



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

**Структурное и лексико-семантическое словообразование при форми-
ровании терминов сферы косметологии и индустрии красоты**

**Выпускная квалификационная работа по направлению
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)**

**Направленность программы бакалавриата
«Английский язык. Иностранный язык»
Форма обучения очная**

Проверка на объем заимствований:
73,63% авторского текста
Работа рекомендована к защите
«11» июня 2024 г.
зав. кафедрой английской
филологии Афанасьева О.Ю.

Выполнил:
Студент группы ОФ-503/091-5-1
Браилко Ксения Владимировна
Научный руководитель:
старший преподаватель
Москвитина Татьяна Николаевна

Челябинск
2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕРМИНООБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ КОСМЕТОЛОГИИ И ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ.....	9
1.1 Определение, специфика и классификация терминов	9
1.2 Структурные способы словообразования терминов в английском языке... ..	13
1.2.1 Морфологические способы словообразования.....	13
1.2.2 Синтаксические способы словообразования.....	21
1.3 Лексико-семантические способы словообразования в английском языке... ..	23
1.4 Индустрия красоты и сфера косметологии: история становления и особенности формирования лексики	29
Выводы по главе 1.....	34
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРМИНОЛОГИИ В СФЕРЕ КОСМЕТОЛОГИИ И ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ.....	36
2.1 Общий анализ терминологии в сфере косметологии и индустрии красоты.	36
2.2 Структурные способы словообразования терминов в индустрии красоты.. ..	38
2.3 Лексико-семантические способы словообразования терминов в индустрии красоты.....	45
2.4 Изменение продуктивности словообразовательных способов при формировании терминов индустрии красоты	48
Выводы по главе 2.....	52
ГЛАВА 3. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ПО ПРОФИОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЕ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ (НА ОСНОВЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ БАЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ).....	55

3.1 Важность профориентационной работы при организации обучения иностранному языку	55
3.2 Методическая разработка по профориентационной работе при обучении иностранному языку в старших классах.....	58
Выводы по главе 3.....	71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	72
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	75

ВВЕДЕНИЕ

Индустрия красоты и сфера косметологии – важная часть жизни человечества, которая неразрывно связана с его развитием. В последние годы различные препараты и процедуры, направленные на изменение своей внешности, получили бешенную популярность. Кажется, что сейчас можно придать себе абсолютно любой внешний вид, ведь для этого есть все средства: начиная от тех, что помогут вылечить акне и убрать шрамы, заканчивая теми, которые могут полностью преобразить лицо и тело человека. Практически на протяжении всей истории людей данная сфера обогащала английский язык различными терминами. Поэтому индустрия красоты занимает особое место в английском языке, так как является его крупным и быстро развивающимся пластом.

Как и любой другой термин, данные лексические единицы приходят в язык при помощи структурных и лексико-сематических способов словообразования. Особенности словообразования изучались такими лингвистами, как И. В. Арнольд [2], В. А. Виноградовым [60], И. Р. Гальпериным [4], В. В. Елисеевой [7], И. В. Зыковой [10], О. Д. Мешковым [30], М. М. Покровским [33], Ж. Н. Сарангаевой [40], А. И. Смирницким [44], З. Я. Харитончиком [55] и другими. Эти ученые рассматривали в своих трудах различные способы словообразования, их классификации и особенности. Что касается изучения терминов, то их исследовали С. В. Гринев-Гриневиц [6], Н. Н. Лантюхова [19], В. М. Лейчик [20], С. Д. Шелов [58] и т. д.

В современном мире терминология индустрии красоты и сфера косметологии – существенная часть лексики иностранных языков. Структурно-семантические характеристики терминов женской косметики, наиболее продуктивные способы образования данных терминов были рассмотрены в диссертации Е. Н. Тарановой «Структурно-семантические особенности терминологии женской косметики» [48]. В исследовании Е. В. Коломиец «Наименования средств парфюмерии и косметики в русском языке XI-XXI

вв.: этимология, структура, семантика» [17] описана тематическая классификация названий парфюмерно-косметических средств, а также проанализированы лексико-семантические и грамматические особенности наименований средств парфюмерии и косметики. Данные исследования достаточно полно раскрывают свои темы, но все же в современной лексикологии нет достаточного описания структурных и лексико-семантических особенностей словообразования при формировании терминов, связанных с индустрией красоты.

Таким образом, актуальность темы данной выпускной квалификационной работы связана со значительным распространением терминов индустрии красоты в английском языке и заключается в необходимости изучения этих терминов, как средств отражения изменений, происходящих не только в этой области и английском языке, но и в обществе и человеческом прогрессе.

Актуальность и проблема исследования обусловили выбор темы – «Структурное и лексико-семантическое словообразование при формировании терминов в сфере косметологии и индустрии красоты».

Объект исследования – это термины английского языка, которые используются в сфере косметологии и индустрии красоты.

Предмет исследования – структурные и лексико-семантические особенности формирования терминов, связанных со сферой красоты.

Цель исследования – анализ терминов, связанных со сферой косметологии и индустрией красоты, и особенностей их словообразования.

Выделим основные задачи исследования:

Определить сущность понятия «термин» и выделить его особенности; характеризовать лексику, связанную с индустрией красоты и сферой косметологии.

тобратить лексические единицы, связанные с индустрией красоты, для проведения лингвистического анализа.

выделить структурные и лексико-семантические особенности словообразования терминов индустрии красоты.

проанализировать изменения в тенденциях словообразования терминов индустрии красоты и сферы косметологии.

создать методическую разработку по обучению английскому языку старших школьников с целью вызвать у них интерес к изучению иностранного языка, улучшить их языковые и учебно-познавательные компетенции, а также помочь им с профориентацией.

Гипотеза исследования заключается в том, что продуктивность тех или иных структурных и лексико-семантических способов в индустрии красоты соответствует общеязыковым тенденциям словообразования, т. е. самые продуктивные способы словообразования терминов в индустрии – это структурные способы.

Для реализации задач используются следующие методы:

- теоретические методы, а именно анализ базы исследования, синтез полученных результатов, аналогия;
- практические методы, а именно сравнение, описание, метод лингвистического анализа и наблюдения, метод тематической классификации, словообразовательный анализ.

Теоретической базой исследования являются работы учёных-лингвистов в области словообразования (Арнольд И. В. [2], Гальперин И. Р. [4], Смирницкий А. И. [44] и др.), в сфере терминообразования (Гринев-Гриневич С. В. [6], Лейчик В. М. [20], Шелов С. Д. [58] и др.), а в сфере косметологии и индустрии красоты (Коломиец Е. В. [17], Третьякова О. В. [52], Шайхутдинова Т. Н. [52], Элдридж Л. [59]).

Практической базой исследования послужили термины, найденные при анализе русско- и англоязычных статей из таких источников, как зарубежные интернет-издания журналов («VOGUE», «Bazaar», «ELLE», «Cosmopolitan»), официальные сайты косметических брендов («L’Oreal», «Lancome», «Max Factor») и различные интернет-обозреватели новинок в

сфере красоты («Cosmetics Business», «LAMODA», «Золотое яблоко» и т. д.).

Цели и задачи работы определили её структуру. Она включает в себя такие элементы, как:

- введение, в котором обозначены объект, предмет исследования, цели и задачи, гипотеза работы, методы, теоретическая и практическая значимость дипломной работы;

- теоретическая часть, в которой изложены значения понятий «термин», «структурные методы», «лексико-семантические методы», их различные подходы и классификации, а также история развития индустрии красоты и характерные черты её лексики;

- практическая часть, в которой подробно отражено исследование терминов индустрии красоты, их структурные и лексико-семантические особенности словообразования, тенденции при формировании терминов в разные периоды истории;

- методическая часть, содержащая информацию о важности про-ориентационной работы при обучении иностранному языку, а также по методической разработке на основе материалов данного исследования;

- заключение, включающее в себя основные выводы, и список литературы.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что исследование дает возможность углубиться в изучение различных способов словообразования при формировании терминов и обнаружить их многообразие. Детальное изучение данного аспекта позволяет проследить актуальные и наиболее продуктивные способы словообразования в современном английском языке, поскольку данная сфера является динамично развивающейся и требует большого количества новых слов.

Практическая ценность исследования заключается в том, что его материалы и результаты могут быть использованы при разборе теоретического материала на семинарских занятиях, а также при обучении иностранным

языкам старших школьников с целью того, чтобы вызвать у них интерес в изучении иностранных языков, сформировать у них языковые и учебно-познавательные компетенции и помочь с выбором будущей профессии.

На защиту выносятся следующие положения:

термины индустрии красоты и сферы косметологии обозначают специальные понятия данной отрасли, которые употребляются не только специалистами, но и обычными людьми, что отвечает главному требованию к термину, а именно, внедренностью в язык.

структурные методы словообразования терминов являются самыми продуктивными при формировании терминологии индустрии красоты и сферы косметологии. Среди них самые распространённые – это морфологические способы, а именно словосложение и аффиксация.

интаксический способ словообразования также продуктивен при формировании терминов индустрии красоты и сферы косметологии. Наиболее распространены словосочетания, представленные парами существительное и существительное, прилагательное и существительное. Части словосочетания могут являться результатом словообразования.

самые продуктивные лексико-семантические способы словообразования терминов в индустрии красоты – это способы переноса значения, особенно метафора. Чаще всего она основана на зрительной схожести или схожести признаков.

методическая разработка, направленная на ознакомление старших школьников с лингвистической и филологической деятельностью, поможет учащимся повысить их интерес к иностранным языкам и сформировать языковые и учебно-познавательные компетенции, развить лингвистические навыки, а также определиться с будущей профессией.

ГЛАВА 1. ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕРМИНООБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ КОСМЕТОЛОГИИ И ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

1.1 Определение, специфика и классификация терминов

В современной лингвистике нет единого понятия для слова «термин». Однако существуют различные подходы к его определению. Так, С. В. Гринев-Гриневич определяет термин как номинативную специальную лексическую единицу (слово или словосочетание), принимаемую для точного наименования понятий [6]. Это определение, по его мнению, содержит основные свойства и признаки термина, а именно обозначение понятия, принадлежность к специальной области знания, дефинированность, точность значения, контекстуальная независимость, конвенциональность и целенаправленный характер появления, устойчивость и воспроизводимость в речи, номинативность, стилистическая нейтральность [6]. С. Д. Гринев-Гриневич также отрицает возможность того, чтобы термином являлась часть речи, отличная от существительного [6].

С. Д. Шелов формулирует следующее определение термина: термин – это языковой знак (слово, словосочетание, сочетание слова или словосочетания с особыми символами), выражающий понятие какой-либо области знания и в силу этого имеющий дефиницию (толкование, объяснение), на которую сознательно ориентируются использующие этот языковой знак [58].

Такие учёные, как Н. Н. Лантюхова, О. В. Загорская, Т. А. Литвинова дают следующее определение: термин – это слово или словосочетание, соотнесенное со специальным понятием, явлением или предметом в системе какой-либо области знания [19].

К специфике термина можно отнести его особенности. К ним В. М. Лейчик относит [20]:

– номинативность: лексика специальных языков преимущественно состоит из номинативных единиц — названий объектов и действий,

относящихся к специальным областям, то есть денотатами таких языковых единиц являются специальные понятия;

– принадлежность к естественному языку и к языку для специальных целей: термины могут служить связующим звеном между разными языками, обеспечивая переход от специального языка к естественному языку, поскольку их содержательная и формальная структура часто схожи в одинаковых терминосистемах разных языков, но значительно отличаются в различных терминосистемах одного и того же языка.

Что касается требований к терминам, то их можно разделить на три группы: требования к форме (синтаксический аспект), к значению (семантический аспект) и специфические требования, связанные с особенностями употребления термина (прагматический аспект) [6].

Также С. Д. Гринев-Гриневиц определяет следующие требования к форме термина [6]:

– соответствие фонетическим, грамматическим и стилистическим нормам языка (данное требование скорее относится к терминам, заимствованным из другого языка);

– краткость (избыточно длинный термин неудобен в использовании);

– хорошая деривационная способность (чтобы образовывать новые термины от уже имеющихся, а не вводить другие слова для терминов, схожих по значению);

– неизменность (инвариантность) [6].

Д. С. Лотте в своих трудах заявлял следующие требования к значению термина [26]:

– соответствие термина отражаемому им понятию или непротиворечивость семантики термина;

– однозначность термина в данной терминологии (невозможно требовать однозначности термина в языке, поскольку многие термины многозначны);

- полнота (значение термина должно отражать минимальное количество признаков, достаточных для идентификации обозначаемого им понятия);

- отсутствие синонимов (тем не менее, синонимия — довольно частое явление в терминологиях, особенно между заимствованными и автохтонными терминами, неологизмами и устаревающими терминами).

Среди прагматических требований выделяют следующие [6]:

- внедренность термина в язык, характеризующаяся общепринятостью или употребительностью термина специалистами;

- интернациональность (в нескольких национальных языках термины совпадают или достаточно близки по форме и содержанию);

- современность (терминосистема должна меняться вместе с языком и отвечать запросам тех, кто ей пользуется);

- орфоэпическая и ассоциативная благозвучность термина (данное требование перекликается с требованием соответствия различным языковым нормам).

Существует несколько классификаций (или типологий) терминов, но, в отличие от типологий, в которых термины делятся по одному существенному признаку, в классификациях термины группируются по нескольким различным признакам, независимым друг от друга: по содержанию, по языковой форме, по функции, по внутриязыковым и внеязыковым признакам. Тем не менее, классификации терминов могут быть взаимосвязаны [21].

В качестве оснований классификаций используются различные характеристики терминов, связанные с содержанием терминов, их формальной структурой и функциями. Основание классификации может зависеть от области знаний, к которой относится терминология [25]; так, термины могут быть научными (которые, в свою очередь, делятся согласно терминологиям, соответствующим имеющимся наукам), техническими (которые могут также использоваться и в научной сфере), терминами языка описания и языка обслуживания экономики, терминами языка управления (например,

дипломатические термины, термины делопроизводства или военных языков) и общественно-политическими [25].

Существуют также лингвистические классификации терминов, основанные на лексических признаках терминов. Б. Н. Головин предлагает классификацию терминов на основе их морфолого-синтаксической структуры: термины-слова и термины-словосочетания [5].

С точки зрения морфологической структуры термины могут быть существительными, глаголами, прилагательными и наречиями. Согласно Б. Н. Головину и Р. Ю. Кобрину, часть речи термина зависит от той области знания, в которой используется термин [5].

Тем не менее, в качестве словарных единиц используются преимущественно термины, выраженные существительными или именными словосочетаниями, поскольку они являются означающими понятий и часто встречаются в текстах научно-технического содержания [6]. В зависимости от типа структуры термины-словосочетания могут быть простыми словосочетаниями, в состав которых входит два знаменательных слова, при этом одно из них будет главным, а другое — зависимым, и сложными словосочетаниями, в которых несколько зависимых слов, отражающих различные аспекты значения главного слова [6]. С точки зрения семантики термины-словосочетания могут быть свободными или устойчивыми [21].

