это один из главных способов формирования значений слов и увеличения словарного состава языка [49, с. 127]. Метонимии, которые создаются вновь, представляют собой речевые неологизмы. Например, впервые усвоенные метонимии представляют собой сочетание принятого, знакомого в языке с новым, неизвестным; они подразумевают сопоставление явлений или предметов по объединённости, при этом читатель или слушатель самостоятельно раскрывает новое значение, руководствуясь тем, что ему знакомо, и улавливая ту связь, которая сыграла роль основания для

употребления слова в непрямом значении (изначально, такую же работу творчески осуществляет автор).

Метонимическое терминообразование – это процесс номинации, сущность которого в том, чтобы имеющимися номинативными средствами передавать новые понятия особой сферы знаний. Метонимический перенос основывается на смежности причинно-следственной, пространственной или временной. Материалы данной работы позволили выделить несколько моделей, на основе которых осуществляется осуществление процесса метонимического переноса.

В данной работе метонимия рассматривается как способ наименования и инструмент семантического увеличения количества значений слов. При этом следует отметить, что в процессе создания термина путем метонимического переноса происходит изменение и увеличение семантики, «в основе которого лежит определенный семантический мотивационный признак». Таким признаком выступает временная, причинно-следственная или пространственная общность этих понятий.

Выводы по первой главе

Исследование семантических изменений, происходящих в лексике, подтверждает, что в семантической структуре слова объективно могут быть выделены отдельные элементы, которые и составляют в совокупности лексическое значение слова. С подобной точки зрения, интерес представляет изучение свойств метонимии как «перемещения фокуса внимания, говорящего с одного объекта на другой, тоже присутствующий в ситуации». При этом несколько различных лексико-семантических компонентов оказываются объединенными в семантической структуре одного и того же термина.

В основе метонимического переноса лежит умственный механизм изменения категории того или иного объекта мысли, то есть осознанного

или неосознанного перевода его из одного раздела осознания в другой. Понятие «категоризации» человеческого опыта является фундаментальным термином в обозначении профессиональной деятельности: категоризация воспринятого – это основной способ систематизировать, рассортировать увиденное услышанное и т. п. и, главное, придать поступающей к человеку информации упорядоченный характер.

Глава 2 Термины парфюмерии и косметики как объекты метонимии

2.1 Парфюмерный дискурс как сфера актуализации метонимических моделей

Современная лингвистика объединяет многие подходы и области изучения языковых явлений. Антропоцентрическая парадигма в лингвистике, которая провозглашает неразрывное единство языка и носителя этого языка, заставляет ученых думать об общем исследовании коммуникативных процессов. Разрабатываются проблемы речевой деятельности с точки зрения коммуникативного взгляда в жанровых исследованиях. Область жанровых исследований находится в междисциплинарной связи с такими подходами, как когнитивная лингвистика, дискурсивный анализ, теория текста, прагматика.

Современные работы по жанрам речи в дискурсе нашли отражение в серии работ современных ученых [10], но познавательные и коммуникативные особенности реализации жанровой модели обзора в динамике изменений и развития не привлекали пристального внимания исследователей, поэтому мы можем определить актуальность выбранной проблемы.

Категория «дискурс» сегодня становится одним из востребованных понятий в науке. В свете данных структурной лингвистики под дискурсом понимается два и более взаимосвязанных между собой высказывания. Опираясь на сведения функционального подхода под дискурсом рассматривается всякое «употребление языка» [4].

В широком смысле под дискурсом понимается коммуникативное явление, всякое устное речевое действие, которое включает в себя социальный контекст.

В узком смысле дискурс реализуется как взаимосвязь единиц в контексте высказывания, которое создается для слушающего в определенной временной ситуации [5]. Парфюмерный дискурс определяется как «различные формы дискурса, в которых выполняются действия «создающие науку» [6], основывается на сочетании «теоретической техничности с аргументом». Это достигается благодаря его явной технической терминологии, таксономии и ее надлежащей технической грамматике, например, посредством номинализации. Номинализация является частью феномена грамматической метафоры», в которой семантическая категория, такая как процесс, реализуется атипичным грамматическим классом, таким как существительное, а не глаголом» [3]. Использование номинализации в текстах позволяет «упаковывать» информацию.

Через номинализацию можно построить цепочки или последовательность логических аргументов. Таким образом, Номинализация является единственным мощным ресурсом для создания грамматической метафоры.

Согласно M. A. K. Halliday и G. R. Martin (1993), Wignell et al. (1993) и Wignell (1998), дискурс лексически и грамматически организован, и реализован по-разному в нескольких научных дисциплинах. Они утверждают, что физические науки, гуманитарные науки, социальные науки и география используют различные варианты ресурсов из лексикограмм, семантики дискурса и регистрируются в процессе создания специализированных знаний.

Поэтому он «технически восстанавливает свои области опыта, устанавливая множество упорядоченных технических терминов. В отличие от естественных наук, гуманитарные науки используют абстракцию для толкования своего дискурса, например, география редко использует явные таксономии в тексте, а отношения между понятиями должны извлекаться из текста.

Таким образом, полидисциплинарность является важной проблемой при составлении совокупности статей и тезисов, когда они нацелены на широкую характеристику их регистров и сопоставление лингвистических особенностей между различными доменами. В центре внимания представленной здесь работы лежит анализ статей.

Граница между терминологической и общей лексикой неустойчива, ее характер не является историческим, а функциональным. В большинстве случаев все они являются существительными или связаны, например, прилагательных или глаголов.

Важным условием поддержания однородного характера среды становится контроль качества над знаниями, которые должны предоставляться на всех этапах его создания и представительства академическому сообществу.

Уже на начальных этапах проверки неопубликованных текстов обзор становится необходимым инструментом оценки. В этом случае коммуникативная цель включает в себя процедуру проверки «легитимности» знаний и соответствия выбранной жанровой формы требованиям в соответствии с нормами и стандартами заявления.

Экспертная оценка позволяет установить пороговый уровень с подходящей степенью соответствующего содержания и дискурса, и тем самым отделять е тексты от ненаучных.

Строгие требования к языковому и структурному и исполнению жанровой модели необходимы для достижения ясности идеи автора, недвусмысленности понимания смысла всем адресатам.

Такой избирательный подход, по-видимому, обоснован, потому что в коммуникативных целях парфюмерного дискурса лежит специфический характер жанрового представительства в периодических изданиях. Речь идет не только об описаниях в области парфюмерии, но и о том, каким образом представляется материал в рекламном дискурсе. Надежность опубликованной информации частично основана на качестве продукции и

знаниях о парфюмерной действительности, а частично опирается на особенности продвижения парфюмерии.

Исследование парфюмерного дискурса очень обширно, но, в любом случае, оно определяется интересом и спросом читателей, а также насущными потребностями общества. При этом важно помнить, что целью парфюмерии становится освещение не только современных проблем, но и вскрытие основ данного явления.

Тексты, причисляемые к характеристике духов и их особенностей, в численном соотношении составляют ключевую долю информационного потока. В периодической печати данного типа тексты являются главными носителями данных о парфюме, дающие возможность аудитории вести непрерывное наблюдение за особенностями реализации реклам парфюма, характеристики духов и возможностей реализации материалов, которые посвящены парфюму. Многосторонности, полноте данного мониторинга способствует жанровое многообразие информационных сообщений, которое и является предметом изучения в данной части работы.

Если мы попросим носителя языка дать характеристику текста парфюмерного дискурса, то он, несомненно, назовет текст состава духов или ассоциативный ряд, который порождается особенностями парфюмерной продукции.

Все приведенные тексты реализуются на основании следующих требований:

1. Типовая интенция – все инструкции направлены на то, чтобы научить совершать определенные действия
2. Типовое содержание и композиция материала. О сути, каждой текст парфюмерного дискурса содержит в себе определенный сценарий. Более того, каждый тип описывает особенности реализации парфюма и те ценности, которые заложены в аромат [3].
3. Завершенность действий, которые, как предполагается, должны быть восприняты человеком как способ передачи реалий.

4. Средства языкового выражения, которые могут быть описаны как типовые.

Цель каждого текста парфюмерной продукции состоит в том, чтобы рассказать читателю, как сделать определенное действие.

Информация представлена в логической последовательности событий, которая разбита на небольшие последовательные шаги. Эти тексты обычно пишутся в настоящем времени.

Существуют разные тексты для разных целей:

- Тексты, которые объясняют, как что-то работает или как использовать парфюмерную продукцию – духи для лета, осени, зимы, вечерние и т.д.
- Тексты, которые инструктируют, из чего состоит тот или иной парфюм
- Тексты, которые касаются поведения человека, например, какие ассоциативные связи создаются парфюмом [1].

