

Наименования косметической продукции: словообразовательный анализ (на материале английского языка)

Научный руководитель – Ермолаева Елена Николаевна

Чичкань Анастасия Андреевна

Студент (бакалавр)

Кемеровский государственный университет, Факультет романо-германской филологии,
Кемерово, Россия

E-mail: anastasiya980610@gmail.com

Косметика - это неотъемлемая часть жизни современной женщины и незаменимый инструмент, к выбору которого она подходит со всей ответственностью. Так как на данный момент косметический рынок предоставляет большое количество товаров, то ориентироваться и делать правильный выбор становится все сложнее. Производители решают этот вопрос с помощью разнообразных средств, в том числе разного рода номинаций. Одним из их самых продуктивных видов является словообразование.

В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» оно толкуется как «Раздел языкознания, изучающий все аспекты создания, функционирования, строения и классификации производных и сложных слов» [п2].

Современный английский язык располагает несколькими способами словообразования, но наибольший интерес представляет именно морфологический. Он образует новые слова на базе уже существующих основ и словообразовательных аффиксов.

Также, различаются следующие типы морфологического способа образования слов: аффиксальное словопроизводство, словосложение, чередование, сокращение, удвоение, перераспределение, обратное словообразование и стяжение. Популярностью при наименовании косметических средств пользуются именно словосложение и аффиксация. Они составляют значительную часть всех номинаций брендов, видов отдельных косметических продуктов и их названий.

Словосложением является объединение двух и более основ, представляющее собой одно целое [п1]. Используя данное явление, создатели рассказывают покупателям об определенной философии и концепции бренда.

Имя британский компании «Topshop» является сложным словом с двумя основами «Top» и «Shop» [п5]. Корень «Top» обозначает что-то самое лучшее. В сочетании со вторым корнем «Shop» это название обращает внимание покупателей, что косметика именно под этим именем является самой лучшей.

Другой пример, существующий на американском рынке, - «CoverGirl» [п6]. Используя корень «Cover» в названии, создатели заявляют, что с их косметикой каждая девушка будет выглядеть как знаменитость с обложки глянцевого журнала.

Еще одним не менее распространенным типом словообразования косметических средств является аффиксация. При аффиксальном словопроизводстве новые слова образуют стоящие после корня суффиксы и предшествующие корню префиксы. Они различаются местоположением и выполняемыми функциями. Префикс, как правило, изменяет лишь значение слова, а суффикс, в добавок к этому, преобразовывает его в определенную часть речи [п1].

В отличие от словосложения, она охватывает еще один пласт косметических наименований - названия видов косметических средств. В большинстве своем они образуются при помощи сложения корня слова и суффикса «er», обозначающего исполнителя действия. Среди таких слов числятся: bronzer, concealer, plumper, fixer, primer, luminizer [п3].

Аффиксация затрагивает и названия косметических средств. Так, в имени туши от MAC «InstaCurl Lash» «Insta» - это полусуффикс, образованный от слова, обозначающего популярную в наши дни социальную сеть Instagram [n4]. В сочетании с корнем «Curl» и словом «Lash» это говорит, что, купив и используя этот продукт, девушка будет иметь подкрученные ресницы, как у модниц, публикующих свои фотографии в данной социальной сети, и получит столько же много «лайков» - показателей одобрительного отношения.

Остальные же типы словообразования представлены в гораздо меньшем количестве или вовсе отсутствуют. К ним относятся стяжение, сокращение, чередование, обратное стяжение, удвоение, перераспределение и конверсия. Они неудобны и неэффективны в косметической области. Это показывает, что в настоящее время существует расхождение в популярности использования определенных типов словообразования для создания новых слов в английском языке в целом и конкретно в косметической среде.

Источники и литература

- 1) Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. М., 2012.
- 2) Лингвистический энциклопедический словарь: <http://tapemark.narod.ru/les/index.html>
- 3) Sephora: <http://www.sephora.com/>
- 4) ИЛЬ ДЕ БОТЭ: <http://iledebeaute.ru/shop/>
- 5) Topshop: <http://www.topshop.com/>
- 6) CoverGirl: https://www.covergirl.com/en_us/