Таким образом, термин — это слово или словосочетание, принадлежащее к специальному языку и обозначающее связь с каким-либо понятием. Термин обладает такими качествами, как номинативность и принадлежность к естественному и специальному языкам. У терминов есть определённые требования, затрагивающие различные аспекты его функционирования, а также различные классификации, например, по их морфолого-синтаксической структуре (её предлагает Б. Н. Головин). Данная классификация лежит в основе нашего лингвистического анализа. Далее будут подробно рассмотрены структурные и лексико-семантические особенности терминов различной морфолого-синтаксической структуры.

1.2 Структурные способы словообразования терминов в английском языке

В своих трудах Б. Н. Головин выделял термины-слова и термины словосочетания [5]. Данные термины появляются в языке при помощи различных структурных механизмов словообразования. По Смирницкому А. И., под термином «словообразование» понимаются два разных явления: ам факт образования нового слова, т.е. то, что слово А существовало раньше, чем слово В, которое было в определенное время образовано (произведено) от слова А, было когда-то и при каких-то обстоятельствах создано на базе этого последнего.

аличие в языке конкретного исторического периода определенных словообразовательных моделей, проявляющихся в определенном соотношении слов, при котором одни слова, например слово А, выступают по своему строению (по значению и звучанию) как более простые, а другие слова, например слово В, как более сложные. В результате этого последние понимаются и трактуются в качестве образованных от первых [44].

В нашем исследовании мы будем опираться на первое определение, т.е. словообразование будет пониматься как процесс появления в языке нового слова.

В английском языке к структурным способам словообразования можно отнести морфологические и синтаксические механизмы.

1.2.1 Морфологические способы словообразования

Морфологические способы словообразования являются наиболее продуктивными во многих языках. К морфологическим способам словосложения относятся словосложение и словопроизводство, которое включает в себя аффиксацию, аббревиацию, конверсию, заимствование и обратную деривацию [44].

По В. А. Виноградову, словосложение – один из способов словообразования, состоящий в морфологическом соединении двух или более корней (основ). В результате словосложения образуется сложное слово. Некоторые типы сложных слов приближаются по структуре к словосочетаниям и состоят из комбинации целых слов [60]. Другим типам сложных слов в большей мере присущи следующие основные признаки:

- особый графический облик сложного слова (слитное или дефисное)
- фиксированный порядок компонентов, изменение которого ведёт к изменению значения сложного слова и др. [46]

Словосложение является одним из наиболее древних и универсальных способов словообразования в английском языке. Процесс словосложения представляет собой сложение двух основ, как правило, омонимичных в английском языке словоформам: *headache, blackboard*. Сложению могут подвергнуться простые основы (*cowboy, spaceship*), а также простая основа и основа производная (*pen-holder, baby-sitter*). Способ соединения основ может быть нейтральным, когда обе основы соединяются «встык» (*eye-brow, schoolgirl*), и с помощью соединительного элемента (*handicraft, mother-of-pearl*). Сложное слово обычно цельно оформлено, и его грамматическая характеристика зависит от второго компонента [56] Более одной трети всех словообразований в современном английском языке образуют сложные слова на основе словосложения [46].

Слитность, структурная цельность и функциональная неделимость отличают сложное слово от словосочетаний, где каждый член словосочетания является оформленным отдельно и сохраняет свою самостоятельность. При этом морфологически сочетание компонентов, составляющих сложное целое, оформлено как единое целое и имеет одну парадигму. Иначе говоря, суффиксы словоизменения прибавляются ко всему комплексу в целом, а не к отдельным его частям при образовании тех или иных форм (например,

множественного числа у существительных: *shipwreck* (кораблекрушение) – *shipwrecks*; *weekend* (конец недели) – *weekends* и др.). [30]

Под словообразованием понимается образование производных слов от основных [51]. К словообразованию относятся такие способы словообразования, как аффиксация, а также безаффиксальные способы: конверсия, аббревиация, заимствование и обратная деривация.

Д. Э. Розенталь дает следующие определение аффиксации: это – образование новых слов при помощи присоединения к основе слова суффиксов или префиксов [43]. Аффиксация может осуществляться при помощи суффиксов и префиксов. Префиксы присоединяются к корню слова в начале, а суффиксы – в конце.

Аффиксы могут присоединяться к различным частям речи, изменяя при этом значение основы слова: *happy – unhappy – happiness – happily*. Суффиксы, оформляющие слово как определенную часть речи, теснее связаны с основой (*courageous, dictation*), в то время как префиксы главным образом изменяют семантику слова и более самостоятельны лексически (*anti-missile, postwar*) [43].

Аффиксы, при помощи которых в определённый период создается относительно много новообразований, называются продуктивными. Продуктивными в современном английском языке являются суффиксы *-ing, -y, -ee, -ist, -er, -ette, -ed* и др.; префиксы *anti-, super-, pro-, mis-, re-* и др.: *superwar* (война с применением атомного оружия), *kitchenette* — (малогабаритная кухня). Продуктивные аффиксы в основном относятся к исконной английской лексике (*-fy, -er, -izer*), непродуктивные — к заимствованной (*-or, -ous*) [57].

Семантика аффиксов также представляет большой интерес для учёных. На этот счёт высказываются самые разные мнения, которые в итоге сводятся к трём основным утверждениям:

аффикс не несёт в себе самостоятельного значения, а только помогает сформировать внешнюю сторону слова [60].

ффикс выполняет лишь роль проводника, переводя слово из одного лексико-грамматического класса в другой.

ффикс может выражать широкий спектр лексических и грамматических значений.

На сегодняшний день основополагающей признается концепция, согласно которой аффикс является главным носителем словообразовательного значения [7]. Таким образом, с установлением семантических свойств аффиксов мы можем перейти к дальнейшей их систематизации, которая выражается в виде различных классификаций. Различают аффиксы:

- по месту расположения в слове (префиксы, суффиксы);
- по происхождению – исконные (префиксы: *be-*, *un-*, *mis-*; суф-
- ф
- и – по принадлежности к части речи – отсубстантивные (префиксы:
- к
- с
- ы
- и – по продуктивности и активности (*anti-* + *n* — *N* (*antifashism*, *antiunion*), *co-* + *n* — *N* (*coauthor*, *cooperator*), *extra-* + *a* — *A* (*extraterritorial*, *Extraordinary*), *v* + *-er* — *N* (*reader*, *sleeper*, *receiver*), *v* + *-able* — *A* (*eatable*, *readable*, *speakable*) и др.);

· – п

д – по транспортирующей (конвертирующей) способности: транспортирующие аффиксы позволяют образовывать другие части речи, не-
транспортирующие аффиксы меняют лексическое значение основы, но дру-
мую часть речи не образуют.

ы Суффиксальные способы продуктивны для терминов русского и ан-
лийского языка. Однако в современном английском языке одним из про-
дуктивных способов словообразования является конверсия. Соответ-
ственно, количество терминов, созданных при помощи безаффиксальных

в

б

и

о

способов словопроизводства значительно в терминосистемах. По Л. Тендеру, конверсия – это образование нового слова путём перехода основы в другую парадигму словоизменения. Обычно получившаяся лексема принадлежит к иной части речи [49]. Помимо этого, следствием конверсии является омонимия исходных форм производных и основных языковых единиц. Также стоит сказать, что при конверсии впоследствии большинство слов приобретают многозначный характер (например: *to starbuck* – пить кофе, от Starbucks).

Конверсия характерна для английского языка в силу его аналитического строя. Благодаря этому способу словообразования язык обретает морфологическую свободу, так как одно и то же слово может употребляться в качестве разных частей речи, а значит, и выступать в различной синтаксической функции (т.е. быть различными членами предложения) [18].

И. В. Арнольд выделяла следующие разновидности конверсии [2]: первый тип – классическая (чистая или абсолютная конверсия). В этом случае слово, переходя из одной части речи в другую, не изменяется. (*love* – любить, любовь, *plant* – выращивать, растение).

второй тип – неклассическая конверсия. В этом случае при переходе слова из одной части речи в другую в нем возникают небольшие изменения. Например, перемещение ударения внутри слова (*éxport* – существительное «экспорт», *expórt* – глагол «экспортировать, ввозить»; *pérfect* прилагательное «совершенный» – *perféct* глагол «совершенствовать»), изменение звучания согласного (*close* [kləʊz] – глагол «закрывать», *close* [kləʊs] – прилагательное «близкий»), изменение написания (*advice* «совет» – *advise* «советовать»).

И. В. Зыкова описывает следующие основные разновидности конверсии [10]:

– вербализация, т. е. переход различных частей речи в глагол: вать»);

- субстантивация, т. е. переход различных частей речи в существительное: *a private* (изначально прилагательное «частный, конфиденциальный», затем существительное «рядовой»);
- адъективация, т. е. переход различных частей речи в прилагательное: *after* (изначально предлог «после», затем прилагательное «последующий»);
- адвербиализация, переход различных частей речи в наречие:

М. Бизе в своей работе «Происхождение и развитие конверсии в английском языке» описываются 10 типов-моделей конверсии, такие как существительное – глагол, глагол – существительное, прилагательное – существительное, существительное – прилагательное, наречие – существительное и т. д. Однако отмечается, что самая распространенная модель – это образование глаголов от существительных и наоборот. Эта модель самая распространённая. Производные по конверсии глаголы и исходные существительные развивают разные типы значений. [61]

А. В. Суперанская считает, что аббревиация – это способ словообразования, объединяющий все типы сложносокращенных и сокращенных образований [45]. В начале 1940-х годов в американской научно-технической литературе появился термин «акроним» в значении «сокращение, похожее на обычное слово». Одной из особенностей современного акронимического образования оказывается тенденция к омонимии акронима и обычного слова, т.е. абсолютное «словоподобие» акронима: *ELISA* (*enzyme-linked immunosorbent assay* - метод исследования энзимосвязанных иммуносорбентов (серологический метод исследования винограда при поражении вирусными заболеваниями)).

Аббревиация заключается в том, что новое слово образуется из частей слов, входящих в исходное словосочетание. При использовании этого способа словообразования большое значение имеет благозвучность и удобство

произношения. В английском языке учёные выделяют такие виды аббревиации, как [2]:

– контаминация – объединение в речевом потоке структурных элементов двух языковых единиц на базе их структурного подобия или функциональной, семантической близости (*flurry* «внезапный скачок активности

– сокращение – процесс формирования новых слов, при котором сокращается один или несколько слогов в слове (*wanna, lemme*);

» – акронимизация – звуковая аббревиатура, т. е. сокращение, которое было образовано из начальных звуков исходного словосочетания (*DIY*,

Согласно словарю лингвистических терминов В. Н. Ярцевой, заимствование – это элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т. п.), перенесённый из одного языка в другой в результате языковых контактов, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой. Заимствованные элементы вживаются в чужой язык, подчиняются новым правилам, меняют звучание, т. е. «приспосабливаются к системе». В дальнейшем их трудно отличить от исконных слов [22].

Доля заимствованных элементов в языках велика, хотя точно подсчитать их количество не представляется возможным, как по причине постоянного увеличения количества иноязычных элементов, проникающих в язык, так и вследствие действия процесса ассимиляции, который затрудняет возможность установить происхождение слова. В каждом языке можно выделить следующие слои: слова, присущие всем языкам одной семьи; слова, общие для группы, подгруппы родственных языков; исконные слова конкретного языка; заимствованные слова [28].

Заимствование из языка в язык может идти двумя путями устным («из уст в уста») и письменным (через посредство книг). При письменном заимствовании слово изменяется сравнительно мало. При устном же облик слова часто изменяется сильнее [40].

По Сарангаевой Ж. Н. и Дарвинову Л. В. заимствования могут быть [40]:

- непосредственными (из языка в язык: *prince, court, vassal* из французского языка пришло непосредственно в английский);
- опосредованными (через языки-посредники: слово *lotion* сначала пришло из латинского языка во французский, а затем в английский).

При обращении к источникам можно увидеть временные границы внедрения новых слов [54]:

первый слой – кельтские заимствования и латинские заимствования первых веков нашей эры, попавшие еще до прихода англов и саксов на Британские острова (*brock, cross, bin, bard*).

второй слой – латинские заимствования VI-VII вв. (*turtle, angel, purse*,

третий слой – скандинавские заимствования, а также старые французские заимствования XII-XV вв., обусловленные нормандским завоеванием и латинские заимствования XV-XVI вв., т.е. связанные с эпохой Возрождения

Согласно И. В. Арнольд, обратная деривация – это способ образования глаголов путем усечения суффикса коррелятивных имен существительных (*to televise* – показывать по телевидению, образовано от *television*) [2]. Иногда может употребляться термин «десуффиксация» или «реверсия».

Таким образом, были рассмотрены морфологические способы словообразования при формировании терминов. К ним относят словосложение и словопроизводство, которое включает в себя аффиксацию, конверсию, аббревиацию, обратную деривацию и заимствование. Были рассмотрены особенности каждого способа.

Морфологические способы словообразования широко распространены в языке, поэтому они крайне важны для терминов, которые сформиро-

вались при помощи синтаксических способов, т. к. их части очень часто создаются при помощи различных морфологических способов (аффиксации, аббревиации и т. д.).

1.2.2 Синтаксические способы терминообразования

Термины, образованные синтаксическим способом, называют комплексными терминами или терминами-словосочетаниями. Среди способов терминообразования синтаксический способ является одним из самых продуктивных. По данным С. В. Гринева-Гриневица, с помощью этого способа образуется большая часть состава различных исследованных терминологий европейских языков, что говорит о преобладании терминологических словосочетаний над однословными терминами. [6].

В. Д. Аракин определяет словосочетание, как соединение двух и более знаменательных слов, объединенных на основе определенной синтаксической связи и выполняющих номинативную функцию. [1].

По количеству составляющих компонентов все терминологические словосочетания делятся на следующие виды:

- двухкомпонентные (двухсловные) словосочетания (*customs duty, driver's licence*),
- трехкомпонентные (трехсловные) словосочетания (*bearing*
- четырехкомпонентные, пятикомпонентные, шестикомпонентные (многословные) словосочетания (*hemopoietic inductive microenvironment*

С. В. Гринева-Гриневиц отмечал, что наиболее простым и в то же время наиболее распространенным видом составных терминов в двухкомпонентное атрибутивное словосочетание [6].

Классифицируя терминологические словосочетания по характеру их компонентов, можно выделить три группы [3]:

термины-словосочетания, оба компонента которых относятся к специальной

лексики и могут употребляться самостоятельно вне данного сочетания, сохраняя присущее им терминологическое значение. (*spark* (зажигание, искра) и *plug* (вилка электроприбора) вместе образуют *spark plug* (свеча зажигания)).