Характеристики

- Цель - четко указано (часто в заголовке).
- Материалы - перечислены в порядке использования.
- Метод - шаги являются хронологическими и пронумерованы или перечислены.
- Рецепты обычно содержат информацию, представленную как минимум в двух основных группах: ингредиенты и метод.
- Научные эксперименты в области парфюмерии обычно включают цель эксперимента, оборудование, процедуру, наблюдения и заключение [10].

Экстралингвистическими стилеобразующими свойствами этого направления являются: наличие факта, новизна данных, общественная ценность сообщаемого, своевременность.

Факт – это единичное событие. Для него свойственны определенные время, место, предмет речи. Следовательно, каждая инструкция должна отвечать на 3 вопроса: что? где? когда? [11]

При характеристике коммуникативной ситуации, в которой автор осуществит собственное намерение, большое влияние оказывают экстралингвистические факторы:

1. содержание сообщения представляется основным элементом коммуникативной ситуации;
2. частый повтор ситуации объясняет однотипность структуры заметки;
3. автор выступает как официальное лицо;
4. адресат подразумевается максимально обобщенно;
5. авторское мнение отсутствует.

Лингвистическими характеристиками инструкции представляются:

1. применение нейтральной лексики, присутствие типовых высокоинформативных компонентов, имен собственных, числительных, специализированных словосочетаний, терминологии;
2. применение предложений с однородными членами, с обособленными членами предложения.

На лексическом уровне для инструкции свойственны:

1. нейтральная, межстилевая лексика;
2. терминологическая лексика, присутствие ее обуславливается темой.

Обширное использование терминов целесообразно с функциональной точки зрения: они предоставляют необходимую достоверность и точность изложения. Помимо этого, с применением терминологии сопряжен и стилистический колорит – строгость и четкость, выдержанность в речи. Использование слов-терминов обусловлено темой. При этом инструкция обязана ориентировать в той сфере, о которой информирует, объяснять значение тех слов, без которых раскрытие темы невозможно [4].

В случае отражения содержания парфюмерного дискурса формируется при помощи слов официально-делового стиля, канцеляризмов: прибыть, отбыть, визит, посещение, заявление и т.д.

Возможно, этот пласт лексики формирует сухой язык заметки, тем не менее, именно он способствует точности и четкости передачи информации.

Характерной чертой экспрессивной лексики является типизированный вид ее применения. К примеру, слово «путь» в переносном смысле зачастую используется в таких словосочетаниях, как путь возникновения, путь преодоления.

Исследователи этого жанра предоставляют группу эпитетов, обладающих зафиксированным за данным жанром характером: горячий прием, впечатляющие события, бескрайние просторы и др.

Зачастую автор, который пишет текст в данном жанре, использует фразеологизмы. Инструкция содержит в себе много устойчивых оборотов, в том числе и фразеологию различных стилей. Обычно, фразеологизмы в тексте в парфюмерном дискурсе лишены экспрессивной окраски. К категории фразеологизмов и шаблонов, применяемых в данном жанре, можно отнести: работники ароматных плантаций, путь мира, на подъеме, по поводу, полная победа, приступил к созданию, сообщить о случившемся и др. Они применяются для емкого и точного формулирования мысли автора.

2.2 Метонимические модели в сфере терминов парфюмерии и косметики

Рассмотрим реализации терминосистемы в парфюмерном дискурсе. Материалом для исследования послужила английская терминология сферы производства парфюмерии и косметики, изученная в объеме 2700 единиц, зафиксированная в виде речевых произведений, в том числе в виде статей в журналах, электронных глоссариев, словарей, промышленных порталов и т.д.

Метонимия, которая реализуется как перенос знаний на основании смежной характеристики, в результате чего одно и то же название получают

два предмета или явления, соседствующие, тесно связанные друг с другом пространственными или временными корреляциями.

Метонимия основана на замене слов «по смежности» («часть целое» и наоборот, «представитель класса весь класс» и наоборот, «вместилище содержимое» и наоборот, «род вид» и наоборот, «единственное множественное» и наоборот, «множественное единственное» и наоборот, «известное неизвестное» или наоборот и т.д.).

Обратимся к особенностям реализации метонимии в контексте так, термин *nose* обозначает специалиста в области парфюмерии, человека, который хорошо разбирается в запахах и ароматах, парфюмерных веществах и продуктах, «нос», парфюмер.

Очевиден перенос значения по смежности, в частности наличие синекдохи (часть вместо целого; нос как значимая часть тела вместо всего специалиста-парфюмера) (модель «Часть целое»).

Термин-синекдоха *green note* (зеленая нота) содержит в себе классифицирующий метонимизированный терминологический элемент *green* (зеленый), который обладает значениями «натуральный», «природный» и т.д. Обычно зеленые ноты — это запах листьев и свежескошенной травы, реже некоторых овощей, например, огурца.

Специфика данного термина проявляется в том, что термин реализуется как отражение цвета, с одной стороны, а также указание на огурец с другой. Метонимическая модель «характерное свойство объект». Термин *nail bleacher* обозначает средство для удаления пятен с ногтей, он образован путем метонимического переноса по сходству функций от термина *bleacher* отбеливающее средство, отбеливатель (метонимическая модель «Особое предназначение / особая функция»).

Метонимия (металепсис) прослеживается также в термине *bottle of scent* (флакон духов), зачастую употребляющийся в описании парфюмерных продуктов (дословно «бутылка аромата»), в котором перенос значения происходит по смежности: вместо обозначения содержимого, парфюмерной

жидкости/ духов логически употреблен терминологический элемент scent аромат, который данная жидкость источает (модель «причина следствие», «содержимое результат»).

Похожим образом реализован и термин wardrobe fragrance саше для гардероба, когда вместо ароматического вещества, собственно саше, говорится об аромате, который от него исходит (терминологический элемент fragrance).

Терминологическая единица sachet, традиционно обозначающая маленький пакет, пакет-саше, в сфере парфюмерного производства имеет значение «саше», т.е. сухие духи, сухое ароматическое вещество. Данный термин образован с помощью метонимии (синекдохи) по модели «контейнер содержимое».

Термин purse spray имеет значение «компактный спрей», т.е. так вид спрея, который легко помещается в женской сумочке, который можно носить с собой каждый день (purse дамская сумочка, кошелек).

Метонимическая модель образования термина «характерное свойство объект». Одним из весьма интересных терминов, вербализующих семантический перенос по смежности (антономазия), является термин Q -tips «кью-типс», имеющий значение: «ватные тампоны на палочке», при этом под буквой Q понималось слово quality (качество).

Данные ватные тампоны были впервые произведены в 1926 г. фирмой «Кью-типс» (Q-Tips, Inc.). Антономазия в термине Q-tips проявляется в том, что имя собственное, название фирмы, где производили ватные палочки, превратилось в имя нарицательное и стало обозначать производимую продукцию (метонимическая модель «имя собственное имя нарицательное», «производитель продукция»).

Рассмотрим также реализацию метонимии на основе глагольных единиц.

Varnish - реализуется, как правило, в косметологии, в описании

DHTG, mounted in an inverted position, moves bottles of nail varnish from one conveyor belt to another at a frequency of 40 items per minute.

The varnish layer is considered incorrect when there are un-varnished spots on the surface intended for varnishing no matter whether it is offset, dispersion or UV coating.

В приведенных примерах понятие лакировки переносится в область красоты. Как следствие метонимический перенос позволяет создать отношение к обработке дерева или иных материалов, но в приведенном примере реализуется как нанесение лака на ногти.

Glitter - речь идет о нанесении теней и создания определенного вида, который создаётся специальными тенями

His eyes were crusted with a raccoon mask of charcoal glitter, his lips painted a dark shade of blue.

Infused with gold glitter, this is an eyeshadow of pure luxury with the sparkling shade lasting for up to 16 hours.

Material a range of interesting effects can be achieved: glitter of diamonds, scattering of star dust, pearl shine, silver [...] patterns on windows, shimmering of gold, ruby glamour.

Метонимическая модель в данном случае создает впечатление нанесения теней на определенные участки, чтобы создать привлекательность внешнего вида.

2.2.1. Семантическая структура лексемы lift

Lifting - метонимия, которая основана на переносе значения подтягивания на косметическую продукцию. Обратимся к анализу метонимии, которая реализуется в контексте.

1. Looks like you had a bad face-lift. Выглядит так, что тебе сделали плохую косметическую операцию (CNN, эфир от 4 апреля 2018) У субстантива значение результата действия. Результативность – свидетельство наличия субстантивного значения. По мнению Н.А. Масловой, метонимия усиливает предметность в смысловом содержании

этих существительных, участвуя (Маслова 1985: 72). Как подчеркивает автор, процессы метонимизации участвуют в развитии исключительно предметных значений.

2. All those face-lifts must have affected your speech. (TheNYT, 2012, P. 24)
Должно быть, все те операции по подтяжке лица повлияли на твою дикцию. Субстантивированное существительное может употребляться во множественном числе. Форма множественного числа свидетельствует о полноценной парадигме данного отглагольного субстантива и об актуализации субстантивного компонента, о закреплённости лексемы в данном категориальном статусе.

3. As a result of reduced volumes and lifting effect through the skin smooth and taut.(TheGuardian, 2008). В приведенном примере реализуется метонимический перенос, благодаря которому слово «лифтинг» приобретает значение «подтяжки», а не процедуры. Таким образом, в приведенном примере реализуется двойной перенос.

4. This said, Aurum is an excellent lifting remedy and helps maintain skin tonus.Packingwithpeelingorliftingcream (TheGuardian, 2008). В приведенном примере происходит метонимический перенос глагола в прилагательное, когда часть речи приобретает признаковые черты. Предложение может быть переведено как «При этом Aurum является отличным лифтинговым средством и помогает поддерживать тонус кожи. Упаковка с пилингом или лифтинг-кремом.». В обоих случаях речь идет о подтягивающем эффекте, который передается при помощи метонимии.

5. Thecombination, complementingeachother, atandem (RF-treatmentwithfractionalresurfacingoftheskin) allowsforenhancedliftingoftheskin, quicklyrestoringskinelasticityandhelpstosimulatetheshapeoftheface, silhouette, bodycontours, reduce [...](TheGuardian, 2018) Комбинируя, дополняя друг друга, тандем (RF-обработка с фракционным омоложением кожи) позволяет

улучшить подтяжку кожи, быстро восстановить упругость ко жи и помогает симулировать форму лица, силуэт, контуры тела, уменьшить. Приведенный пример реализует в себе метонимический перенос, который обуславливает описание подтяжки лица.

6. The cold-laser lifting with natural hyaluron concentrate and pearl powder is a painless cosmetic treatment. Hyaluron is a material contained in human tissue. Подтяжка кожи холодным лазером с применением натурального концентрата гиалурона и жемчужного порошка это безболезненная косметическая процедура. Гиалурон - это вещество, содержащееся в соединительной ткани кожи человека. Реализуется метонимический перенос на основании перехода глагола в существительное. Подтяжка – это результат проведенной процедуры.

7. Face and neck lift involves incising the skin fold and the area where the formation of cosmetic scars is purported (The Guardian, 2014) Круговая подтяжка лица и шеи предполагает выполнение разреза в кожных складках и зонах, предполагающих формирование косметических рубцов. В приведенном примере глагол как действие переходит в существительное, что подчеркивает результат процедуры. В основе данного переноса лежит метонимия как результат глагольного действия.

8. You know, you should really wear more colour to kind of lift your face. Знаешь, тебе надо носить больше цвета чтобы оживить лицо. В данном случае существительное не только реализуется как метонимический перенос с глагольной единицы, но и подчеркивает важность единицы для создания образа

9. My face-lift won't walk, and she is abusive. Моя 'подтяжка лица' не хочет гулять, и она меня оскорбляет. В приведенном примере реализуется синекдоха, которая выступает разновидностью метонимического переноса. В приведенном примере реализуется название частного – подтяжка лица вместо общего – человека

10. Rhinoplasty, chin implants, face lifts. (TheNYT, 2012, P. 24)Пластические операции носа, подбородка, подтяжки лица. Метонимия реализуется в переносе значения глагола на существительное. Отглагольное существительное помогает представить описание как характеристику косметической процедуры.

11. Doctor, I need a face lift, some lipo under the chin, plugs. (TheNYT, 2012, P. 24)Доктор, мне нужна подтяжка лица, липосакция под подбородком и на лбу. Как и в предыдущем примере реализуется перенос действия на название процедуры, в результате чего существительное становится основой для описания процедуры

12. No, I haven't had a face lift, Inspector. (TheNYT, 2012, P. 24)Нет, я здесь не для подтяжки лица, инспектор. Вновь пример обращается к переносу действия на основе метонимии, что способствует подчеркиванию результата проведения операции

13. Talk motivations or I'll dig into that face-lift and yank. Подробнее, или я всю подтяжку лица тебе порву. Метонимия в приведенном примере позволяет подчеркнуть агрессию. Речь идет о пренебрежительном отношении к оппоненту

14. Otherwise you'll be on your millionth face-lift and... Ну или вы будете делать вашу миллионную подтяжку лица и.... Метонимия позволяет передать отношение к происходящему. В основе нее лежит ироничная оценка действий. Подтяжка – это результат манипуляций с собственным телом

15. Normally, people come in here for small jobs - liposuction, Botox, maybe a face-lift. Обычно люди приходят сюда для мелких операций липосакция, ботокс, возможно, подтяжка лица. В приведенном примере метонимия также передает при помощи перечисления описание процедур. Во всех случаях глагольные единицы приобретают значение существительных, как результата действия.

16. It's like a regular digital face-lift. (TheNYT, 2020, p. 47)Это как обычная цифровая подтяжка лица. Речь идет об осуществлении двух

лексических процессов одновременно. С одной стороны, речь идет о том. Что происходит метонимический перенос с глагола на существительное, в результате чего речь идет уже не об операции, а об ее результате. С другой же стороны, уже имеющаяся метонимия метафорически переосмысливается – речь идет о графическом редакторе.

17. He's not here for a face-lift, Derek. Он здесь не для подтяжки лица, Дерек.

18. Garret said the guy he was looking for had a face-lift. Гаррет говорил, что человек, которого он ищет, изменил свое лицо.

2.2.2. Семантическая структура лексемы rouge

Rouge - данный глагол был образован от цвета, но становится отражением нанесения цвета и способа приблизиться к естественной красоте, румянцу.

formats, that is: Tander JSC (Magnit) is going to develop the perfume and cosmetic chain "Rouge"; "Ashan" has opened a jewellery boutique (about 50 sq. m) which is like

Проанализируем значение существительного rouge

Romance ensued, judging by the lip rouge on his face. Судя по следам помады на его лице, они приятно провели время. У данного субстантива имеется значение результата действия. Метонимическая модель «действие – результат действия» образует целое семантическое поле конвертированных отглагольных существительных. Значение "результат действия" тесно связан с семой "предметность" и составляет значительную часть образованных методом транспозиции (конверсии) отглагольных существительных.

Rouge all over his face. Румяна по всему лицу. В приведенном примере лексема образована на основании метонимического переноса. Это уже не глагол, обозначающий нанесение румян на лицо, а результат румянивания, что приводит к тому, что глагол становится существительным

Rouge all over his face. Все лицо в румянах. Как и в предыдущем примере, глагол, обозначающий образ действия, переносит это действие в существительное, что дает возможность предполагать не действие, а цвет, связанный с нанесением румян на лицо.

With that rouge all over your face? С румянами на лице? Приведенный пример также отражает метонимию. Румяна наносятся на определенные части лица, чаще всего на скулы. Упоминание обо всем лице реализуется в контексте «часть – целое» и говорить о результате совершения определенных действий.

Значения результата, а также места, объекта, средства воздействия способствуют формированию дополнительных вторичных словообразовательных значений.

2.2.3. Семантическая структура лексемы scent

Проанализируем метонимический перенос лексемы Scent

Scent - often underestimated, can be an invitation. Аромат... Часто недооцененный - он может стать приглашением (The Guardian, 2014). В данном случае происходит метонимический перенос на основании задеирования органов чувств. Аромат – это то, что осязается. Переходя в область существительных, он становится самостоятельным образованием.

Scent, beauty, velvety texture, roses have got it all. Аромат, красота, бархатистая текстура, у роз есть это всё (The Guardian, 2018). Как и в случае с предыдущим описанием, речь в примере идет о тех чувствах, которые возбуждаются вследствие про чувствования аромата. Во всех случаях глагол создает ощущение аромата, характеристику восприятия того ощущения, которое рождается при столкновении с запахом.

2.2. 4. Семантическая структура лексемы Blush

Blush - данная лексема относится не только к понятию румян, но и к характеристике действий:

Foundations and concealers over pressed and loose eye shadows, powders, blushes and all kinds of lip cosmetics like balm stick or gloss.

Brunettes with fair skin and dark eyes fit the tonal foundations and blush ivory or beige shadow of cool colours: pale blue, lilac, dark grey.

Irreplaceable for a complete make-up or retouch, the PATCHWORK can be used on the all face or in blush to heighten your features.