термины-словосочетания, в которых один из компонентов представлен термином, а второй является общеупотребительным словом. Компонентами таких словосочетаний могут быть либо оба существительных, либо существительное и прилагательное (*engine misfires* (перебои в системе зажигания), *cash – quick cash* (наличные); *criminal* –

термины-словосочетания, все компоненты которых относятся к общеупотребительной лексике, и только сочетание этих слов является термином (*dead* – фартук из просвинцованной резины), *water table* (горизонт грунтовых вод)). Термины третьей группы представляют собой целостные устойчивые терминологически неразложимые словосочетания. Некоторые терминологические словосочетания этой группы могут иметь омонимы в общеупотребительной лексике, которые являются свободными или устойчивыми словосочетаниями. Например: *front leg* (передняя стойка и передняя нога (у четвероногого животного)), *elephant trunk* (всасывающий шланг и хобот слона).

В терминах-словосочетаниях грамматическое оформление может быть выражено при помощи примыкания, тогда один из элементов словосочетания имеет суффикс (*selective communication*) или окончание (*controlled system*). Иначе части словосочетания соединены при помощи предлогов (*system of taxes*). Поэтому, в большинстве случаев, смысловое содержание терминологических словосочетаний не допускает никаких неточностей в толковании терминов [20].

Таким образом, к структурным методам словообразования терминов можно отнести морфологические и синтаксические механизмы. К морфологическим относятся словосложение и словопроизводство, под которым подразумеваются такие языковые явления, как аффиксация, конверсия, аббревиация, заимствование. Самыми продуктивными способами здесь является словосложение и аффиксация. Что касается синтаксических способов, то это словосочетания, которые могут иметь различный состав, структуру и содержание.

1.3 Лексико-семантические способы словообразования в английском языке

Одними из продуктивных способов терминообразования считаются лексико-семантические способы. В своём словаре Т. В. Жеребило определяет их как неморфологические способы, при которых новое слово образуется в результате существующей в языке лексемы, путем формирования омонимичных лексем [42]. Они состоят в переосмыслении прежних слов. Слова, образованные этим способом, являются результатом исторического развития, в следствие чего они могут быть не связаны со ловами, породившими их [50].

Д. С. Лотте выделял краткость, меткость, доходчивость терминов семантического образования - именно те качества, которых нередко не хватает длинным «книжным» терминам. Но подобные образования, по его мнению, обладают и отрицательными чертами: эти термины часто не отражают или даже затемняют и искажают классификационные связи, которые существуют между соответственными понятиями [27]. В. Н. Прохорова указывает на то, что термины семантического образования находятся в отношениях омонимии со словами общеупотребительными, а также аналогии, характерные для семантического терминообразования, создают условия для экспрессивности и эмоциональности термина, что противоречит основным

признакам, которыми должен обладать термин. Однако способность при образовании нового лексико-семантического термина отразить языковыми средствами связи и отношения внеязыковой действительности, несомненно, является причиной активности этого процесса [38].

Г. Пауль выделил два основных пути изменения значения и создал диахроническую классификацию, которая выделяет [32]:

- модификацию значения, т. е. расширение и сужение значения (некоторые ученые рассматривают эти процессы в рамках синекдохи);
- перенос наименования, т. е. метафора и метонимия.

Словарь лингвистических терминов Т. В. Жеребило определяет расширение значения как увеличение объема обозначаемого понятия, т.е. количества называемых предметов и явлений, в результате чего возникает новое значение слова [42]. В большинстве случаев это сопровождается более высокой степенью абстракции в его новом значении в сравнении с более ранним. Часто новое понятие шире оригинала, а новое значение слова расширено и обобщено [11].

Примером расширения значения является слово *manuscript*: сейчас это любая авторская копия, написанная от руки или напечатанная. Но первоначально оно подразумевало только то, что написано от руки.

Переход от конкретного значения к абстрактному одно из самых частых явлений, например: *ready* означало “prepared for a ride”, тогда как сейчас его значение “prepared for anything”.

Все вспомогательные глаголы: *have, be, do, shall, will* – это случаи обобщения лексического значения, так как они развили грамматическое значение. Когда они используются в качестве вспомогательных глаголов, они лишены их лексического значения, которое они имеют, когда употребляются в качестве смысловых или модальных глаголов [39]. Во всех этих случаях значение слова становится более обобщенным в ходе времени, что демонстрирует диахронию данного процесса.

Словарь-справочник лингвистических терминов определяет сужение значения как уменьшение семантического объема понятия в процессе исторического развития или в контекст речевого употребления [23]. Сужение (ограничение или специализация) значения – это процесс обратный расширению значения. В процессе сужения значения слово с широким значением приобретает узкое, специальное, оно переходит из общей сферы в некоторую специальную сферу коммуникации. Это уменьшение семантического объема понятия в процессе исторического развития или в контексте речевого употребления, поэтому данный процесс очень постепенен [11].

Слово *case* имеет общее значение “circumstances in which a person or a thing is”. Но оно специализируется в значении, когда используется в юриспруденции (a law suit), в грамматике (a form in the paradigm of a noun), в медицине (a patient, an illness). Разница между этими значениями видна в контексте.

Значение слова может специализироваться, когда оно остается в общем использовании. Это случается в условиях конфликта между двумя абсолютными синонимами, когда один из них должен специализироваться в его значении, чтобы остаться в языке [47]. Английское слово *meat* имело значение “food”, это значение сохранено в составном слове “sweetmeats”. Значение “edible flesh” было сформировано, когда слово *food*, его абсолютный синоним, победило в конфликте абсолютных синонимов (оба слова английского происхождения).

Ещё один путь сужения значения – это образование собственных имен от нарицательных имен, например: *the City* (деловая часть Лондона), *Oxford* (университетский город в Англии) [47].

Следующий путь специализации – эллипсис. Изначально существуют словосочетания модели «прилагательное+существительное», которые используются в определенных ситуациях. Благодаря этому определение может быть пропущено и существительное может получить значение целого

словосочетания [47]. Данное явление иллюстрирует слово *room*, первоначально подразумевающее “space”. Значение слова *room* специализировалось, так как оно часто использовалось в выражениях: *dining room, sleeping room*.

М. Петровский определяет метонимию как вид тропа, в основе которого лежит ассоциация по смежности [24]. Она заключается в названии предмета через смежные характеристики и детали, творчески сводимые при восприятии текста в единый переживаемый смысл.

Многие учёные-лингвисты предлагали свои классификации метонимии. Так, М. М. Покровский предложил классификацию, которая основывается на том, какой именно смежностью связаны предметы (понятия), действия. К ней принадлежат [33]:

- пространственная метонимия основана на пространственном, физическом соположении предметов, явлений. Например, перенос наименования помещения, учреждения на людей, живущих, работающих в этом помещении, на этом предприятии: «Весь дом вышел на субботник», «цех принял новый заказ», «вся редакция была за»;

- при временной метонимии предметы, явления смежные во времени их существования, появления. Такой метонимией является перенос названия действия на результат. Например, роскошное, подарочное издание, вышивка (платье с вышивкой), переписка (включить в издание переписку писателя).

Очень распространена и метонимия логическая. Особое внимание ей уделял Г. Пауль [32]. К логической метонимии он относил:

- перенос названия сосуда, емкости на объем того, что содержится в сосуде, емкости (чашка чая, тарелка каши);

- перенос названия вещества, материала на изделие из него (выставка фарфора, выиграли золото, бронзу);

- перенос имени автора, создателя чего-либо на его творение (читать Пушкина, любить Ахматову);

- перенос названия действия на вещество или на людей, с помощью которых осуществляется это действие (замазка, пропитка, подвеска);
- перенос названия действия на место, где это действие происходит (вход, выход, объезд, остановка, переход);
- перенос названия свойства, качества на то или того, что или кто обнаруживает, имеет это свойство, качество (совершить бестактность, его окружают бездарности, говорить глупости);
- перенос названия географического пункта, местности на то, что в них производится (рассказывать про день Бородина, ликвидаторы Чернобыля).

Скребнев Ю. М. даёт следующее определение метафоре: это перенос наименования на основании сходства, совпадения тех или иных существенных признаков двух объектов [41]. Метафора, по мнению исследователя, является основным видом всякого окказионального наименования нового предмета речи. Гальперин И. Р. выделяет метафорический перенос значений, или перенос по сходству выражаемых признаков, как основной способ изменения значений слов в английском языке [4]. При этом он считает, что перенос значения может производиться на основе разных видов сходства: по внешнему сходству, по сходству положения, по сходству звучания, по сходству характера движения, по сходству более отвлеченных признаков, чем физические свойства явлений, и по общности функции [4].

Говоря о происхождении метафор, Харитончик З. А. утверждает, что метафоры образуются в результате устойчивых ассоциаций, которые вошли в социальный опыт языкового коллектива. Ассоциативные связи базируются на устанавливаемой нашим сознанием реальной или вымышленной связи и общности объектов окружающего мира [55]. Поэтому выделяют следующие виды метафор по роли в языке и речи [29]:

- общеязыковые (узуальные): такая метафора отражает социальный облик, имеет системный характер в употреблении. Она воспроизводима и анонимна, закрепляется в словарях.

– индивидуальные (художественные): эти метафоры невоспроизводимы в языке, имеют автора, возникают в определенном контексте, обладают особой выразительностью, поэтому их роль велика в художественном тексте.

По особенностям употребления, функциям метафоры разделяют на [29]:

оминативная, безобразная: эта метафора сухая, утратившая образность. Словари, как правило, не отмечают это значение как переносное, метафорическое. Однако образность в слове есть, она заключена в самом факте переноса названия с одного предмета на другой.

образная метафора: она содержит скрытое сравнение, имеет характеризующее свойство. Образная метафора возникает как результат осмысления человеком объектов реального мира.

огнитивная метафора: такая метафора является мыслительным отражением реальной или приписываемой общности свойств между сопоставляемыми понятиями. Формирует абстрактное значение слова.

Таким образом, лексико-синтаксические способы терминообразования можно разделить на те, в которых происходит перенос значения и на те, в которых осуществляется модификация значения. Первые выражены метафорой, т. е. наименованием на основании схожести, и метонимией, т. е. наименованием на основе смежности. Ко второй группе относятся сужение и расширение значения, которые выражаются в специализации и генерализации исходного значения того или иного слова. Каждый из механизмов имеет множество классификаций и широко представлен в англоязычном терминообразовании.

Терминообразование важно для всех сфер человеческой деятельности, т. к. оно снабжает их новыми понятиями. У терминологии каждой отрасли есть свои особенности и характерные черты, которые могут быть связаны с историей развития сферы и её спецификой.

1.4 Индустрия красоты и сфера косметологии: история становления и особенности терминологии

Индустрия красоты и сфера косметологии неразрывно связаны с людьми практически с появлением Homo Sapiens. Именно поэтому не будет преувеличением сказать, что раскрашивание лица – такая же часть человеческой природы, как потребность в еде и сне. Именно так написала в своей книге «Краски. История макияжа» Лиза Элдридж [59].

В силу размытых границ индустрии и её активного развития на данный момент нет четкого определения, что под собой подразумевает индустрия красоты. Однако основываясь на определениях, приведенных в различных интернет-изданиях и модных изданиях (например, «VOGUE», «ELLE», «BAZAAR»), можно определить индустрию красоты как отрасль, занимающуюся косметическим обслуживанием. В это понятие входит косметическая и парфюмерная промышленность, продажа косметики, парфюмерии, средств для ухода за кожей и волосами, обслуживание в салонах красоты и в парикмахерских.

Что касается истории развития этой сферы, то антропологи считают, что самые первые шаги к созданию огромной индустрии связаны с раскрашиванием лица и тела. Древние люди делали это для защиты и маскировки, для совершения тех или иных обрядов или для сокращения негативных воздействий стихии. При раскопках пещер в Северной Африке были найдены большие количества красной охры (пигмент, имеющий красноватый оттенок благодаря минералу гематиту), которым предположительно сто или сто пятьдесят тысяч лет. Отсутствие в этом районе наскальной живописи и предметов искусства позволяет заключить, что охра использовалась для тела и лица – «доисторическая косметика», как описал ее Стивен Митен, профессор археологии и антропологии Университета Ридинга [13].

Первые достоверно подтвержденные сведения о косметологии и индустрии красоты датируются примерно 2000 годом до н. э. и относятся к

Древнему Египту. Египтяне первые придумали такие средства для макияжа, как помады, подводку для глаз, тени для век и так далее. Всё это было найдено при раскопках гробниц, причем не только фараонов и знати, но и обычных людей [12]. Все эти средства использовались в первую очередь в практических целях: например, для защиты глаз от инфекции или подчеркнуть свой социальный статус. Помимо этого, они использовали масла, крема для ухода за кожей; также они первые в мире начали красить волосы (изначально они закрашивали седину) [15]. Египтяне проводили операции по ринопластике, т. е. изменении формы носа и отбеливали зубы. Способы удаления бородавок и нежелательных волос детально описаны в 21-метровом папирусе известном как «первое пособие по косметологии» [14].

В Древней Греции использование косметики женщинами осуждалось, т. к. в основном женщины должны были находиться дома. У них не было прав, и они не могли получать образование. Единственные гречанки, которые активно пользовались косметикой и гражданскими правами, были «гетеры», которые предоставляли любовные услуги [12]. Но несмотря на общественное порицание, именно греки ввели в употребление слово «kosmetike», что значит «искусство украшать». В Греции процедуры по изменению и улучшению внешности использовались не только в декоративных, но и в лечебных целях. Гиппократ (V – IV века до нашей эры) оставил после себя множество сведений по уходу за телом с помощью целебных растений. Диокл, его ученик, создал труд в четырех томах, который содержал рецепты мазей и масок на основе растительного сырья для ухода за кожей лица, ногтями, волосами [62].

В Римской Империи ситуация с женским макияжем обстояла куда лучше: богатые и бедные женщины активно пользовались косметикой, о чем свидетельствуют археологические раскопки. Однако, как и в Древней Греции, отношение мужчин к декоративной косметике было в основном отрицательным; яркий макияж считался достойным критики и осмеяния [12].

Древние римляне были первыми, кто выделил косметологию как ветвь медицины. В учебнике, разработанном врачом Галеном, косметические средства были впервые официально разделены на две категории: лечебные (поддерживающие) и декоративные (корректирующие) [13].

Если говорить о странах Древнего Востока, Китае и Японии, то здесь важную роль играла бледная кожа. В этом женщинам помогала отбеливающая рисовая пудра, скрывающая мелкие дефекты кожи и веснушки. Китайский макияж отличался яркими цветами и акцентами. Например, одно время лбы красили желтой краской, зачастую добавляли ярко-красные элементы на лбу или на щеках. Красную насыщенную краску делали из ртути с различными примесями [31]. Большое внимание уделялось запахам. Парфюмерию изготавливали из трав, цветов и других растений. Около 3000 года до н.э. китайки начали красить ногти. Делали это они при помощи состава из гуммиарабика, яйца, пчелиного воска и желатина [31].