Обратимся к примерам на основе данной лексемы.

I guarantee she used lip liner and strategically placed blush (The Guardian, 2018). Уверена, она использовала помаду и хитро наложенные румяна. В приведенном примере речь идет о визуальном восприятии, основанном на действии глагола blush. Румяна тесно связаны с самим действием нанесения препарата. Мы имеем дело с отглагольным существительным.

You gotta go easy on the blush (The Guardian, 2018). Главное, не переборщить с румянами. В приведенном примере речь идет об ироничном отношении к нанесению макияжа. Как и прежде, мы имеем дело с отглагольным существительным, которое обусловлено совершенными действиями, нанесением косметики на лицо.

There's just me, selling blush at Sephora. Кроме меня, продавца румян в "Сефоре". В данном случае метонимический перенос реализуется дважды. С одной стороны, происходит образование отглагольного существительного на основе переноса значения на косметику. С другой же стороны сама косметика переносится на вид профессии. Несомненно, продавец торгует и другими видами косметики. Тем не менее, в приведенном примере описание основано на упоминании румян.

Most of those who service the deceased apply far too much blush (The Guardian, 2018). В большинстве случаев мои коллеги слишком усердствуют с румянами. В приведенном примере речь идет об ироничном отношении к нанесению макияжа. Как и прежде, мы имеем дело с отглагольным существительным, которое обусловлено совершенными действиями, нанесением косметики на лицо.

Jim, tell her she needs a little blush to accentuate those gorgeous cheekbones. Джим, скажи, что ей необходимо немного румян, чтобы подчеркнуть эти великолепные скулы (The Guardian, 2014). Приведенный пример, напротив, позволяет передать позитивное отношение к происходящему. Но также, как и в случае с предыдущими примерами, огромную роль играет перенос значения глагола на существительное.

Then I'd have to go to school in eyeliner and blush. Иначе я ушел бы в школу в подводке и румянах (The Guardian, 2018). В приведенном примере реализуется метонимический перенос, который раскрывается на основании сохранения отглагольного значения в контексте существительного.

2.2.5 Семантическая структура лексемы Peeling

Peeling – понятие пилинга относится сегодня к одному из широко распространенных в косметологии. Оно ведет к тому, что данная лексема раскрывается как с позиции действия – очищения кожи, так и с позиции косметической процедуры:

Great durable material, soft and comfortable, no peeling. Отличный прочный материал, мягкий и удобный, без шелушения. Приведенный пример реализует перенос действия глагола на содержание существительного. Отшелушивание становится результатом очистки кожи. Впрочем, оно сохраняет достаточно полно и процессуальное значение в своем составе (The Guardian, 2014).

Before the realization of the peeling, the use of UVA rays or prolonged sun exposure is to be avoided (The Guardian, 2014). Перед проведением пилинга следует избегать использования лучей UVA или длительного пребывания на солнце. В приведенном примере метонимический перенос указывает на название процедуры. Название это произошло в результате перехода глагола в существительные с сохранением процессуального значения.

After an intensive preparation with peeling a novel Fleece -Matrix is placed on the face (The Guardian, 2014). После интенсивной подготовки с пилингом на лицо наносится новая руно-матрица. Как и в предыдущем примере происходит перенос описания действия на название процедуры. Перед нами процесс подготовки омолаживания лица, где пилинг играет одну из важнейших ролей.

Ultra-sonic, peeling with 3 different intensities, it's a face masseur that goes in the deep epithelium, eliminating the wrinkles, stimulating the blood flow, reducing the premature skin maturation. Ультразвуковое отшелушивание с тремя разными интенсивностями. Это массажёр для лица, который проникает в глубокие слои эпителия, удаляя морщины и стимулируя местное кровообращение, уменьшает преждевременное старение кожи(The Guardian, 2014). Как и в предыдущих примерах, отшелушивание реализуется как описание результата предпринятых действий. Лексема сохраняет указание на глагол в своем значении, тем не менее, значение это относится больше к названию процедуры, чем к описанию процесса.

Deep chemical peeling consists of the application of an exfoliating agent developed specifically for the face and is intended to eliminate cutaneous damage down to the medium dermis and replace them with radiant, smooth and more youthful skin (The Guardian, 2014). На лицо наносят специальное отшелушивающее средство, которое позволяет избавиться от отмерших слоёв кожи, чтобы заменить их яркой, гладкой и помолодевшей кожей. Приведенный пример реализуется на основе двойного перехода. В первом случае мы можем говорить о переходе глагола в существительное. Во втором – о переходе существительного как номинации процедуры в прилагательное, в результате чего следствие процедуры и эффект от нее становятся качеством средства, создающего эффект пилинга.

2.2.6. Семантическая структура лексемы extract

Лексема extract тесно связан с извлечением определенного средства, чтобы использовать его в косметологии или в парфюмерии. Метонимический перенос позволяет глаголу стать существительным.

Sephora root extract contains the alkaloids: matrine and oxymatrine. Экстракт, получаемый из корня софоры. Содержит алкалоиды: матрин и оксиматрин(The Guardian, 2020). Лексема extract, которая относится к

получению определенных вытяжек из трав, является существительным, которое сохранило в себе значение глагола, говорящего о процессе перегонки трав.

Peony root extract contains tannin and paeoniflorin. Экстракт, получаемый из корней пиона. В его состав входят танин и пеонифлорин. Как и прежде, характеристика перегонки передается при помощи лексемы экстракт. Существительные сохраняет в себе указание на процесс изготовления настойки.

Aloeferoextractcontainsaloin. Экстракт, получаемый преимущественно из листьев алоэ ферокс. Содержиталоин(Cosmopolitan, 2014). Существительное образовано от глагола и передает процесс изготовления косметики.

Brownsugarextractsupportshydrolipidbalanceandpreventsallergic reactions. Экстракт, получаемый из тростникового коричневог о сахара, поддерживает водно-жировой баланс кожи в норме, предотвращает аллергические реакции(Cosmopolitan, 2014).Как и в предыдущих примерах отшелушивание реализуется как описание результата предпринятых действий. Лексема сохраняет указание на глагол в своем значении, тем не менее, значение это относится больше к названию процедуры, чем к описанию процесса.

The inventive remedy comprises a dry Boswellia extract dissolved in the oil extract of Siberian stone pine seeds and Curcuma. Средство содержит сухой экстракт из смолы босвеллии, растворенный в масляном экстракте семян сосны кедровой сибирской и куркумы(Cosmopolitan, 2014). В приведенном примере экстракт выражает не только процесс приготовления средства, но и состав его и место его внутри настойки.

The peptide placenta extract and method for producing same relate to medicinal and cosmetic preparations and can be used for producing preparations containing placenta extract. Пептидный экстракт плаценты и способ его изготовления относится к области лекарственных и косметических препаратов и может быть использован для изготовления препаратов, в состав

которых входит экстракт плаценты(Cosmopolitan, 2014).Приведенный пример реализует перенос действия глагола на содержание существительного. Экстракт содержит не только указание на способ приготовления, но и происхождение данного вещества.

2.2.7. Семантическая структура лексемы *squeeze*

Данная группа лексем самая немногочисленная в выборке.

Squeeze – глагол выражается в значении «выжать». В косметической продукции получает свое распространение в двух вариантах.

One squeezes every half minute, okay? 1 сжатие раз в 30 секунд, хорошо?(Elle 2018). Сжатие оценивается как процесс, который приводит к образованию определенной консистенции. Метонимический перенос от глагола к существительному приводит к тому, что на основании описания действия происходит образование термина.

Makesureyousqueezeoutthebubbles. Убедись, чтонетпузырьков(Elle 2018). В приведенном примере реализуется метонимический перенос от глагола к существительному, причем само существительное метафорически переосмысливается – пузырьки становятся результатом сжатия воздуха в материале.

I used to squeeze lemon juice in my hair. Я наносила массу из выжатого сока лимона на волосы(Elle 2018). Пример реализуется как отражение действий, совершенных с лимоном. Причем здесь происходит двойная конверсия. Сначала глагол переходит в существительное, отражая результат. После этого существительное переходит в прилагательное, приобретая значение качества.

Таким образом, следует говорить о том, что достаточно часто происходит метонимический перенос с действия на результат, когда глагол приводит к названию процедуру или косметического средства.

2.3 Когнитивные основания метонимии терминов парфюмерии и косметики

Парфюмерные и косметические термины зачастую сами являются заимствованиями из других терминологических систем, имеющих как непосредственное, так и косвенное отношение к парфюмерному и косметическому производству, например, gamut - гамма, accord - аккорд, tone - тон, harmony - гармония, polyphony - полифония из сферы музыки; diffusion - диффузия, dispersion - распыление, дисперсия из физики и т.д.