В Средние века в индустрии красоты и косметологии наступил кризис, ведь церковь запрещала любой уход за собой и изменение внешности, считая это признаком распущенности и грехом и принуждая каждого человека заботиться исключительно о своей душе. Однако женщины все равно накладывали макияж, но делали это незаметно. Именно тогда появилась свинцовая пудра, которая распространилась по всему миру. Самыми популярными считались венецианские белила (еще известные как «Дух Сатурна»), появившиеся в XVI веке [13]. Также, чтобы сделать кожу светлее, средневековые модницы изготавливали различные мази.

В XV веке сохранялась мода на естественность, но появилась новая тенденция – высокие лбы. Женщины сбрасывали брови и прятали волосы под головными уборами. Нередко отодвигали линию роста волос – брили или выщипывали волосы, однако часто волосы выпадали сами из-за использования токсичной пудры [15]. Также большим спросом пользовались процедуры по удалению волос по всему телу.

В эпоху Ренессанса наступило возрождение индустрии красоты. Не только женщины, но и мужчины стали активно краситься и пудриться ядовитой пудрой из свинца или белладонны, из-за чего повышалась смертность людей. Помимо этого, в моде были яркие румяна и мушки, изначально придуманные, чтобы скрыть следы оспы [15]. На голове создавали сложные прически, для фиксации которых использовался жир и пудра [15].

В XIX веке также ценилась бледность кожи, и в этом людям помогала такая «модная болезнь», как туберкулез. Люди, страдающие от неё, были бледными и худыми, с темными кругами под глазами; этого эффекта пытались достичь и здоровые люди, употребляя в пищу мышьяк. Во второй половине века, в Англии правила королева Виктория, которая определила тенденции того времени. Использование косметики сошло на нет: считалось, что она вредна для кожи. Англичанки лишь пощипывали себя слегка за губы и щёки, чтобы придать им цвет. Большое внимание уделялось волосам: за ними ухаживали, отращивали и делали сложные прически из кос [12].

Массовое производство как декоративной и уходовой косметики началось в начале XX века, и этому поспособствовал Голливуд. Первыми, кто активно использовал макияж, были актрисы кинематографа (такие как Бетт Дейвис, Марлен Дитрих, Теда Бара, Клара Боу), которые становились примерами для подражания для женщин во многих странах. Родоначальниками индустрии косметики в нынешнем понимании стали визажисты Голливуда. После Первой мировой войны, когда женщины получили больше прав, свобод и независимости, они стали чаще использовать косметику [31]. Некоторый спад в индустрии наблюдался во время Второй мировой войны, однако после неё сфера начала развиваться в геометрической прогрессии.

В 60-е года прошлого столетия косметология стала отдельной научной дисциплиной, включающей в себя диагностику, профилактику и лечение косметических недостатков кожи [31]. Помимо этого, стала быстро развиваться отрасль пластической хирургии, которая изначально применялась только для исправления небольших внешних дефектов (например, ожоги

или шрамы, полученные в боях), а в последствие стала отражением и демонстрацией силы и возможностей человека в борьбе с природными процессами. Был изобретен силикон и ботокс, которые широко распространены до сих пор [14].

В XXI веке индустрия красоты и сфера косметологии находится на своем пике. Существует множество процедур и средств для любого дохода и социального статуса; благодаря этому любому человеку стал доступен достойный уход за своей внешностью. Рынок динамично развивается, появляются новые бренды, которые предлагают новые процедуры. Например, в последние годы пластическая хирургия предлагает процедуры по контурной пластике тела для тех, кто не может получить «тело мечты» в спорт зале, а парикмахерская отрасль предлагает широкий выбор по уходу за бородами и волосами для мужчин [13].

Как и любая другая серьезная и крупная отрасль, индустрия красоты имеет свою терминологию. В ней можно выделить несколько специфичных черт, которые выделили О.В. Третьякова и Т.Н. Шайхутдинова [52]:

индустрия красоты быстро развивается, соответственно, терминология обогащается новыми словами и понятиями, т.е. для нее характерно широкое употребление неологизмов.

использующиеся в индустрии красоты слова не всегда отмечаются в словарях в качестве терминов, однако данная лексика принята в речи людей, задействованных в данной сфере, поэтому она считается профессиональной. Отсюда появляются профессионализмы.

профессиональная лексика близка к терминологии, поэтому интерес представляют синонимичные и антонимичные отношения внутри лексики индустрии красоты.

индустрия красоты имеет широкое распространение по всему земному шару, соответственно, некоторые термины проникают из одного языка в другой. Отсюда исходит широкое применение заимствований в сфере косметологии и красоты.

Таким образом, сфера косметологии и индустрия красоты имеет очень богатую историю, которая начинается со времен Древнего Египта. На сегодняшний день, это активно развивающаяся отрасль, к услугам которой обращаются люди по всему миру. Несмотря на то, что словари не могут дать четкое определение того, что является индустрией красоты, можно выделить характерные особенности лексики, используемой в этой области. К ним относятся широкое распространение неологизмов, профессионализмов, синонимов, антонимов и заимствований.

Выводы по первой главе

При анализе теоретического материала по изучаемой нами теме удалось установить значение таких важных понятий, как термин, структурный и лексико-семантический способы словообразования. Знание основных понятий позволяет раскрыть их сущность, определить особенности и их классификации. На основе вышеизложенного теоретическая глава представляет собой комплекс, в котором заключены наиболее необходимые сведения, касающиеся нашей темы, исследование лингвистических трудов известных ученых и их последователей, моделирование теоретических основ на практических ситуациях.

В результате изучения терминов в рамках данной темы было выявлено, что термин – это особая языковая единица, которая соотносится с определенным понятием в системе определенной области знаний. Термин обязательно принадлежит к определенной сфере, т. е. выражает специальное понятие. Способы формирования терминов во многом схожи со способами словообразования в языке, из чего можно сделать вывод, что они могут обладать такими же структурными и лексико-семантическими характеристиками, как и общеупотребительная лексика.

Структурные способы формирования терминов – это те, которые связаны с морфологическими или синтаксическими изменениями лексической

единицы. К морфологическим относят те способы, при которых присутствуют морфологические изменения в исходном слове. К ним относят словосложение, аффиксацию, конверсию, заимствование, аббревиацию. Данные способы являются наиболее продуктивными при формировании термина. Синтаксический способ (словосочетание) также очень распространён. Термины-словосочетания имеют различную структуру, а их части могут образовываться при помощи морфологических способов. Лексико-семантические способы основаны на переосмыслении уже существующих в языке лексических единиц. К ним относят метафору, метонимию, сужение и расширение значения.

Изучение сферы, к которой принадлежат термины, также важно для понимания механизмов формирования её терминологии, поэтому была рассмотрена история индустрии красоты и сферы косметологии. Из этого был сделан вывод, что данная сфера имеет обширную историю, ведь она зародилась ещё до нашей эры в Древнем Египте. Помимо этого, были выделены важные особенности терминологии, которые тесно взаимосвязаны с особенностями индустрии.

ГЛАВА 2. ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРМИНОЛОГИИ В СФЕРЕ КОСМЕТОЛОГИИ И ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

2.1 Общий анализ терминологии в сфере косметологии и индустрии красоты

Для того, чтобы выделить особенности словообразования терминов индустрии красоты и сферы косметологии и проследить основные тенденции, было отобрано 320 терминов. Они были найдены в различных англо- и русскоязычных источниках: издания «VOGUE», «BAZAAR», «ELLE», «Cosmopolitan», онлайн-магазины «LAMODA», «Золотое яблоко», онлайн-ресурсы различных брендов («Max Factor», «Maybelline», «L'Oréal» и другие), а также различные сайты, связанные с индустрией красоты и косметологией или с наукой (особенно это было продуктивно при поиске неологизмов).

При проведении анализа терминов мы консультировались с такими словарями, как «Online Etymology Dictionary» [64], «Merriam-Webster Dictionary» [63], «Oxford Learner's Dictionaries» [65] для того, чтобы уточнить их значение, проследить, когда и как они появились в языке. Также были проанализированы различные англоязычные статьи по теме для того, чтобы понять, в какой именно области используется тот или иной термин, а также выявить их коннотативную окраску.

База исследования составила 320 терминов индустрии красоты и сферы косметологии. В результате анализа было выявлено, что 79,38 % терминов (254 лексических единицы) пришли в язык при помощи структурных способов словообразования: из них 139 образованы при помощи морфологических способов, а 115 – синтаксических. Оставшиеся 20,62 % (66 лексических единиц) являются терминами, образованными лексико-семантическими способами. Данный результат соответствует главным тенденциям английского языка, где термины по большей мере образуются при помощи структурных методов.

Также стоит отметить, что при анализе базы исследования были лексические единицы, которые можно отнести к специальной лексике индустрии красоты. Они не являются терминами, но входят в лексико-семантическое поле индустрии красоты и сферы косметологии. Лексико-семантическое поле – это группа слов, обладающих семантическим сходством и представляющих собой разные способы выражения одного и того же языкового понятия. Элементы такой группы упорядочены и взаимоопределяемы, а само лексико-семантическое поле «целостно и принципиально выделяемо» [16].

В отдельные слои лексики индустрии красоты можно выделить:

– профессионализмы (слова или выражения, свойственное речи той или иной профессиональной группы [34]). Было выделено 4 професси-

н – жаргонизмы (слова, употребление которых свойственно людям, образующим обособленные социальные группы, т. е. слова и выражения, встречающиеся в речи людей, связанных определенным родом деятельности, способом времяпрепровождения и т. д. [8]). Было выделено 5 жаргонизмов (*tummy tuck, manicure girl, dewy skin*).

Таким образом, в данном параграфе была дана общая информация по базе исследования, а именно указаны источники, из которых была осуществлена выборка терминов, указано процентное количество словообразовательных способов формирования терминов, а также обозначены особые слои лексико-семантического поля индустрии, а именно жаргонизмы и профессионализмы.

Далее в работе словообразовательные методы будут рассматриваться по степени их продуктивности при формировании терминов индустрии красоты.

у

w

o

o

d

w

2.2 Структурные способы словообразования терминов в индустрии красоты

Как было отмечено в первой главе, к структурным способам относятся морфологические и синтаксические способы словообразования терминов. При анализе было обнаружено, что 43,44 % от общего количества терминов – это термины, образованные посредством морфологических способов. К ним можно отнести словосложение, аффиксацию, заимствование, конверсию, аббревиацию и сокращение. Их процентное содержание вы можете видеть на рисунке 1.



Рисунок 1 – Структурные (морфологические) способы словообразования терминов индустрии красоты и сферы косметологии

Самый распространённый морфологический способ словообразования терминов индустрии красоты – это словосложение. Части таких терминов показывают, к какой конкретной отрасли индустрии красоты они относятся. Сложные слова могут иметь следующие формы:

- закрытую, т. е. слово части слова написаны слитно

b

a

c

k

c

– дефисную, т. е. части слова написаны через дефис. Здесь встречаются примеры, когда одна часть представлена аббревиатурой (*BB-cream*,
В

Н – открытую, т. е. когда части сложного слова написаны отдельно
А

О Чаще всего основами терминов, образованных при помощи словосложения, являются английские слова, однако встречаются примеры, когда складываются иноязычные корни, например латино-греческие или немецкие. К таким терминам относятся *acupuncture* (иглоукалывание), основанное от латинского корня *acu*, что означает «игла», *osteotherapy* (osteопатия), которое состоит из греко-латинских корней.

W Что касается отраслей индустрии, то чаще всего словосложение применяется для создания следующих терминов:

Л – косметологические процедуры, направленные на оздоровление или изменение внешности (*acupuncture, oxygentherapy, cryotherapy, meso-*
h

с – названия причесок или техник стрижки волос, а также процедур по уходу за ними (*co-washing, crewcut, dry-cutting, face-framing* и т. д.);

к – средства для макияжа, его техники (*brow gel, eye liner, faux-filter*,
р

а – процедуры и вещества по уходу за кожей (*cosmeceuticals, disport*,
д

я – инструменты для осуществления процедур (*derma-rollers, flat*
н

и – термины маникюра (*fingernails, free edge of nail, toenails*).

О Часто термины, представленные сложными словами, создаются не только при помощи словосложения. Например, широко распространена аффиксация, особенно в терминах, которые показывают специалистов индустрии или различные процедуры (к ним обычно добавляются суффиксы),
w

р

и

h

например *microdermabrasion, hairdresser, dermaplaning*. Также широко распространены, особенно среди неологизмов, аббревиатуры и сокращения, например *K-beauty, AHA-acids, LED-therapy*.

Следующий способ – аффиксация. Здесь чаще всего используются именно суффиксы (*beautician, luminizer, marcelling*), однако встречаются и термины с префиксами, хотя их гораздо меньше (*biorevitalization, exfoliator, renuvion*).

Самыми распространёнными аффиксами являются:

– суффиксы, обозначающие профессии *-er, -ist, -cian*: *barber, pedicurist, stylist, beautician*. Данные суффиксы встречаются в 28 % случаев, когда термин образован при помощи аффиксации;

– суффикс *-er*, который используется для создания названий средств для макияжа: *plumper, blusher, luminizer* (встречается в 16 % аффиксаций);

– суффикс *-ing*, который указывает на название процедуры: *sec-*

п

о

м – различные префиксы *up-, under-*, использующиеся в названиях высоких причёсок: *updo, undercut* (12 % терминов, образованных при помощи аффиксации).

и Заимствования встречаются также часто, как и аффиксация. Они используются для создания терминов в разных отраслях индустрии красоты, поэтому нельзя выделить наиболее популярные из них. Заимствования пришли как непосредственно из того или иного языка (*manicure* из французского, *Tai Chi* из китайского, *reiki* из японского), так и опосредованно (*pedicure* и *cream* изначально появились в латинском языке, из него пришли во французский, откуда были заимствованы в английский). Точное происхождение некоторых слов невозможно распознать, так как разные словари и источники дают различную информацию. Например, слово *mascara* может

ц

и

и

быть как итальянского, так и испанского происхождения (по данным онлайн-словаря *etymonline.com* [64]), *massage* может быть образовано от французского «*masser*» (массажировать) или арабского «*massa*» (гладить) (по данным онлайн-словаря Merriam-Webster [63]).

Заимствованные в английский язык термины индустрии красоты приходили из следующих языков:

– латинский: *matrix, lunula, lotion, hyponychium, fungus*. В основном термины связаны с частями тела человека. Является самой многочисленной группой: составляет 46,15 % от всех заимствований;

– французский: *plaits, perfume, chignon, manicure* (30,78 % от терминов, образованных при помощи заимствований);

– итальянский (испанский): *mascara* (3,85 % от общего количества заимствований);

– немецкий: *reflexology, homeopathy* (7,69 % от всего количества заимствований);

– китайский и японский: *Tai Chi, reiki* (7,69 % от всего количества заимствований). Данные заимствования пришли в английский фонетическим способом;

– корейский: *sheet mask*. Здесь произошел дословный перевод термина (3,85 % от всех заимствований).

Конверсия (составляет 7,19 % от всех терминов, образованных при помощи морфологического способа) во всех случаях является субстантивацией, т. е. различные части речи становятся существительным. Среди терминов индустрии красоты в существительные перешли следующие части речи:

– причастие (*aerating, contouring, shrobing, strobing*). Чаще всего эти термины обозначают какие-либо процедуры или направления в индустрии;

– глагол (*cover up, fade, shampoo, perm*);

– прилагательное (*emollient*). Последние два пункта относятся к терминам, которые обозначают косметические продукты или вещества.

Сокращения и аббревиация встречаются редко, в основном они используются для образования неологизмов. При сокращении используются как буквы, так и цифры (*Y2K* – year 2000, т. е. двухтысячные годы), а при аббревиации – первые буквы слов (*PA* – Protection Grade of UVA, т. е. уровень защиты от А-лучей; *НАРТА* – Handheld Atomized Personal Technical Applicator). Нет чёткой закономерности, в каких отраслях индустрии красоты используются эти термины.

35,94 % всех терминов исследуемой базы – это термины, образованные при помощи синтаксического метода, а именно словосочетания. Они широко распространены во всех отраслях индустрии, однако чаще всего встречаются термины, которые относятся к следующим сферам:

– термин маникюра (*acrylic nails, almond shape, cuticle remover, false nails, floral manicure, nail length*). Являются самой распространённой группой среди терминов, сформированных при помощи словосочетаний: составляют 20,35 %;

– название причёски или техники стрижки волос (*beach waves, уходу за волосами (hair bleaching, hair colouring, hair streaking, rough dry)*). Эта группа составляет 19,47 %;

– вещества и средства для ухода за кожей (*aluronis acid, azelaic*

– процедуры по уходу за телом и лицом (*aromatherapy massage,*

– косметологическая процедура, направленная на изменение внешности и оздоровление (*buccal fat removal, eyelash lifting, eyebrow thread-*

В основном термины-словосочетания имеют в своём составе два слова (*skin fatigue, solid cosmetics, tummy tuck*), однако встречаются случаи, когда в составе присутствует три слова (*UVA sun protection, three stand plate, proximal nail fold*). Примеры, которые имеют в своем составе четыре и более слова, отсутствуют.

Что касается частей речи, которые входят в состав терминов-словосочетаний, то самые распространённые модели здесь – это существительное и существительное (*age spots, ear piercing, hand cream*) и прилагательное и существительное (*glycolic acid, liquid creams, non-surgical facelift*). При переводе на русский модели существительное и существительное одно из них может стать прилагательным (как в примере *almond shape*, который на русский переводится как «миндальная форма») или остаться существительным (*lip liner* переводится как «карандаш для губ», *nail art* – как «дизайн ногтей»). Также встречаются модели причастие и существительное (*bespoke makeup*), числительное и существительное (*three stand braid, double cleansing*), однако они не являются продуктивными моделями. Процентное соотношение данных моделей между собой можно увидеть на рисунке 2.

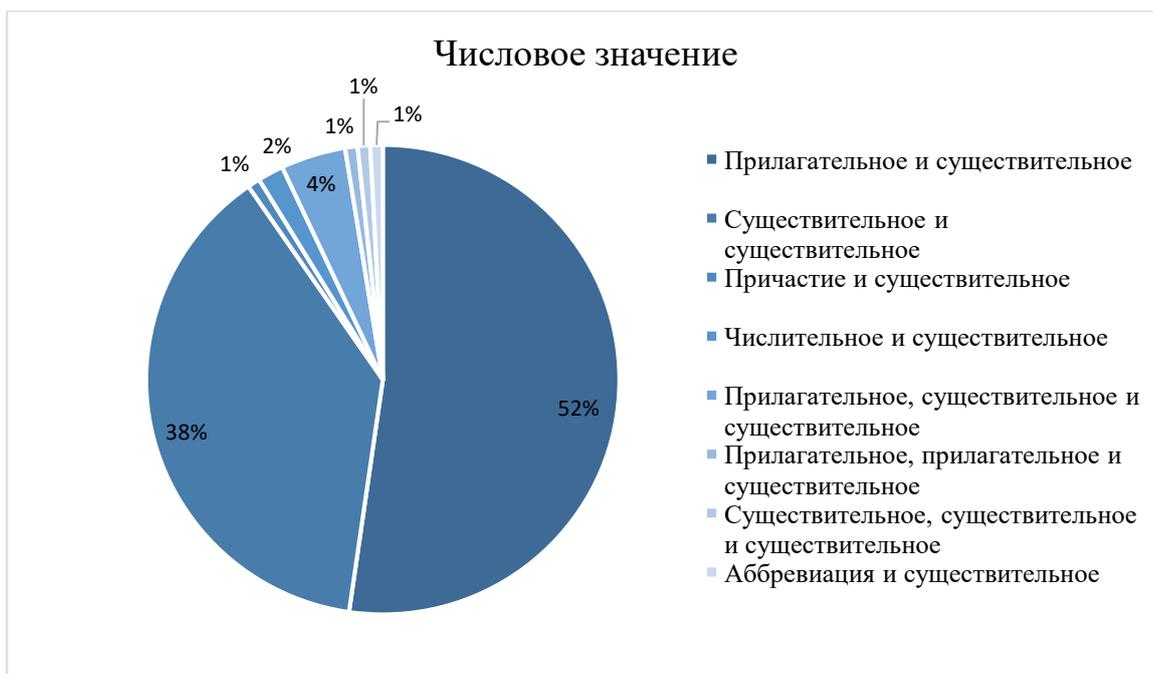


Рисунок 2 – Процентное соотношение моделей словосочетаний

Части словосочетания могут быть словами, которые уже существуют в языке. Они могут указывать на часть тела, к которой относится термин (*nail groove, bikini wax*), технику процедуры (*Swedish massage, hair colouring*), характер вещества (*solid cosmetics, loose powder*) и т. д. Однако чаще встречаются термины, где одна или несколько составляющих частей созданы при помощи словообразовательных техник. К самым продуктивным из них можно отнести:

- аффиксацию. Здесь используются как суффиксы (*azelaic acid*,
- словосложение (*squoval shape, makeup-skincare printer, cruelty-free cosmetics*);
- заимствование (*kohl liner*, где *kohl* – это заимствование из арабского; *loose powder*, где *powder* пришло из санскрита);
- конверсию (*rough dry*, где *dry*, в результате субстантивации, из глагола перешло в существительное);
- аббревиацию. Этот способ относительно молодой (он стал появляться только в 2010-е года) (*LVL lashes, UVA sun protection*).

Таким образом, структурные способы словообразования терминов являются наиболее продуктивными в индустрии красоты. Самыми распространёнными являются морфологические способы, а именно словосложение и аффиксация. Синтаксический способ, т. е. словосочетание, также продуктивен. Чаще всего встречаются словосочетания, состоящие из двух элементов, которые являются существительным и прилагательным или существительным и существительным.

Помимо этого, для формирования терминов индустрии красоты и сферы косметологии, также используются лексико-семантические способы.

2.3 Лексико-семантические способы словообразования терминов в индустрии красоты

В отличие от структурных способов словообразования терминов, лексико-семантические менее продуктивны. Однако они всё равно составляют существенную часть словарного запаса индустрии красоты и сферы косметологии.

Самые продуктивные лексико-семантические способы словообразования терминов в индустрии красоты – способы переноса значения, а именно метафора и метонимия (рис. 3). Причем метафора здесь наиболее распространена: она использовалась в 34 примерах, что больше половины лексических единиц данной группы и составляет 52,31 %. Метафора может быть основана на зрительной схожести двух предметов, например, *ballerina shape* (особая форма выпиливания ногтя при маникюре) напоминает балетную пуанту, с чем и связано такое название; *cushion* – это специальная подушечка, которая используется в прическах с целью создания объема, поэтому её и назвали также, как и декоративные подушки, которые лежат на диване. Также по подобной логике приобрели новое значение слова *kabuki* (широкая кисть, напоминающая веер из танца кабуки), *crystals* (специальные пряди для наращивания волос), *Caesar cut* (прическа как у римского императора Цезаря), *bun* (пучок из волос).

Иногда метафора может быть основана на общности функций двух явлений. Например, *foundation* имеет значение «фундамент», но в индустрии красоты это – «тональная основа». Метафора состоит в том, что тональная основа является неким основанием, фундаментом всего макияжа. К подобным примерам также можно отнести термины *highlighter* (хайлайтер, который придает лицу сияние), *primer* (продукт, который наносится на кожу перед макияжем), *tension* (давление, которое прилагается для удержания пряди в процессе стрижки), *fillers* (специальные вещества, которые «заполняют» слои кожи для придания нужной формы лицу).

Также основой метафоры могут служить общий признак двух предметов, например *snowglobe* (это косметическое средство напоминает шар со снегом за счет разницы в плотности двух веществ), *perimeter* (как линия, которая обозначает границы стрижки) и т. д. Способ действия также является продуктивной основой для метафоры (*movement, rhythm* как части восприятия прически).



Рисунок 3 – Лексико-семантические способы словообразования терминов индустрии красоты и сферы косметологии

Чаще всего мы можем встретить метафоры в терминах, которые связаны с названием прически или техникой стрижки волос, маникюром, инструментами, средствами по уходу за кожей.

Метонимия встречается реже (было найдено 7 примеров). Здесь популярная модель – это перенос названия с природного вещества (в общем смысле) на вещество, которое используется при производстве косметических продуктов. Примерами могут служить *collagen, blue tansy, pumice stone*. Также распространена модель «действие – цель действия» (*arm, upper lip*

являются названием процедуры по удалению волос) или «содержание – содержимое» (*ampoule* – это корейское вещество по уходу за кожей называли так из-за того, что оно хранится в ампулах).

Способы модификации значения (или варианты синекдохи у некоторых учёных), сужение и расширение значения, встречаются реже. Их продуктивность находится примерно на одном уровне: база исследования насчитывает 14 примеров сужения значения (21,54 %) и 11 – расширения (16,92 %).

Сужение значения основано на том, что слово, которое до этого имело более общее значение, сейчас связано с более узкой областью. Например, с парикмахерским делом или уходом за волосами; примерами здесь являются термины *asymmetrical, conditioner, elevation, structure*. Другая отрасль, в которой распространены термины, созданные при помощи сужения значения, – это названия средств и веществ для ухода за кожей: *serum, squalance, retinol, peptide*. Здесь вещества относились больше к химическим терминам, но позднее, за счет модификации значения, они также стали относиться к уходовым веществам (но не перестали относиться к химии).

При помощи расширения значения создавались термины, которые относятся к средствам по уходу за кожей. Например, изначально *mask* обозначал предмет, который использовали, чтобы скрыть лицо; сейчас это название специального продукта по уходу за кожей. *Botox*, когда такое понятие только появилось, являлся названием препарата; сейчас это название процедуры, когда в слои кожи на лбу вводится инъекция с целью разглаживания морщин.

В некоторых терминах, образованные структурными способами, также наблюдается некоторое изменение денотативного компонента значения (особенно это касается сложных слов и словосочетаний). Например, в терминах *jade-rollers* (показывают новый вид роликов) и *makeup-skincare* за кожей лица) наблюдается расширение значения. В основе также остались

ролики и принтер в общепринятом смысле этих слов, но значение немного модифицировалось.

При помощи модификации и переноса значения изменяется денотативный компонент значения слова. Что касается коннотативного компонента, то он нейтральный для большинства слов. Однако в базе исследования присутствуют примеры, когда у термина есть определенная эмоциональная окраска. К таким терминам можно отнести слова, которые связаны с дефектами кожи, а именно *age spots*, *acne*, *callus*, *comedone*, имеют негативную окраску, т. к. их появление у людей сопровождается негативными эмоциями. термин *tummy tuck* за счет использования слова *tummy* демонстрирует несколько снисходительное и положительно-насмешливое отношение к процедуре. Связано это с тем, что "подтяжка животика" – достаточно тяжелая процедура для пациентов, которая требует долгого восстановления и определенных ограничений и усилий, но за счет такого неформального названия абдоминопластики показывается, насколько часто она используется и как несерьезно некоторые пациенты относятся к ней (это хирургическое вмешательство не всегда необходимо людям).

Таким образом, лексико-семантические методы не являются самыми продуктивными при создании терминов, однако они используются практически в 21 % случаев. Самые продуктивные способы словообразования здесь – это перенос значения, а именно метафора. Лексико-семантические методы встречаются в терминах, связанных с уходом за волосами и с веществами и средствами по уходу за кожей. Что касается коннотативного компонента значения терминов индустрии красоты, то он в большинстве случаев остается нейтральным.

2.4 Изменение продуктивности способов словообразования при формировании терминов индустрии красоты

Индустрия красоты имеет очень обширную историю и, соответственно, это не могло не отразиться на лексике этой индустрии. С течением

истории лексика также изменялась: изменялась продуктивность тех или иных способов словообразования терминологии. Каждый период имеет свои характерные особенности словообразования, которые связаны не только с особенностями языка, но и технологическим прогрессом, уровнем развитости общества и отношением людей к косметике.

Термины, которые появились в Средние века, составляют самую небольшую часть от всех, а именно 8,13 %. Это связано с тем, что в это время в обществе были суровые нравы, церковь господствовала в обществе. К любым изменениям во внешности относились резко негативно, но, несмотря на это, начали появляться первые термины индустрии красоты. Для их создания главным образом использовались структурные способы, а именно такой морфологический способ, как заимствование (в основном латинского происхождения: *fungus, lotion, matrix*), и синтаксический способ – словосочетание, где самая распространённая модель – это сочетание двух существительных, где первое выполняет роль прилагательного (на русский язык оно будет переводиться как существительное за счёт наличия в языке падежей) (*nail length, nail bed*). Семантические способы практически не встречались в этом периоде.

Термины Нового времени составили 24,69 %, что свидетельствует о том, что индустрия начала развиваться активнее, ведь это время было наполнено научными открытиями, которые поспособствовали развитию технологий, а также улучшили качество жизни многих людей. В отличие от Средних веков, семантические способы стали более распространены в терминообразовании (появились термины *structure, texture, quaff, peeling*), особенно популярны были метафора и сужение значения. Однако самыми продуктивными также оставались морфологические способы: заимствование из различных языков (латинского (*acne*), французского (*reffume*), немецкого (*homeopathy*), итальянского (*mascara*) и корейского (*sheet mask*)), аффиксация (чаще всего используется аффикс *-ing*, характерный для названия процессов. (*marcelling, sectioning, straightening*) и суффикс *-er*, используемый

для наименования косметических средств (*blusher, bronzer*) и словосложение (*toenails, hairdresser, hydrotherapy*). Словосочетания также сохраняют свою продуктивность, особенно модели прилагательное + существительное (*thermal protectant, Swedish massage*) и существительное + существительное (*French braid, heat styling*).