Терминология в области парфюмерии содержит большое количество аббревиатур, замен, описательных выражений и номен клатурных единиц.

Все номинации можно разделить по функциональному предназначению на средства по уходу за кожей / skin and face care products (lotions — лосьоны, sera — сыворотки, toners — тоники, creams — кремы, gels — гели, face packs — маски, balms, balsams — бальзамы), противодействующие средства /counteracting cosmetic products (deodorants — дезодоранты, medical cosmetics — лечебные косметические средства, anti-aging cosmetic products — антивозрастные средства), средства для волос / hair care product (hair sprays — лаки, mousses — муссы, waxes — воски, hair dye — краска для волос, conditioners — кондиционеры), декоративные средства / decorative cosmetic products (powder — пудра, rouge — румяна, lipstick — помада, mascara—тушь, nail varnish — лак для ногтей, lipgloss — блеск для губ, cosmetic colour pencils — косметический карандаш и т. д.), а также моющие средства / washing /cleaning agents (пенка для умывания — washing cream, shower gel — гель для душа, shampoo — шампунь, soap — мыло и т.д.). Термины эти в дальнейшем расширяются за счет активного метонимического переноса общего значения на марку или особенность термина.

Так косметическая продукция -включает кремы по уходу за кожей лица, тела, рук и ног (face, hand, foot andbody creams); средства по ух оду за

зубами и полостью рта (oral and dental care products); средства по уходу за волосами (hair care products); средства для бритья и ухода за кожей после бритья (shaving and grooming products); декоративную косметику (decorative cosmetics); разные косметические и гигиенические средства (cosmetic and hygienic products): вазелины (vaselines), глицерины (glycerins), лосьоны (lotions), дезодорирующие средства (deodorants), ароматизирующие средства для ванн (aromatic bath products), разные ароматизирующие средства (aromatizing products), средства для загара и от загара (sun care products), защитные средства от комаров и мошкары (insect repellent).

Огромную роль в восприятии запаха играет личностное ощущение и тот комплекс ощущений, которые порождаются в парфюмерном дискурсе. Они включаются в заданные рекламными текстами рамки и как бы пользуются уже устоявшейся «терминологией» (т.е. тем, что принято) или на его основе создают свой язык, отличающийся многочисленными случаями метафорического переосмысления запаха, тем самым расширяют сферу одорического номинативного пространства.

Самой частотной становится модель spread the smell into notes, что приводит к тому, что описание становится нередко характеристикой парфюмерной аннотации. Например: I was waiting for the sharp notes of currant to leave, the aroma will begin to unfold with the promised leaves and fruits of figs and cedar notes at the end ...; For me, this is an exquisite, delicate aroma with notes of tuberose and gardenia, just a little bit I hear lilac and neroli. The heart, of course, is tuberose and slightly gardenia, then a white lily and quite a bit - jasmine!

Характеристика запаха нередко становится упоминанием о конкретных действиях, которые порождают метонимию. Ср.: Coriander was not spared, but the skin was not reported to me!

Конечно, в данном случае речь идет не о траве, а о выжимке масел, которые породили данный аромат.

Впрочем, достаточно часто когнитивный механизм будет обыгрывать парфюмерный дискурс, как это часто происходит в парфюмерной рекламе. В

этом случае метонимический перенос осуществляется на основании упоминания о конкретных впечатлениях, которые порождает парфюм.

- Тактильными (bodily, languid, but not boudoir, not depraved, but sensual (as much as goosebumps ...); the first is a light ball, plastic with a slightly scratchy surface. Gradually softens and becomes velvet, slightly shapeless to the touch, and then this is a noble suede of an old lady's purse; this fragrance seems to me in the form of a temperature curve, cold, hot, warm);

- вкусовыми (Blotches of nutty notes are a kind of * curl * here, a signature that makes a banal sour-sweet perfume apricot-if not unique, then at least interesting for perfume gourmets. I want to drink Jeux de peau with tea or coffee; it is sweet, although it is not cloying. Closer to the heart notes, the aroma becomes blurry. If in the beginning there were inshell hazelnuts - so expressive and dry that it seems you can touch them, now they leave a crushed kernel in baking. At the place of this baking, you can imagine anything - a cake, cookies, cheesecakes, jam - any delicacy for the preparation of which crushed nuts and apricot puree were consumed; I got lucky. I got a good compote. It's a pity that I can't apply what is used inside;

- визуализация реализуется на основании цветового кода, который реализуется на основании переноса качества на основании метонимического принципа (the first one opens with sparkling gold, like sparkles or serpentine for the new year, then the gold begins to subside and fade, flashes appear with ribbons of olive and cold pink (almost lilac) colours. Gold from light turns into a patinated, baguette gold colour. Both green and pink land, becoming deep green and purple, slightly dusted with dust, like paints in an old painting by a famous artist; It is blue! Like blue night violets! Inhale, and see yourself drowning in blue fog or at night under a blue starry sky! I do not even associate this fragrance with another colour!) Or associated with already existing visual experience).

К путям появления номинативных единиц запахов на основе метонимии в языке относят:

- создание номинатива (немотивированного и мотивированного, закономерного, узуального, окказионального).
- переосмысление номинатива; в том числе развитие парадигматический обусловленного изменения значения слова.
- заимствование [29, с. 40].

К регулярным механизмам номинации относят такие:

- комбинаторика элементарных единиц – создание номинативных единиц путём использования различных морфем (аффиксов), например: землистый – содержащий много земляных частиц;
- многозначность – увеличение номинативной нагрузки формы – землистый цвет лица - серовато-бледный, напоминающий цвет земли [29, с. 42].

К возможным способам номинации относится также омонимия, где происходит использование одной формы слова для наполнения разным содержанием, например: бор – 1) хвойный лес; 2) химический элемент; 3) специальная зуботехническая машина.

В современных лингвистических трудах ракурс исследования переместился с формально-структурного уровня на когнитивный и лингвокультурологический.

Проводится анализ символических смыслов названий, номинативные процессы изучаются с точки зрения операций мышления и других смыслопорождающих механизмов, осуществляется интерпретация наименований в рамках той или иной языковой культуры. В частности, актуальным является исследование названий растений в славянских языках, их сопоставительный анализ в русском, украинском и польском языках и выяснение особенностей фрагментов языковых картин мира, представленных в фитонимической лексике.

Изначальная структура номинации выглядит как соотношение содержания имени и обозначаемого предмета имени [13]. Результаты номинации, которые обозначают элементы действительности, выступают в

роли строительного материала для предложения. В ходе номинации, составные части языка начинают идентифицировать элементы действительности или сообщать об их признаках.

К функции идентификации способны:

1. Имена «натуральных родов» [47Ошибка! Источник ссылки не найден.] — живые существа и предметы.
2. Имена памятников человеческой культуры — предметы, которые были созданы человеком.

Изначальная структура номинации выглядит как соотношение содержания имени и обозначаемого предмета имени [13]. Результаты номинации, которые обозначают элементы действительности, выступают в роли строительного материала для предложения. В ходе номинации, составные части языка начинают идентифицировать элементы действительности или сообщать об их признаках. К функции идентификации способны:

1. Имена «натуральных родов» [47] — живые существа и предметы.
2. Имена памятников человеческой культуры — предметы, которые были созданы человеком.

Традиционно номинацию подразделяют на первичную и вторичную, при этом разные исследователи порой по-разному понимают содержание двух этих понятий.

Первый подход опирается на сравнительно-историческую методологическую основу; подразумевается, что первичные процессы номинации — крайне редкий феномен в настоящее время: носителями языка имена первичной номинации осознаются в качестве первообразных: «аист», «любовь», «смеяться» и т. п. Принцип появления подобных номинаций возможно раскрыть только с помощью исторического или этимологического анализа.

Сторонники этого подхода полагают, что в современном языке пополнение номинативного запаса происходит в основном за счет

заимствований или вторичной номинации, с помощью уже имеющихся единиц и моделей путем расширения семантики слова или путем описания отличительного признака предмета [36, с. 27]. Под вторичной номинации ей предполагается использование уже имеющихся в языке номинативных средств в новой для них функции наречения [52, с. 129].

Согласно другому подходу (В.Г. Гак [11], А.А. Уфимцева [55]) под первичной номинацией понимается языковое именование посредством слов и словосочетаний, под вторичной номинацией — посредством предложений.

Метонимия, как правило, становится тем средством, которое активно передает характеристику запаха через призму связи действия и результата.