Группа терминов, появившихся в Новейшее время, является самой многочисленной и составляет 38,75 % от общего количества. Именно тогда начала зарождаться индустрия красоты, которую мы знаем сейчас. Для этого было несколько причин. Во-первых, у женщин начало появляться больше прав, свобод и денег как результат их работы вместо мужчин, ушедших на фронт. Женщины стали более независимы и свободнее от предрассудков, поэтому их захотелось больше свободы, в том числе и свободы самовыражения (не зря именно в XX веке движение феминизма начало набирать свои обороты). Во-вторых, активно развивалась киноиндустрия в Голливуде, которой был необходим грим для более выразительной и живой картинки. В-третьих, развитие индустрии красоты и косметологии связано с развитием технологий и науки.

Как и до этого, самые продуктивные методы словообразования терминов здесь – морфологические. Самыми популярными являются словосложение (оно стало гораздо популярнее, чем в предыдущие периоды: *oxygenotherapy, cryotherapy, glow-in-the-dark cosmetics*). Начинают появляться дефисные формы сложных слов, содержащие аббревиации (*ANA-acids, BB-cream, LED-therapy*). В это время аффиксация и заимствования начинают отходить на второй план, но им на смену пришли новые, а именно конверсия (термины *cover up* (изначально глагол, но в 1927 стал существительным, которое переводится как «консилер») и *contouring* (изначально является причастием действительного залога, в 1920-1930-е года слово стало существительным, которое имеет значение «Техника макияжа, позволяющая скорректировать те или иные черты лица при помощи теней и светлых оттен-

ков»). Конверсия во всех примерах является субстантивацией) и сокращение (*Y2K* и *perm*). Словосочетание также является продуктивным способом терминообразования (*lip gloss, beauty blender, Brazilian wax*). Что касается лексико-семантических способов, то они также становятся все более популярны (особенно метафора: *ampoule, filler*).

В современном мире индустрия красоты продолжает активно развиваться. Неологизмы индустрии красоты, т. е. слова, значения слов или словосочетания, недавно появившееся в языке (новообразование, отсутствовавшее ранее [9]), являются второй по численности группой: база исследования насчитывает 91 неологизм (28,44 %). Количество лексических единиц ещё раз подтверждает, насколько быстро развивается индустрия. Морфологические способы являются самыми продуктивными: самое распространённое – это словосложение (*barbiecore, glamor, body-contouring*), реже встречаются аффиксация (однако она широко используется в словосочетаниях (*bespoke makeup*) и сложных словах (*dermaplaning*) и конверсия, а именно субстантивация (*aerating, shrobing, blending, strobing*). Ещё один способ словообразования, который не был распространён раньше, – это аббревиация (*НАРТА, РА, PRP*). Заимствования практически не встречаются. Синтаксический способ также сохраняет свою продуктивность. Состав словосочетаний разнообразен: встречаются сочетания прилагательных и существительных (*alguronic acid, dewy skin*), существительных и существительных (*beauty fatigue, ombre nails*). Из лексико-семантических способов самым продуктивным, как и до этого, является метафора (*snowglobe, pencil, mist*), а также сужение значения (*face yoga, niacinamide, peptide, retinol*).

Коннотативный компонент терминов изменялся с развитием индустрии: в Средние века и даже в Новое время к этой сфере жизни люди относились отрицательно, что отражалось и на значении слов; однако после двух мировых войн, сексуальной революции и появления феминизма отношение к индустрии красоты изменилось, и в большинстве случаев коннотативный компонент остается нейтральным.

Также интересным моментом является факт того, что с течением времени изменялись области красоты, которые чаще встречались в лексике. В Средние века лексика в основном концентрировалась на ногтях, а в Новое время фокус внимания сместился на кожу лица и её здоровье, а также на волосы и прически. В Новейшее время стало появляться всё больше терминов, обозначающих продукты для макияжа, а также произошел расцвет косметологии. В последние 14 лет ярко выделяется связь индустрии красоты и современных компьютерных технологий.

Таким образом, большая часть терминов появилась с помощью морфологических механизмов. Самым популярным из них является словосложение, продуктивность остальных изменялась в зависимости от эпохи. Синтаксический способ, словосочетание, также очень распространён. Этот словообразовательный способ сочетает в себе и другие механизмы, такие как аффиксация, словосложение и заимствование. Что касается семантических способов, то среди них самый распространённый – метафора. Коннотативный компонент этих терминов изменялся с развитием индустрии красоты; если изначально слова имели негативную смысловую окраску, то со временем она стала нейтральной.

Выводы по второй главе

В данной части исследования проводился анализ структурных и лексико-семантических особенностей формирования терминов индустрии красоты и сферы косметологии. Для этого было отобрано 320 лексических единиц. В результате анализа было выявлено, что 254 термина пришли в язык при помощи структурных способов словообразования, из которых 139 образованы при помощи морфологических способов, а 115 – синтаксических. Примерно пятая часть от базы исследования образованы лексико-семантическими способами. Что касается состава лексико-семантического поля дан-

ной сферы, то в ней присутствуют профессионализмы и жаргонизмы, однако они не относятся к терминологии данной сферы. Они образуют отдельные слои лексики.

Из результатов анализа можно сделать вывод, что структурные способы являются самыми продуктивными при формировании терминов индустрии красоты, что соответствует главным тенденциям английского языка. Самыми распространёнными являются морфологические способы, а именно словосложение и аффиксация. Синтаксический способ, т. е. словосочетание, также продуктивен, что согласуется с теорией С. В. Гринев-Гриневича. Чаще всего встречаются словосочетания, состоящие из двух элементов, которые являются существительным и прилагательным или существительным и существительным.

Лексико-семантические методы распространены гораздо меньше. Из них самый продуктивный способ формирования терминов – это метафора. Лексико-семантические методы чаще всего встречаются в терминах, связанных с уходом за волосами и с веществами и средствами по уходу за кожей. Что касается коннотативного компонента значения терминов индустрии красоты, то он в большинстве случаев остается нейтральным.

Также было рассмотрено то, как на протяжении истории изменялась продуктивность структурных и лексико-семантических способов словообразования при формировании терминов индустрии красоты. В результате был сделан вывод, что продуктивность разных способов изменялась в зависимости от эпохи, однако морфологические способы формирования терминов (а именно словосложение) всегда были наиболее распространены. Синтаксический способ всегда сочетал в себе морфологические механизмы, такие как аффиксация, словосложение и заимствование. Что касается семантических способов, то среди них самым распространенным во все времена оставалась метафора. Самым изменяющимся аспектом в терминах является

коннотативный компонент значения: он изменялся и модифицировался вместе с самой индустрией: если изначально слова имели негативную смысловую окраску, то со временем она стала нейтральной.

ГЛАВА 3. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ПО ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЕ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ (НА ОСНОВЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ БАЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ)

3.1 Важность профориентационной работы при организации обучения иностранному языку

Изучение иностранного языка является важной составляющей школьного образования, ведь помогает не только общаться на другом языке, но и развивать навыки и умения, которые необходимы при учебной деятельности. Согласно ФГОС по иностранному языку, наряду с иноязычной коммуникативной компетенцией средствами иностранного языка формируются ключевые универсальные учебные компетенции, включающие образовательную, ценностно-ориентационную, общекультурную, учебно-познавательную, информационную, социально-трудовую и компетенцию личностного самосовершенствования [53]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что изучение иностранного языка очень продуктивно влияет на профориентационную деятельность.

В современном мире профориентационная деятельность является важной составляющей воспитательной работы, которую проводит школа. Это закреплено на законодательном уровне: в Федеральном законе от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» обеспечение профессиональной ориентации закреплено как основа среднего общего образования, а также одна из задач дополнительного образования детей. В статье 66 указанного закона говорится, что развитие личности ребенка должно происходить на основе профориентации содержания образования, которое в том числе готовило бы учащегося к самостоятельному жизненному выбору. [35] С 1 сентября 2023 года по программе Министерства просвещения Российской Федерации в школах проводятся профориентационные мероприятия. Целевой аудиторией являются ученики 6-11 классов, а

также учащиеся с ОВЗ и инвалидностью [36]. Школьники получают обязательный профминимум.

Профминимум – единый универсальный набор профориентационных практик и инструментов для проведения мероприятий по профессиональной ориентации обучающихся [36]. Он состоит из базового, основного и продвинутого уровня. Также он включает в себя следующие направления:

- профильные предпрофессиональные классы, например, инженерные, медицинские, ИТ, педагогические, предпринимательские. Они ориентированы на востребованные профессии на рынке труда;

- урочная деятельность, т. е. содержание уроков по предметам направлено на рассмотрение его значимости в профессиональной деятельности;

- внеурочная деятельность: цикл профориентационных занятий «Россия – Мои горизонты» (проведение занятий организовано с 1 сентября 2023 г. еженедельно по четвергам);

- практико-ориентированный модуль (экскурсии на производство, экскурсии и посещение лекций в образовательных организациях СПО и ВО, посещение профориентационной выставки «Лаборатория будущего» и других, посещение профессиональных проб, выставок, ярмарок профессий, дней открытых дверей в образовательных организациях СПО и ВО, открытых уроков технологии на базе колледжей, встречи с представителями разных профессий и др.);

- дополнительное образование (выбор и посещение занятий в рамках дополнительного образования с учетом склонностей и образовательных потребностей);

- профессиональное обучение по программам профессиональной подготовки по профессиям рабочих и должностям служащих (получение профессии по образцу существовавших учебно-производственных комбинатов);

– взаимодействие с родителями или законными представителями (родительские собрания, участие родительского сообщества во встречах с представителями разных профессий).

Как уже было указано ранее, работа на уроке иностранного языка также играет важную роль в профориентации. При обучении затрагивается много тем, которые могут так или иначе помочь школьнику сделать свой выбор. Особенно с этим связаны те или иные тематически уроки, которые демонстрируют многогранность мира и показывают, что каждый может найти занятие по душе. Например, в учебниках по иностранным языкам много текстов для чтения и аудирования, заданий на развитие умения письма и говорения про жизни людей, представителей различных профессий или хобби. Всё это ненавязчиво, но достаточно эффективно подталкивает учащихся к тому, чтобы поразмышлять над выбором дела жизни.

Что касается организации профориентационной деятельности при обучении иностранному языку, Кучкартаева А. предлагает свой подход, который заключается в том, что на занятиях учитель должен максимально сосредоточиться на интересах ученика [37]. Данная концепция основывается на следующих положениях:

эффективность уроков повышается через изучение тем, близких обучающемуся, поддерживается его интерес к английскому.

благодаря систематическому и регулярному погружению в сферу интересов происходит постоянное повторение тематических слов, в следствие чего расширяется словарный запас. Слова быстрее переходят из пассивного словаря в активный.

грамматические конструкции рассматриваются в связи с контекстом, понятным для обучающегося, поэтому лучше запоминаются.

искусии на английском совершенствуют навык изложения мыслей, растёт беглость речи на иностранном языке.

азвивается критическое мышление [37].

При всём этом учителю следует обратить внимание на то, что подход не терпит импровизации. Также дискуссии – это самая важная часть данной концепции. Подход позволяет подросткам увидеть себя в контексте нашего быстро меняющегося мира и трансформирует стиль их мышления. Они учатся строить жизненные планы, а впоследствии смогут осознанно подойти к выбору будущей профессии [37].

Таким образом, профориентационная деятельность занимает важную часть образовательной деятельности, которую осуществляет школа. Это закреплено на законодательном уровне. Профориентацию можно проводить не только на внеклассных мероприятиях или классных часах, но и непосредственно на уроках иностранного языка. Это не только поможет школьникам выбрать свою будущую профессию, но и повысит их результаты и мотивацию в изучении языка.

3.2 Методическая разработка по профориентационной работе при обучении иностранному языку в старших классах

Цель: помощь детям в выборе будущей профессии путём ознакомления их с деятельностью лингвистов.

Задачи:

азвить языковые и учебно-познавательные компетенции учащихся, их лексические навыки.

однять уровень интереса к изучению иностранного языка среди школьников старших классов.

знакомить детей с деятельностью лингвистов, задачами, которые они выполняют, и профессиями, по которым они могут работать, а также рассказать об индустрии красоты и сфере косметологии.

азобрать теоретический материал, необходимый для дальнейшего лингвистического исследования школьников.

тработать умение работать со словарями и лингвистическими единицами, основываясь на полученных теоретических знаниях.

Возраст, на который ориентирована разработка: 9-11 класс (старшая школа).

Условия осуществления: комплекс рассчитан на факультативные занятия по языку в школе, либо на работу на тематических классных часах в школах с углублённым изучением языков.

Перечень используемого оборудования и материалов: учебник “Starlight 10” («Звёздный английский. 10 класс») (авторы Баранова К. М., Дули Д., Копылова В. В. и др.; в бумажном или электронном виде), компьютер, проектор, раздаточный материал, лингвистические словари (их использование возможно в формате онлайн).

Ход занятий: разработка состоит из теоретического и практического блоков, последний состоит из 2 частей. Количество часов, необходимых для каждого блока, регулируется учителем, ориентируясь на уровень учеников и скорость их работы.

Теоретический блок (основные вопросы, которые должны быть разобраны на теоретических занятиях):

- ознакомить учащихся с деятельностью филологов и лингвистов. Описать преимущества и недостатки профессии, качества, необходимые людям, которые хотят работать в данной сфере;
- рассмотреть понятие «термин», словообразовательные способы его формирования в английском языке;
- изучить виды словарей, необходимых для проведения лингвистического исследования;
- кратко изучить информацию по истории становления индустрии красоты и профессии косметолога. Обсудить особенности лексики.

При разборе теоретического материала можно предложить обучающимся посмотреть видео о специфике профессий лингвиста, филолога и косметолога. Учащимся можно дать задание сделать небольшие презентации о видах словарей или истории индустрии красоты в различные периоды истории.

Практический блок

– работа с упражнениями. Каждый блок упражнений направлен на формирование лексических навыков и формирования представления о том, как происходит лингвистическое исследование.

Упражнения, предлагаемые для реализации практической части разработки:

Учебник

Упражнения методической разработки можно использовать при работе с учебником “Starlight 10” («Звёздный английский. 10 класс») (авторы Баранова К. М., Дули Д., Копылова В. В. и др.). Здесь разбирается Unit 5. Modern living, в рамках которого изучаются лексика по темам “Science and technology”, “Success”, “Fashion”, грамматические темы “Emphatic structures”, “Pronouns”, “Causative clauses”. Всё это направлено на формирование лингвистических, социолингвистических и предметных компетенций.

Блок 1: упражнения, направленные на развитие лексического навыка. Здесь обучающиеся работают непосредственно с терминологией индустрии красоты и сферы косметологии.

Ориентировочно-подготовительный (ознакомительный) этап

Упражнение № 1. Соотнесите слова с их переводом. Обратите внимание, что в задании есть одно лишнее слово.

Exercise № 1. Match the words with their translation. Be attentive: there is one more extra word.

1. Акне

ога для лица

арфюмерный карандаш

тужок для волос

ебум

ыворотка

ушь

илировка

B. Dusting

C. Serum

D. Eyelash lifting

E. Face yoga

F. Flat iron set

G. Pencil

H. Sebum

осметика, которая не тести- I. Асне
руется на животных
аминирование ресниц

Упражнение № 2. Сопоставьте слова с их значением.

Exercise № 2. Match the words with their meaning.

o s m e t	a) a broad range of businesses and professionals involved in the creation, distribution, marketing, and sale of cosmetics, skincare products, hair care products, fragrances, and other personal care items.
2. Hair styling	b) the ability to convey information effectively and efficiently through verbal, non-verbal, and written means.
3. Makeup application	c) a professional certification that allows an individual to practice cosmetology, which includes providing services such as hair styling, makeup application, skincare treatments, and nail care.
4. Communication skills	d) a range of cosmetic and grooming items specifically designed for the care, maintenance, and beautification of fingernails and toenails.
5. Nail products	e) the process of arranging, shaping, or manipulating the hair.
6. Beauty industry	f) the process of applying cosmetics to the face and sometimes other parts of the body.

Ситуативно-стереотипизирующий этап (тренировка)

Упражнение № 3. Заполните пропуски словами *techniques, salons, hair, skin, tools, scincare treatment, cosmetologist*.

Exercise № 3. Fill the gaps with the following words.

1. Cosmetologists are trained professionals who specialize in providing _____ using various techniques and tools.

2. _____ offer a wide range of services, including haircuts, styling, and hair treatments to enhance the health and appearance of your hair.

3. Proper skincare _____ are essential for maintaining healthy skin, and cosmetologists can recommend suitable skincare products for your skin type.

4. _____ such as facial brushes, exfoliating scrubs, and moisturizers are commonly used in skincare treatments at professional salons.

5. A _____ may use advanced techniques like microdermabrasion or chemical peels to improve the texture and appearance of the skin.

Упражнение № 4. ОТВЕЬТЕ НА ВОПРОСЫ.

Exercise № 4. Answer the questions.

1. Look at the words. What do you think is the text you are going to read about?

2. Do you consider a beauty industry is an important part of our life?

3. Have you ever used cosmetologist's services? For what reason?

Текст. Cosmetologist

A cosmetologist is a person who works in the beauty industry. Their job is to help people look their best by providing a variety of services, such as hair styling, makeup application, nail care, and skincare treatments. They work in salons, spas, and other beauty establishments.

Cosmetologists must have excellent communication skills, as they need to understand their clients' needs and preferences. They also need to be skilled in various techniques and tools used in the beauty industry. This includes knowledge of different types of hair, skin, and nail products and how to use them.

To become a cosmetologist, one usually needs to complete a training program and obtain a cosmetology license. This typically requires passing both written and practical exams.

Cosmetology requires creativity, attention to detail, and a desire to constantly learn and improve.

Упражнение № 5. ОТВЕЬТЕ НА ВОПРОСЫ ПО ТЕКСТУ.

Exercise № 5. Answer the questions about the text.

1. What are some of the services that a cosmetologist typically provides? (A cosmetologist provides hair styling, makeup application, nail care, and skincare treatments.)
2. Why is excellent communication important for cosmetologists? (It is important because cosmetologists need to understand their clients' needs and preferences.)
3. What are some of the skills and knowledge that cosmetologists need to have? (They need to be skilled in various techniques and tools used in the beauty industry. This includes knowledge of different types of hair, skin, and nail products and how to use them.)
4. What is the typical process for becoming a cosmetologist? (This is completing a training program and obtaining a cosmetology license.)
5. What personal qualities are important for success in the field of cosmetology? (Cosmetology requires creativity, attention to detail, and a desire to constantly learn and improve.)

Упражнение № 6. Отметьте верные (True) и неверные (False) утверждения, основываясь на прочитанном тексте.

Exercise № 6. Mark the statements about the text as True or False

1. A cosmetologist is a person who works in the beauty industry (True).
2. They work in shopping malls and hospitals (False).
3. Cosmetologists must not have excellent communication skills, as they need to understand their clients' needs and preferences (False).
4. To become a cosmetologist, one usually needs to complete a training program and obtain a cosmetology license (True).
5. Cosmetology requires irresponsibility, love to a beauty and a will to be attractive (False).

Упражнение № 7. Закончите предложения.

Exercise № 7. Complete the sentences.

1. A cosmetology license typically requires passing both _____.
(written and practical exams)
2. Cosmetologists' job is to help people look their best by providing a variety of services, such as _____. (hair styling, makeup application, nail care, and skincare treatments)
3. They work in _____. (salons, spas, and other beauty establishments)
4. Cosmetologists also need to be skilled in _____.
(various techniques and tools used in the beauty industry)
5. _____, one usually needs to complete a training program and obtain a cosmetology license. (to become a cosmetologist)

Упражнение № 8. Ответьте на вопрос.

Exercise № 8. Answer the question.

What is the main idea of the text? Discuss it in groups of 3-4 people.

Пример: I think the main idea of the text is the meaning of cosmetology for our world. The text tells about knowledge of cosmetologists, their skills and education.

Вариативно-ситуативный этап (применение)

Упражнение № 9. Сделайте план текста и перескажите его.

Exercise № 9. Make a plan of the text. Retell the text.

Пример: 1. The job of cosmetologists.

2. Cosmetologists' skills and knowledge.

3. Required education and personal qualities.

Упражнение № 10. Сделайте диалог с партнёром, используя слова и фразы из текста.

Exercise № 10. Make a dialog with your partner using words and phrases from the text. Discuss following points:

- The importance of a beauty industry for the world;
- The future of the industry;
- Your personal attitude about the industry.

Упражнение № 11. Перейдите по ссылке и посмотрите видео: https://www.youtube.com/watch?v=rS6Ifm_YecQ Выполните следующие задания:

- Найдите все термины, связанные с индустрией красоты, объясните их значение. Составьте список из этих терминов;
- Составьте 5 предложений с пропусками (пропуски – это слова из списка) и обменяйтесь ими с соседом по парте. Заполните пропуски;
- Придумайте загадку к одному из терминов. Загадайте её своим одноклассникам;
- Ответьте на следующий вопрос: при помощи каких словообразовательных способов были образованы данные термины? Составьте таблицу и сделайте вывод.

Exercise № 11. Follow the link and watch the video: https://www.youtube.com/watch?v=rS6Ifm_YecQ. Do exercises:

1. Find all the terms connected with beauty industry, explain their meaning. Make the list of term.
2. Make 5 sentences with gaps (gaps are the words from the list) and exchange with your notes with your deskmate. Fill the gaps.
3. Make a riddle with one of the terms. Ask it to your classmates.
4. Answer the following question: what methods of word building were used for creating these terms? Make a table and make a conclusion (табл. 1).

Таблица 1 – Пример таблицы для задания

Термин	Перевод	Способ словообразования

Упражнения для подготовки к ЕГЭ по английскому языку

Упражнение № 12. Изучите рекламное объявление и задайте вопросы. (Можете разыграть диалог с соседом по парте, рис. 4)

Exercise № 12. Study the advertisement.



Рисунок 4 – Иллюстрация к упражнению

You are considering visiting the barber shop and you'd like to get more information. In 1.5 minutes you are to ask four direct questions to find out the following:

- 1) working hours
- 2) location
- 3) number of clients per day
- 4) discount for regular customers

You have 20 seconds to ask each question.

Упражнение № 13. Составьте монолог.

Exercise № 14. Imagine that you and your friend are doing a school project "Beauty for men and women" (рис. 5). You have found some illustrations and want to share the news. Leave a voice message to your friend. In 2.5 minutes be ready to:

- explain the choice of the illustrations for the project by briefly describing them and noting the differences;
- mention the advantages (1–2) of beauty industry for both sexes;
- mention the disadvantages (1–2) of beauty industry for both sexes
- express your opinion on the subject of the project – do you think that beauty industry is good enough for both men and women.

You will speak for not more than 3 minutes (12–15 sentences). You have to talk continuously.



Рисунок 5 – Иллюстрация к упражнению

Блок 2: упражнения на ознакомление с материалом, который изучается на лингвистических и филологических факультетах. Направлены на формирование лингвистических и стратегических компетенций.

Упражнение № 1. Соотнесите структурный способ формирования термина с термином.

Exercise № 1. Match word building methods with the terms (табл. 2).

Skinimalism, soft-goth, Y2K, waxing, upsweet, tummy tuck, thermal protectant, Tai Chi, strobing, shampoo.

Таблица 2 – Таблица для выполнения упражнения

Word building method	Terms
Словосложение	
Аффиксация	
Заимствование	
Конверсия	
Сокращение	
Словосочетание	

Упражнение № 2. Выберите лишний термин в каждой строчке. Объясните свой выбор (при выполнении упражнения используйте онлайн-словари Merriam-Webster или Oxford Learner's Dictionaries).

Exercise № 2. In every line find an extra term. Explain your choice (use online-dictionaries Merriam-Webster or Oxford Learner's Dictionaries).

u

n 2. Artificial nails, aromatherapy massage, Brazilian wax, false nails.

u

l

a

3. Fillers, feathering, blue tansy, mist.
4. Minimizer, undercut, pedicurist, plumper.

Упражнение № 3. Прочитайте тексты про появление данных терминов в языке и сопоставьте термины с их историей. С помощью словаря найдите из какого языка пришли данные слова. В результате каких отношений между народами могли прийти эти термины в английский?

Exercise № 3. Read the texts about the appearance of the terms in the language and match the terms with their background. Using dictionaries from the previous exercise find from what languages these terms came. What relations these terms can be results of?

Terms: *couperose, acupuncture, barber, sheet mask, homeopathy, mascara.*

Example: lotion – заимствование из латинского языка

1. The term is sometimes used to describe skin that's showing signs of rosacea. It appeared in English in the 14th century, when Dr. Guy de Chauliac, a French surgeon, wrote about "red lesions in the face, particularly on the nose and cheeks." He called the condition "goutterose" (French for "pink droplet") or "couperose" (still a common French term for rosacea).

2. The term appeared in 1826 after researches of the German physician Samuel Hahnemann. This is a medical system based on the belief that the body can cure itself. Those who practice it use tiny amounts of natural substances, like plants and minerals.

3. This is a cosmetic commonly used to enhance the upper and lower eyelashes. It is used to darken, thicken, lengthen, and/or define the eyelashes. In English appeared in 1886, but first traces of the use of it date back to ancient Egypt, around 3000 BC. Then a chemist named Eugène Rimmel developed this product around 1880, from a petroleum distillate, petroleum jelly.

4. The origin of the product is debated, but many scientists think it has a Korean origin. Koreans used cloth dipped in homemade serums to banish the

signs of aging. This practice spread to China and Japan, but in English appeared in 1857.

5. In Latin, "acus" means "needle", and the English term was coined way back in the 17th century to describe a technique the Chinese had already been using for 2,000 years. A specialist may insert many extremely fine needles at a time; the treatment is usually uncomfortable but not truly painful. In China today, even major surgery is often carried out using only this technique to kill the pain; it's also used for many other conditions, including insomnia, depression, smoking, and overweight. It is based on ancient theories of bodily energy that few Western doctors have ever accepted; but even though attempts to explain its effects by Western science have been unsuccessful, it's now widely recognized by doctors as effective for pain reduction.

6. First appearance in English dates back to the 14th century; it's made from Anglo-French "barbour", from "barbe" –beard. The term names a person whose business is cutting and dressing hair, shaving and trimming beards, and performing related services.

Упражнение №4. При помощи словаря, обозначьте морфологический способ формирования данных терминов.

Exercise № 4. With a help of dictionaries, derive a morphological way of creating of these terms: cleansing balm, body-contouring, essence, kabuki, shrobbing, plumper, derma-rollers, PA, microdermation.

Пример: texturizing – морфологический способ, аффиксация.

Упражнение № 5. Определите механизмы словообразования составляющих частей данных словосочетаний.

Exercise № 5. Define the methods of word building of the parts of the word phrases: *nano-cannabinoid ingredients, cuticle remover, scrunch dry, squoval shape, UVA and UVB sun protection.*

Пример: self-care cosmetics – синтаксический способ, словосочетание модели существительное (образовано при помощи словосложение, дефисная форма сложного слова) + существительное.

Упражнение № 6. Сопоставьте термины с описанием их прототипов и определите, метафора это или метонимия.

Exercise № 6. Match the term with the description of their prototypes. Define which ones are metaphors and which ones are metonymies: *kabuki, layers, perimeter, cushion, tint, tension, pensil.*

апоминает японский веер –

меет форму карандаша –

сновано на геометрическом термине –

апоминает диванную подушечку –

кцент на ступенчатости прически –

Упражнение № 7. Напишите небольшое эссе на английском языке о появлении в языке одного из данных терминов. Объем – 100-150 слов.

Exercise № 7. Write an essay for 100-150 words in English about the appearance of one of these terms in the language: *massage, manicurist, perfume, tint, tummy tuck.*

Пример: Derma-roller is a skin-care device which is perfect for a face massage. This term occurred in English in 1997. It was the time of care about skin. People wanted to be always young and beautiful that's why they created a new type of rollers which could prevent an occurrence of wrinkles and other sights of aging. The term consists of two combined parts: "derma" which has a Latin origin and means "skin" and "rollers" which connected with a special spinning instrument. This term is a perfect example of a compound word.

Методические советы по реализации разработки:

– При проведении занятий теоретического блока можно предлагать детям применять информацию на примерах из русского языка или на простых примерах из английского языка;

– Занятия должны проводиться в форме диалога между учителем и учениками. Они должны задавать вопросы или дополнять рассказ учителя своими мыслями (в разумных пределах);

– При ознакомлении школьников с работой филологов, лингвистов или историей индустрии красоты, можно пригласить рассказать об этом человека, который непосредственно работает в этой сфере.

Предполагаемые результаты: после реализации методической разработки у школьников появится представление о том, что изучают студенты лингвистических и филологических факультетов в средних профессиональных и высших учебных заведениях, повысится заинтересованность в изучении иностранного языка. Некоторые, возможно, заинтересуются косметологией.