1. музыкальный контекст. Раскрывается как последовательный переход нот, что порождает мелодию. Музыкальность становится частью информации о запахе.

Например: At the very beginning - they are equal partners and sound in unison, then the first fiddle begins to play cannabis - it is bright, heady, it makes your head spin and warms, and the rose remains at the hype. Next comes cannabis. And already from the final chords the rose starts to sound again, but not just a rose, cannabis remains, but now it sings along with the rose; And this peppered juniper begins to solo and solo solo long! It dominates the aroma, manifests itself in some kind of dictator, almost a junta, a rose, for the sake of which this aroma actually was created, is practically inaudible, no matter how much I listen! Then to them wet wood pieces are added. the juniper is still shouting, but not so loud anymore! Although I can't hear the roses yet. It is the sound metaphor that becomes the leading means for expressing the degree of smell intensity (the smell rings, sounds / screeches / is silent on someone, has subsided).

2. создание ощущения погружения в воду, обволакивания запахом. Конечно, речь не идет о том, чтоб «купаться в духах». Речь идет о переносе запаха на восприятие. Запах передается как жидкость.

This jasmine is so powerful, as if I were pouring it from a hose. It was not that gentle jasmine with white flowers, but a jasmine with black dense and fat

petals. After a while, I emerged from his stuffy embrace and flowed smoothly into the thick aroma of pink petals, cedar and incense.

3. Нередко концепция действие-результат раскрывается через призму модели действия – результат, когда человек переносит на запах собственные мысли и чувства. the smell wants / doesn't want to be friends, the smell loves me, the smell mocks me, it's brutalized / "ran over", the smell blatantly disappeared / escaped, the smell is rubbed, I want to dance with the smell, the smell hits / killed, etc.

Например: The point is to buy it, for that kind of money, if he does not want to be friends with me and will have to be watered every hour; They noticed each other immediately and from afar, eagerly hurried towards them, crashed into each other on the go - and each went his own way, without embracing, but taking with him the impression of his desire. As the examples show, the speaker, through metaphorically rethought verbs, models his relations with smell like interpersonal ones; moreover, aroma acts as an active figure; a man is often forced to submit to the created conditions.

Специфика описания запаха парфюма такова, что он становится самостоятельным действующим лицом. Он наделяется как интеллектуальными, так эмоциональными, социальными и другими качествами

Как правило, реализуется следующее описание парфюма. Например the smell is clever and well-mannered, tactful, frivolous, spontaneous, moderately serious, funny, carefree, depressive, melancholy, explosive, aristocratic, etc. В частности - If anyone understands this is the only smell of all the lungs that I would call "smart and educated. " He is considerate, moderately cool steel, moderately frivolous and moderately serious.

В данном случае реализуется самоидентификация носителя парфюма с запахом. Собственное восприятие переносится на характеристику парфюма. Особенно ярко это проявляется в ситуации, когда говорящий подходит к запаху на основании шкалы «нравится - не нравится», «хороший - плохой».

Например: I'm just the one to whom these perfumes are suitable from the first to the last note: a brunette, not a fashion model, but slim, with roundness in the right places, the character is not simple, an introvert, of those that I say "in a quiet backwater I can see", I can unexpectedly I «soakI», for example, to seduce a man I like and it does not matter that I'm married. The scent of I "Nul" on me sounds amazing; I am not a great specialist in the field of odors, I cannot distinguish between the top notes, middle notes, etc. I live on the feeling of like -dislike. And how I myself feel in this perfume. With Sublim I feel like a vulnerable woman, in Paul Picasso I am love and happiness myself (such a dove), In Madame Rocha I feel in the 30s, and in O de Lancôme I feel bold and decisive

Очевидно, что в подобных текстах отчетливо проявляется личностное отношение говорящего к происходящему. Перенос отношения реализуется на основании про чувствования запаха и переноса собственного мироощущения на запах.

Например: A kind of gentleman in a snow-white cambric shirt with wide sleeves, in leather pants with a wide silk belt, his hair is combed back, with a beard, with blue eyes with a squint and with a cruel and depraved grin on his lips. He sits in a dusty and damp castle in Provence and scribbles his philosophical opuses. The associative images presented by the speakers are very subjective and individual.

4. Предметная метафора, переносящая образ вещи на запах, наделяя запах определенными качествами вещей (the smell sits / lies on someone, the smell is as if nailed; narrow, light, fluffy smell). Например: And in my heat it sits like a nailed one, one of not many that I can wear in the summer; Aroma plai d for me.

Как правило, на качество запаха переносится качество ткани или другого материала, который может «укрыть» человека. Например: put on the smell, spread the smell, try on the smell и под, но перенос здесь происходит именно в метонимическом аспекте, как часть общей тканевой канвы.

Ср.: Yesterday night I dressed her like a pyjamas, I feel - I went too far, all the same perfume; I'll never wear him with jeans. So aristocratic aroma; Although the first minutes are a heavy oily jasmine liquid, but then, like a rough fabric covering a new sculpture, it falls off and something incomparable opens; I associate this perfume with black lace, a fan of black feathers, elegance and Gothic in one bottle.

5. метонимическое переосмысление пространства. Она позволяет передать субъективные (тактильные, визуальные и пр.) впечатления от аромата, характер которого определить оказываться достаточно сложно. Как правило, при таком подходе образ переносится на восприятие определенной реалии.

Чаще всего это house, forest, seashore, foreign country. Например: Squirted, under the fog and after some time, such pacification was found - a fireplace appeared a soft carpet, a cozy armchair, good cognac. Eka got me from the Palazzo! But I felt chic, really, some kind of harmony; I "Girl ..." just adore. I am in it today. It reminds me of something like "a pine hut, a fireplace and light cognac in a glass with a delicate aroma of dried fruits"; He is so unusual. It relaxes and fogs consciousness, leads up to the Crimean cliffs above the sea, where Stankevich's twisted and bizarre relict pine trees and juniper shoots grow on grey stone blocks; Naemu took me to Paris. Paris in July. And July was a few centuries ago - in the seventeenth century. The reign of Louis XIV de Bourbon is among the people of the Sun King.

Приведённые пример вряд ли могут полноценно охарактеризовать аромат. Мы видим вариант замены запаха собственным представлением о том, что представляет собой запах и как он воспринимается отдельно взятой личностью.

6. анималистическая метонимия. Перенос определенных свойств животного на аромат, расширение качеств встречается достаточно редко и обусловлен спецификой восприятия аромата. Например: I want to tame the

smell; notes hibernated и др. Подобные характеристики с упоминанием о сути запаха прекрасно передают отношение к аромату.

Отдельным элементом становятся характеристики, которые возникают тогда, когда на основании метонимии они порождают у человека цепь личностных ассоциаций. В подобных случаях говорящие сравнивают одорическое впечатление от духов с чем-то иным, обладающим своим специфическим, ни с чем не спутываемым запахом. И специфика таких характеристик выражается в том, что зачастую характеристика расходится с образом, который порождает реклама.

Например: then agent provocateur, with a beautiful base and a terrible ride for me, something sharp, sick, with a steel clang of tools and a fatal outcome. Smile by the way, Montalevsky sounds are also heard to me medical; I briefly: for me it smells of soap. The head began to hurt after 2 minutes; Well, she puffed up, and ... almost wept, first smelling cat's nose in my nose ... then some naphthalene, then cologne, in general regretted, but nowhere to go, the smell got stuck

В подобных случаях этапы раскрытия аромата также могут описываться метонимическим посредством перечисления предметов, носителей определённого специфического запаха.

Ср.: I am wearing an orange peel, then a pharmacy, then some kind of obsessive smell from childhood (association: an empty bottle of French perfume), then a Christmas tree. Как видим, трудно поддающийся описанию аромат трактуется через знакомые, всем известные явления.

К этой же группе можно отнести конверсированных единиц, образованных от глагола hold. Рассмотрим употребление существительных holdover, holdup, holdout в экономической периодике.

Первое предложение взято из статьи журнала «Forbes», посвященной референдуму о независимости Шотландии. ФГ «hold over» имеет значение «откладывать, медлить, задерживать». Образованное от него существительное «holdover» может употребляться в двух значениях. Академические словари Cambridge и Oxford дают этому слову определение

«человек, который продолжает свою деятельность с давнего времени (после того как оговоренный срок заканчивается)». Второе значение данного существительного вытекает из первого, только речь идет о неодушевленном объекте, т.е. «что-то, что осталось с давнего времени» или «наследие, пережиток времени». Таким образом, выражение «holdover from the old German Bundesbank» можно перевести как «пережиток старого немецкого Бундесбанка».

При составлении картотеки примеров было отобрано несколько предложений с существительными «holdup», «holdout». Чтобы изучить значения этих существительных возьмем два связанных по смыслу предложения.