Выводы по третьей главе

Таким образом, был рассмотрен вопрос о значимости профориентации при обучении иностранному языку, а также в воспитательной работе школы. Он был рассмотрен как с законодательной, так и с практической точки зрения. В результате анализа материала мы пришли к выводу, что профориентация является неотъемлемой частью не только современного образования, но и обучения иностранному языку. Поэтому очень важно внедрять его элементы в учебную деятельность. Согласно современным тенденциям и требованиям Министерства просвещения, была создана методическая разработка по профориентационной работе при обучении иностранному языку в старших классов. Она направлена на развитие языковых и учебно-познавательных компетенции учащихся, их лексических навыков. Разработка поможет учителю повысить интерес к изучению иностранного языка среди старших школьников. Благодаря разработке, старшеклассники смогут получить представление о работе лингвистов и филологов, а также косметологов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были подробно рассмотрены термины английского языка, которые используются в сфере косметологии и индустрии красоты, а именно структурные и лексико-семантические особенности их формирования. В ходе работы была определена сущность понятия «термин». Обобщая труды учёных, изучавших данную тему (С. Д. Гринев-Гриневиц, С. Д. Шелова, Н. Н. Латюхановой и др.), мы делаем вывод, что термин – это лексическая единица, которая необходима для наименования понятий, обладающая номинативностью и принадлежностью к естественному языку и языку для специальных целей. В науке выделено множество классификаций терминов, в основе которых лежат разные признаки, например область знаний, где применяются лексические единицы, их морфолого-синтаксическая структура и т. д. Были подробно рассмотрены механизмы формирования терминов, а именно структурные (морфологические и синтаксические) и лексико-семантические. Здесь большую роль сыграли работы таких учёных, как А. И. Смирницкого, В. А. Виноградова, Г. Пауля, И. В. Арнольд и других. Была дана характеристика лексики, связанной с индустрией красоты и сферой косметологии: по О. В. Третьяковой и Т. Н. Шайхутдиновой важную роль здесь имеют неологизмы, профессионализмы, синонимы и антонимы, заимствования из различных языков.

В практической части исследования был проведён анализ терминов индустрии красоты и сферы косметологии. Был сделан вывод, что продуктивность структурных и лексико-семантических способов словообразования терминов данной сферы жизни человечества соответствует современным общеязыковым тенденциям словообразования, т. е. структурные методы являются самыми распространёнными. Самые продуктивные из них – это морфологические способы, а именно словообразование и аффиксация. Менее распространён синтаксический способ (словосочетание); чаще всего используются модели существительное и существительное, прилагательное

и существительное. Части словосочетания могут быть образованы при помощи различных морфологических способов, таких как словосложение и аффиксация. Лексико-семантические способы формирования терминов самые непродуктивные в данной области. Среди них самый популярный – это метафора, основанная на зрительной схожести или схожести признаков двух предметов.

Помимо этого, был проведен анализ изменения продуктивности словообразовательных способов при формировании терминов индустрии. Согласно ему, продуктивность разных способов формирования терминов может зависеть от периода истории и развитости языка. Однако морфологические способы, в частности словосложение, всегда были наиболее распространены. При образовании частей словосочетаний использовались морфологические способы, такие как аффиксация, словосложение и заимствование. Что касается семантических способов, то среди них самым распространенным во все времена оставалась метафора. Самым изменяющимся аспектом в терминах является коннотативный компонент значения: он изменялся и модифицировался вместе с самой индустрией: если изначально слова имели негативную смысловую окраску, то со временем она стала нейтральной. Это связано с изменением общества, а именно его моральных ценностей.

Методическая часть исследования включает в себя информацию о важности профориентации в образовательной и воспитательной работе школы, в частности на уроках иностранного языка. Данный вопрос рассматривался с законодательной и практической точки зрения. Профориентация является неотъемлемой частью современного образования, поэтому очень важно проводить подобные мероприятия среди школьников, а также внедрять его элементы в учебную деятельность (в частности, на уроках иностранного языка). Основываясь на данных положениях, была создана методическая разработка, направленная на профориентационную работу при

обучении иностранному языку, в частности английскому, в старших классах. Её главная цель – помочь подросткам выбрать дело своей жизни. Благодаря разработке, старшеклассники смогут примерить на себя роль филологов и лингвистов, что может быть важно для их выбора профессионального пути. Помимо этого, разработка поможет сформировать языковые и учебно-познавательные компетенции, лексические навыки, а также повысить интерес школьников к английскому языку.

Наше исследование позволяет получить более точное представление о способах формирования терминов и их многообразии. Изучение процессов словообразования даёт возможность глубже понять природу появления терминов в языке, что может быть очень полезно при обучении иностранному языку.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

ракин В. Д. Сравнительная типология английского и русского языков : учеб.

п

рнольд И. В. Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд.

е

орхударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода

М

ильперин И. Р. Лексикология английского языка : учеб. пособие / И. Р. Галь-

н

оловин Б. Н. Лингвистические основы учения о терминах / Б. Н. Головин, Р.

Ю. Кобрин. – Москва : Высшая школа, 1987. – 105 с.

ринев-Гриневич С. В. Терминоведение: учебное пособие для студентов выс-

ших учебных заведений : учеб. пособие / С. В. Гринева-Гринева. – Москва :

И

бисеева В. В. Лексикология английского языка : учеб. пособие / В. В. Елисе-

в

пределами нормы: Жаргонизмы // Национальный исследовательский уни-

верситет «Высшая школа экономики» : [сайт]. – 1993. – URL:

[%20это,деятельности%2C%20способом%20времяпрепровожде-](#)

[ния%20и%20проч.](#) (дата обращения: 01.05.2024).

в

н

ачение слова НЕОЛОГИЗМ // Карта слов и выражений русского языка :

Майт]. – 2016. – URL: <https://kartaslov.ru/значение-слова/неологизм> (дата об-

ращения: 01.05.2024).

ыкова И. В. Практический курс английской лексикологии / И. В. Зыкова – 2-

в

менение лексического значения слов: расширение и сужение значений / Г.

н

н

р

б

А. Ахмерова, А. Г. Белая, Т. А. Кузнецова // Наука – образованию, производству, экономике: материалы 16-й Международной научно-технической конференции. – 2018. – С. 260.

стория косметики // Этномир : [сайт]. – 2006. – URL: <https://ethnomir.ru/articles/istoriya-kosmetiki/> (дата обращения: 24.02.2024).

стория косметики и косметологии // Frau Clinic: Клиника профессора Блохина С.Н. и доктора Вульфа И.А. : [сайт]. – 2010. – URL: https://www.frauklinik.ru/about/istoriya_kosmetiki_i_kosmetologii/ (дата обращения: 15.04.2024).

стория косметики и косметологии // minikar.ru : [сайт]. – 2015. – URL: <https://minikar.ru/inspiration/istoriya-zarozhdeniya-i-razvitiya-kosmetologii-kratkii-ekskurs-v-istoriyu-kosmetologii-ot-istokov-do-na/> (дата обращения:

как развивалась индустрия красоты от Античности до наших дней // adme.media : [сайт]. – 2014. – URL: <https://adme.media/articles/kak-razvivalas-industriya-krasoty-ot-antichnosti-do-nashih-dnej-2513544/> (дата обращения:

16. Караулов Ю. Н. Структура лексико-семантического поля / Ю. Н. Караулов // Филологические науки. – 1972. – № 1. – С.57, 67.

оломиец Е. В. Наименования средств парфюмерии и косметики в русском языке XI-XXI вв.: этимология, структура, семантика : дис. ... канд. фил. наук : 10.02.01 / Коломиец Елена Васильевна ; науч. рук. Л. П. Рупосова ; МГОУ. – Москва, 2011. – 142 с.

онверсия в английском языке // Engblog : [сайт]. – 2008. – URL: <https://engblog.ru/conversion> (дата обращения: 01.03.2024).

антюхова Н. Н. Термин: определение понятия и его сущностные признаки / Н. Н. Лантюхова, О. В. Загоровская, Т. А. Литвинова // Вестник Воронеж-

с

к

о

г

о

ейчик В. М. Лингвистические проблемы терминологии и научно-технический перевод. Часть II. Обзорная информация, выпуск 18 / В. М. Лейчик, С. Д. Шелов. – Москва : Всесоюзный центр переводов, 1990. – 59 с.

ейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. – 4-е изд. – М

ингвистический энциклопедический словарь / сост. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – е

ингводидактический энциклопедический словарь / сост. А. Н. Щукин. – М

итературная энциклопедия: Словарь литературных терминов. В 2 т. Т. 2. Метонимия / ред. М. Петровский. – Москва : Изд-во Л. Д. Френкель, 1925. – 480 к.

Кстовченко В. И. Классификация и систематизация терминов / В. И. Литовченко // Сибирский аэрокосмический журнал. – 2006. – № 3. – С. 156–158.

Котте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии / Д. С. Котте. – Москва : Наука, 1968. – 500 с.

Котте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии / Д. С. Котте. – Москва : АН СССР, 1961. – 480 с.

Ковковский М. М. Языковой механизм лексического заимствования / М. М. Ковковский. – Москва : Высшая школа, 1970. – 160 с.

Квафора как тип переносного значения // StudFiles : [сайт]. – 2012. – URL: е

Кашков О. Д. Словоупотребление в современном английском языке / О. Д. Кашков. – Москва : Высшая школа, 1985. – 187 с.

† «Красной зари» до мезотерапии: как изменилась индустрия красоты за 100 лет // Forbes : [сайт]. – 2021. – URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/459299-ot-krasnoj-zari-do-mezoterapii-kak-izmenilas-industria-krasoty-za-100-let> (дата обращения: 03.03.2024).

Куль Г. Принципы истории языка / Г. Пауль. – Москва : Издательство ино- 0

К

Р

М

окровский М. М. Соображения по поводу изменения слов / М. М. Покров-
с
рофессионализм // Словарь лингвистических терминов : [сайт]. – 2010. –
профессионализм#:~:text=Слово%20или%20выражение%2C%20свойствен-
ное%20речи%20той%20или%20иной%20профессиональной%20группы.
(дата обращения: 01.05.2024).

рофорентационная работа с подростками: нормативно-правовая база и про-
цесс реализации // Образовательное право. Законодательство об образова-
нии : [сайт]. – 2020. – URL: <https://lexed.ru/ezhegodnik-rossiyskogo-realizatsii/#:~:text=В%20Федеральном%20законе%20от%2029,из%20за->
дач%20дополнительного%20образования%20детей. (дата обращения:

к

в

а

рофорентация // Министерство просвещения Российской Федерации : офи-
циальный сайт. – Москва, 2011. – URL: https://edu.gov.ru/career_guidance
(дата обращения: 15.05.2024).

рофорентация подростков на уроках английского языка // Skyteach : [сайт].
э 2021. – URL: [https://skyteach.ru/methods/proforientaciya-podrostkov-na-](https://skyteach.ru/methods/proforientaciya-podrostkov-na)
д

рохорова В. Н. Русская терминология (лексико-семантическое образование)
† В. Н. Прохорова. – Москва : Филологические науки, 1996. – 125 с. – ISBN
е

асширение или обобщение лексического значения // Бобродобро : [сайт]. –
2015. – URL: <https://inyaz.bobrodobro.ru/11247> (дата обращения: 11.04.2024).

рангаева Ж. Н. Роль заимствований в английском языке / Ж. Н. Сарангаева,
† В. Дарвинов // Вестник Калмыцкого университета. – 2015. – № 3 (27). –
с. 22–26.

скребнев Ю. М. Очерк теории стилистики : учеб. пособие / Ю. М. Скребнев.

–

Ю

Ы

ловарь лингвистических терминов и понятий / сост. Т. В. Жеребило. – 6-е
и

ловарь-справочник лингвистических терминов / сост. Д. Э. Розенталь, М. А.
Деленкова. – Москва : Просвещение, 1976. – 399 с.

мирницкий А. И. Лексикология английского языка / А. И. Сминицкий. –
Москва : Изд-во литературы на иностранных языках, 1956. – 269 с.

уперанская А. В. Общая терминология: Вопросы теории / Н. В. Васильева,
Н. В. Подольская, А. В. Суперанская. – 2-е изд. – Москва : Едиториал УРСС,
И

особы словообразования в современном английском языке на основе сло-
восложения / Р. Ш. Агамурдова, П. Г. Идрисова, П. Т. Раджабова // Мир
науки, культуры, образования. – 2016. – № 4 (59). – С. 282–284.

ужение или специализация как один из типов семантического изменения //
Бобродобро [сайт]. – 2015. – URL: <https://inyaz.bobrodobro.ru/11248> (дата об-
ращения: 11.04.2024).

аранова Е. Н. Структурно-семантические особенности терминологии жен-
ской косметики : дис. ... канд. фил. наук: 10.02.19 / Таранова Елена Никола-
евна ; науч. рук. Ж. Багана ; БелГУ. – Белгород, 2010. – 130 с.

ндер Л. Основы структурного синтаксиса / Л. Тендлер. – Москва : Про-
гресс, 1988. – 378 с.

рмины и понятия: Морфемика. Словообразование : Словарь-справочник /
сост. Т. В. Жеребило. – Назрань : ООО «Пилигрим», 2011. – 610 с. – ISBN
978-5-906177-78-0.

Блковый словарь Ушакова / сост. Д. Н. Ушаков. – Москва : Гос. изд-во иностр.
Внац. словарей, 1940. – 752 с.

Тетьякова О. В. Структурно-семантические особенности лексики бьюти-ин-
дустрии / О. В. Третьякова, Т. Н. Шайхутдинова // Наука и инновации в со-
временном мире: Сборник научных статей. Ч. V. – Москва : Издательство
«Перо». – 2020. – 155 с.

и
м

ГОС Среднее общее образование // ФГОС : официальный сайт. – 2016. – URL: <https://fgos.ru> (дата обращения: 10.05.2024).

Филатов Д. В. Основные способы словообразования в английском языке / Д. В. Филатов // E-Scio. – 2020. – № 4 (43).

Харитончик З. А. Лексикология английского языка / З. А. Харитончик. – М

Хидекель С. С. Система словообразования в современном английском языке / С. С. Хидекель. – Москва : Высшая школа, 1974. – 352 с.

Хоцко Е. В. Продуктивные способы словообразования в современном английском языке / Е. В. Хоцко // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. – Минск: Четыре четверти, 2014. – С. 177–179.

Шелов С. Д. Еще раз об определении понятия «Термин» / С. Д. Шелов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2010. – № 4-2. – С. 795–799.

Элдридж Л. Краски. История макияжа / Л. Элдридж. – Москва : БОМБОРА, 2013.

60. Aronoff M. Word Formation in Generative Grammar / M. Aronoff – 3rd printing. – London: The MIT Press, 1985. – 134 p.

61. Biese Y. M. Origin and Development of Conversions in English / Y. M. Biese. – Helsinki: Suomalainen Tiedekatemia, 1941. – 495 p.

62. Dillon M. The Ancient Greeks: History and Culture from Archaic Times to the Death of Alexander / M. Dillon, L. Garland. – New York: Routledge, 2013. – 704 p. – ISBN 9780415471435.

а

б

Online Etymology Dictionary : официальный сайт. – 2001 – . – URL:

и

о

ф

Webster : официальный сайт. – 1996 – . – URL: <https://www.merriam-webster.com> (дата обращения: 03.03.2024).

8

Oxford Learner's Dictionaries : официальный сайт. – 2000 – . – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>