В описании из области косметологии нередко метонимия играет, и роль эвфемии и не является чем-то неожиданным. Они смягчают, вуалируют неприятные слова и выражения, которые могут причинить дискомфорт собеседнику: – избежание слов с отрицательной коннотацией: *the first signs of aging (wrinkles)*.

Например: *Fight with the first signs of aging!* Пытаясь заменить фразу *to get old* более мягким, автор прибегает к нейтральному слову *age*. Однако, следует уточнить, что сейчас слово *age* не является эвфемизмом, т. к. одно из его значений является старость.

Но тем не менее, оно является более вежливым чем *old*. –вуалирование слов, которые могут показаться неприличными: *the most delicate parts of your body (genitals)*. Это традиционная функция эвфемизма, однако, в глянцевой прессе тексте происходит некоторая ее трансформация. Журналист, тщательно заменяя слова, которые кажутся неприличными, на более нейтральные номинации, руководствуется морально -нравственными принципами, но, добиваясь коммуникативного комфорта адресата, отправитель заботится лишь о собственной выгоде.

Лишний вес всегда был традиционной темой эвфемизации. “*gives women of classic proportions the perfect slimming effect*”. В данном сообщении

автор заменяет такие понятия как «толстый», «жирный» на словосочетание “*women of classic proportions*”, что переводится на русский язык как «женщины классических форм».

На сегодняшний день проблема избыточного веса является одной из доминирующих в США, однако стройность женщин не всегда была актуальна, например, в средние века полнота женщин считалась эталоном красоты, в связи с этим автор данного текста хочет напомнить женской аудитории, которая имеет избыточный вес, что полнота является синонимом красоты.

Таким образом, данная эвфемистическая единица препятствует появлению негативных чувств у читателя, которые могут ассоциировать их. Не менее распространенной темой для эвфемизации является тема наименования выделений человеческого тела. “*Tampax Radiant tampons combine Tampax’s best-ever protection which save you from misfortunes plus a one-of-a-kind resalable wrapper for discrete disposal.*” Тема менструации являлась темой табу во все времена. В прошлом женщина в данный период своей жизни считалась не чистой, ей не разрешалось входить в храм, также ей приписывали обладание нечистой силы и старались изолировать от внешнего мира.

В наше время в связи с морально-этическими социальными изменениями, отношение к данной теме поменялось, оставив, однако отрицательные чувства и эмоции к данной лексической единицы, так как менструальный период часто ассоциируется с болью и чем-то неприятным, что вызывает чувства дискомфорта и брезгливости.

Таким образом, издатели заменяют прямое наименование на нейтральное и общее, например, лексему «период», «эти дни», чтобы подчеркнуть гендерные особенности женщины. В связи с этим, данные сообщения не вызывают у женщины чувства вины или стыда, а наоборот она чувствует свою особенность, что исключает появления негативных эмоций, связанных с продуктом.

Что касается темы наименования возраста, то здесь отрицается любое прямое наименование возраста женщины, даже такого, когда стесняться этого не принято. Большинство статей избегает точного обозначения возраста героинь или в рекомендациях для читателей, для которых они статьи создают.

Несмотря на то, что слово возраст является нейтральным оно приобретает отрицательную коннотацию. “*fights with first signs of age*” Лексическая единица возраст в специфическом контексте: fight, the first signs (по аналогии с первыми признаками старости) получает негативное значение. В связи с этим мы можем сделать вывод о том, что данное слово перестает являться эвфемизмом, так как получает новую негативную коннотацию и речь идет уже о дисфемизации.

Таким образом, особенности обонятельного восприятия мира, представленные в речевых произведениях носителей языка в рамках интернет-форумов, отражают определенные сложности в экспликации запаха, что проявляется в частотной языковой рефлексии, демонстрирующей поиск нужного слова. В связи с этим говорящие отдают предпочтение преимущественно метафорическому способу вербализации аромата.

Выводы по второй главе

Проанализировав особенности метонимии в парфюмерии и косметики, мы можем прийти к выводу о том, что при осуществлении использования их в СМИ опирается на целый ряд сложностей, которые необходимо учитывать.

Для того чтобы осуществлять в СМИ термины языка когнитивные основания метонимии терминов, необходимо иметь знания по специализированному языку, а также иметь представление об основах парфюмерного языка

Как следствие, для того, чтобы иметь представление о предмете речи и составлять аннотации, необходимо иметь базовую специальность по данному направлению или большой спектр знаний в области. Это связано с узким профилем темы. Даже учебники, которые обычно понимаются как более простой вариант терминологии [1; 2; 3].

Основные трудности, с которыми может столкнуться человек при анализе терминологии косметики и парфюмерии позиции метонимии, проявляется на основании следующих характеристики:

1) значение слова во многом определяется контекстом. Как правило, в данной области многие термины имеют большое количество значений.

Примерами общеотраслевых терминов могут послужить следующие терминологические единицы: accord — аккорд, balm - бальзам, extract - экстракт, elixir - эликсир, formula - композиция, note - нота аромата, powder - пудра, порошок и т. д.

2) как правило, работая с терминами на основе метонимического переноса, приходится иметь дело заимствованными терминами.

Подотраслевые термины имеют отношение к отдельным областям и подобластям сферы парфюмерного и косметического производства. Они номинируют многочисленные группы специальных понятий, объектов, процессов и явлений данной сферы, например: face lifting - эффект

подтягивания кожи лица, perfume compound - парфюмерная композиция, cacao butter cream - крем с маслом какао, aldehydic-floral perfume - альдегидно-цветочные духи, vacuumdistillingcolumn - вакуум-перегонная колонна, elixir de parfum - экстракт духов

3) нужно учитывать также лексемы, которые имеют сходное звучание и такое же значение. Они получили название «лексических когнатов».

Заключение

Номинация – образование в языке единиц, обладающих номинативной функцией служащих для формирования необходимых понятий о фрагментах действительности в форме слов, словосочетаний, фразеологизмов, предложений; выделения и именования фрагментов действительности. В этом смысле, термин «номинация» обозначает также результат процесса номинации, представляющего собой весомую языковую единицу.

К путям появления номинативных единиц в языке относят создание номинатива, переосмысление или заимствование. Для механизма номинации выбор признаков может происходить на основе универсальной гносеологической схемы отражения в понятии (сигнификате) реальных объектов. К регулярным механизмам номинации относят комбинаторику элементарных единиц и многозначность.

В процессе создания номинативных единиц человек из множества признаков определенного предмета выделяет наиболее важный, по его мнению, и использует его для наименования нового предмета. Этот признак и является мотивационным, он вербально эксплицирует внутреннюю форму слова. В доказательство этих слов можно привести обилие синонимов среди названий растений, где в одном случае решающую роль при наименовании играет сравнение с другими растениями, в другом – восприятие красоты, в третьем – оценка пользы для человека, в четвертом – бытующее суеверие и т.д. Этимология способна выявить искомую или реконструировать другую внутреннюю форму, сопоставимую, скорее всего, с ее первым значением. Внутренняя форма слова – это первоначальное этимологическое значение, возникающее в результате опоры на первичный признак.

Опираясь на представленные в данной работе классификации, можно заключить, что метонимия относится к вторичным средствам языковой

номинации и обеспечивают сосуществование лексических единиц, возникших на разных этапах истории слова.

Парфюмерный дискурс может наполовину складываться из устойчивых оборотов, по отношению к ней невозможно говорить о личной манере автора. Однако это не исключает компонента творчества. Наравне с потребностью применять идиомы и шаблоны, автор использует также варьирование и комбинирование речевых форм.

Если проследить за теми частями речи, которые применяются в инструкциях, то можно заметить преимущество именных частей речи, особенно существительных.

При метонимическом переносе часто образуются отглагольные существительные. Наличие результативной семы существенно актуализирует значение предметности. Дополнительные семантические признаки, выявляющиеся при метонимическом переносе, служат основой для деривации, транспозиции, в том числе по типу конверсии.

Есть вероятность увидеть и множество числительных, исполняющих ту же функцию, что и имена собственные.

На синтаксическом уровне для инструкции свойственны:

1. применение вводных и вставных конструкций, которые применяются для того, чтобы продемонстрировать обстановку, обстоятельства действия;
2. использование деепричастных и причастных оборотов, конструкций с отглагольными существительными.

Список использованной литературы

1. Азаренко М. В. Метонимия как одно из средств вторичной номинации в английском языке // Вопросы лингвистики и переводоведения: опыт начинающих исследователей. Сборник научных студенческих работ. Брянск, 2017. – С. 31–36.
2. Алексеева Л.М. Проблемы термина и терминообразования: Учебное пособие по спецкурсу. – Пермь: Пермский государственный университет, 1998. – 119 с.
3. Алимуратов О. А. Метафорические модели терминодеривации в английской терминосистеме сферы менеджмента: гендерный аспект / О. А. Алимуратов, Н. Н. Горбунова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2015. – № 3. – С. 90–98.
4. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике. – М.: Высшая школа, 1991. – 140 с.
5. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. - М.: Советская энциклопедия, 1990. - С. 136–137.
6. Бенвенист Э. Общая лингвистика. – М.: Прогресс, 1974. – 446 с.
7. Блинова О. И. Мотивология и ее аспекты. – Томск: Издательство Томского университета, 2007. – 394 с.
8. Болотова Ю.С. Аксиологический аспект дискурса моды // Вестник МГОУ. Серия "Лингвистика". – 2011. – №4. – С. 17-19.
9. Василевская Л. И. Синтаксические возможности имени собственного (метонимический перенос у антропонимов) // Проблемы структурной лингвистики. 1981. М.: Наука, 2009. –С. 156–166.
10. Воропаева В. С. Особенности метафоризации как способы терминообразования в итальянском и русском языках / В. С. Воропаева //

Вестник Челяб. гос. ун-та. – 2010. – № 22 (203). Сер.: Филология. Искусствоведение. – Вып. 46. – С. 25–28.

11. Гак В. Г. Сопоставительная лексикология / В. Г. Гак – Москва: Международные отношения, 1977. — 264 с.

12. Голев Н. Д. Динамический аспект лексической мотивации: автореф. дис. д-ра. филол. наук – Свердловск: Изд-во Урал.унта, 1991. – 40с.

13. Голев Н.Д. Естественная» номинация объектов природы собственными и нарицательными именами // Вопросы ономастики. – 2003. – № 89. – С. 88–97.

14. Голомидова М.В. Искусственная номинация в русской ономастике: Дис. ... д-ра филол. наук. / М. В. Голомидова. – Екатеринбург, 1998. – 241 с.

15. Голомидова, М. В. Некоторые теоретические вопросы искусственной топонимической номинации / М. В. Голомидова // Вопросы ономастики. — Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1991. — Вып. 19: Номинация в ономастике. — С. 5-13

16. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Пер. с англ.; сост. В.В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова. - М.: Прогресс, 1989. - 312 с.

17. Дементьев В. В. Теория речевых жанров и актуальные процессы современной речи. Вопросы языкознания. – 2015. – № 6. – С. 78–107

18. Долгова Т. В. Формирование и развитие английской терминологии дизайна одежды и моды в социологическом аспекте: дис... канд. филол. наук. – Омск, 2007. – 161 с.

19. Дуюнов П. Д. Метонимия в качестве механизма номинации в текстах научно-технического стиля (на материале русского и английского языков) // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – Новосибирск: ООО «Капитал», 2018. – № 5-2. – С. 64–66.

20. Еремин А. Н. Переносные значения в техническом дискурсе. Калуга: КГПУ, 2007. – 104.

21. Ермакова О. П. Семантические процессы в лексике // Русский язык начала XXI столетия (2000 – 2013). М.: Языки русской культуры, 2009. –С. 32–65.
22. Журавлев А.Ф. Технические возможности русского языка в области предметной номинации // Способы номинации в русском языке. 1982. 109 с.
23. Илларионов С.Ф. Об образном компоненте в семантике слов а и о его роли в выборе производящего // Проблемы ономазиологии. Курск, 1976. С. 103–109.
24. Исаев М. И. Языковое строительство в СССР: монография. : Наука. – Москва. 1979. – 325 с.
25. Казакова Т.А. Практические основы перевода. English ↔ Russian. Учебное пособие. – Спб. :Лениздат; Издательство —Союз || , 2002. С. 296–310Д. Метонимия // Русский язык. Энциклопедия. Москва: Советская энциклопедия, переиздание 2014.С. 142–144.
26. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5-20.
27. Кирьянов А.П. Научно-технические проблемы естествознания. — Москва., 2003.
28. Колшанский Г. В. Коммуникативная функция и структура языка. – Москва, 1984.– 81с.
29. Косых Е.А. Русская ономазиология [Электронный ресурс] / Е.А. Косых: учебное пособие. – Барнаул: АлтГПУ, 2016. – <http://library.altspu.ru/dc/pdf/kosih2.pdf> (дата обращения: 17.05.2018).
30. Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности. – Москва, 1986. – 149 с.
31. Кубрякова Е.С. Теория номинации и словообразование. Москва, 2010. 303 с.
32. Кудрявский Д. Н. Введение в языкознание. Юрьев (Дерпт), 1913.

33. Лейчик В. М. Терминоведение: Предмет, методы, структура. – Москва: Ком-Книга, 2006. – 256 с.
34. Лингвистическая сущность и аспекты номинации / Уфимцева А.А., Азнаурова Э.С., Кубрякова Е.С., Телия В.Н. // Языковая номинация: Общие вопросы. - Москва: Наука, 1977, с. 7 - 99.
35. Липгарт А.А., Хуринов В.В. Функциональные стили современного английского языка: Наука и журналистика. – Москва: Книжный дом «Либроком», 2013. – 208 с.
36. Лозовой А. Ю. К проблеме номинации. Особенности современной эргономии / А. Ю. Лозовой, И. А. Названова //Известия ЮФУ. Технические науки. – 2013. – №10. – С. 25-30
37. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – Москва: Гнозис, 2003. – 280 с.
38. Метонимия // Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. проф. Д. Ушакова. М.: ТЕРРА, 2008. - Т. II. - С. 201.
39. Мигирина Н. И. Внутренняя форма как важнейший узел системных связей в языке / Н. И. Мигирина. – Кишинев. – 1977.
40. Нессван С. Р. Использование вторичных номинаций при создании прозвищных наименований // Вестник Башкирского университета. – Уфа: Башкирский государственный университет, 2007. – С. 87–89.
41. Панина Т.Г. Вторичная косвенная номинация как языковой, когнитивный и культурный процессы // MagisterDixit. 2008. 48 с.
42. Петровский. М. В. Литературная энциклопедия: Словарь литературных терминов: В 2-х т. / Под редакцией Н. Бродского, А. Лаврецкого, Э. Лунина, В. Львова-Рогачевского, М. Розанова, В. Чешихина-Ветринского. — М.; Л.: Изд-во Л. Д. Френкель, переиздание 2012.
43. Телия В. Н. Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация (Виды наименований). М.: Наука, 1977. – С. 129-221.
44. Телия В.Н. Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация (Виды наименований). М.: Наука, 1977. 221 с.

45. Уфимцева А. А. Лексическая номинация (первичная нейтральная). Языковая номинация (виды наименований). -М., 2012. - С. 5-85
46. Уфимцева А. А. Слово в лексико-семантической системе языка / А. А. Уфимцева. – М.: Наука, 1968. – 287 с.
47. Ширяева Т. А. Институциональность как важнейший дискурсообразующий фактор // Человек. Язык. Культура: сб. науч. ст., посвященный 60-летию юбилею проф. В. И. Карасика. Киев: Изд. дом Д. Бураго, 2013. – Ч. 1. – С. 780-790.
48. Ягафарова Г.Н. Основные ономастологические понятия // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. 172 –177 с.
49. Якобсон Р. О. Два аспекта языка и два типа афотических нарушений II Теория метафоры. М.: Прогресс, 2010. – С. 110–132.
50. Goodman A. E. Wear this, toss that. – N.Y.: Atria books, 2011. – С. 326.
51. Koch P. Frame and Contiguity: On the Cognitive Bases of Metonymy and Certain Types of Word Formation. 1999. Pp. 139–167.
52. Lakoff G. & Johnson M. Metaphor We Live by. Chicago and London: The University of Chicago Press. 2003. 236 p.
53. Meyer S. Breaking Dawn. 2008. 492 p.
54. Nerlich B., Clarke D. & Todd Z. Metonymy in Language Acquisition. 1999. Pp. 361–383.
55. Slater R. Mind the gap//Harper's Bazaar. – 2018. – №3. – P. 56-58.
56. Ullmann S. Semantics: An Introduction to the Science of Meaning. Oxford: BasilBlackwell, 2019
57. Concise Oxford English Dictionary / ed. by A. Stevenson and M. Waite. – 12 the edition. – Oxford University Press, 2008. – 1728 p.
58. Crystal B., Crystal D. Shakespeare's Words: A Glossary and Language Companion / B. Crystal and D. Crystal; preface by S. Wells. – London: Penguin Books, 2004. – 676 p.

