

Предмет исследования – лексико-семантические особенности названий косметической продукции.

Цель работы – выявить грамматические и лексические особенности названий косметической продукции.

В работе использовались такие специальные приемы, как наблюдение, сопоставление, классификация, обобщение, интерпретация. Используются также качественно-количественный и описательный методы.

Словесные товарные знаки имеют особенность, которую в русском языкознании отметила А.В. Суперанская. Она полагает, что однозначно относить словесные товарные знаки к именам собственным мешает то, что они даются не отдельным объектам (как имена людей или географических объектов), а целым сериям однородных товаров [2].

Мы разделили 335 названий на три группы по их структурно-грамматическому аспекту: одно слово, словосочетание и предложение. Среди названий средств по уходу за телом с точки зрения структуры слова чаще всего используется словосочетание, всего 185 названий, например «Сочный рай», «Восточный сад», «Смываемый с клубникой», «Алоэ с люффой». Меньше всего используются предложения (только 5 названий), например, «Будь в форме», «Всегда высыпайся!».

В названиях, состоящих из одного слова, чаще всего употребляется имя существительное, всего 66, например, «Антицеллюлит», «Мускат», «Смузифрукт», «Ежевика», «Вино». Меньше всего используется особая форма глагола – причастие (16 слов), например, «Разглаживающий», «Расслабляющий», «Увлажняющий», «Тонизирующий», «Восстанавливающий».

Названия, состоящие из словосочетаний, многочисленны. Мы отметили 25 структурных моделей, например, Adj. + N «Дивный сад», «Нежная забота», «Фруктовое настроение», «Нежные пяточки» (97 названий); N + И + N «Чистота и комфорт», «Вишня и брусника», «Манго и орхидея», «Персик и рябина», «Моной и виноград» (17 названий); N + C + N<sub>5</sub> «Алоэ с люффой», «Апельсин с корицей», «Земляника со сливками», «Земляника со сливками» (7 названий); N + N<sub>2</sub> «Травы Крыма», «Долина роз», «Слёзы зари», «Очарование розы», «Комплекс водорослей», «Комплекс масел» (9 названий). Другие структурно-грамматические группы представлены 1–3 названиями.

Также мы разделили 335 названий на 22 группы с точки зрения значения производящего слова. В результате появились следующие лексико-семантические группы: 1) название специи, 2) название ягоды, 3) название фрукта, 4) название возраста человека, 5) название части тела, 6) названия продуктов и блюд, 7) название растения, 8) название лекарственных трав, 9) название цветов, 10) название деревьев, 11) название эффекта, 12) имя человека, должность человека, 13) название места, 14) название напитка, 15) название ткани, 16) способ ухода за кожей, 17) названия, относящиеся к музыке, 18) название чувства, 19) названия, связанные с морем, 20) название предметов и веществ, 21) название абстрактных существительных, 22) название цели использования.

Наиболее популярными являются названия, производящая лексика которых входит в следующие группы: 1) название эффекта (48 названий) «Лифтинг-эффект», «Омолаживающее», «Питание и увлажнение», «Питательное», «Разглаживающее»; 2) название цветов (42 названия) «Подснежник», «Розовый», «Тюльпан», «Цветочный букет», «Чайная роза»; 3) название напитка (31 название) «Жасмин и зеленый чай», «Олива и миндальное молочко», «С красным вином», «Совиньон», «Шардане», «Смузифрукт».

Менее популярны слова, обозначающие фрукты (всего 26 названий) «Абрикос», «Белоснежный кокос», «Ванильный грейпфрут», «Гранат & грейпфрут», «Тонизирующий манго и персик», «Цитрус»; лекарственные травы (всего 25 названий) «Вербена», «Календула», «Клевер и полевой хвощ», «Комплекс водорослей», «Комплекс трав», «Ламинария и спирулина»; название ягоды (23 названия) «Сочные ягоды», «Ягодный», «Ягоды», «Брусничное», «Земляника со сливками», «Земляничное», «Лимонниковый».

Интересно, на наш взгляд, что названия продуктов питания и блюд тоже участвуют в создании названия косметического средства по уходу за телом (19 названий) «Кофейный мусс», «Лавандовый мед», «Молочный шоколад», «Овсяное». Название места (18 названий) также отражены в словесных товарных знаках косметических товаров «Долина роз», «Дубовая роца», «Кипарисовая аллея». Названия растений входят в 16 словесных товарных знаков «Олива и миндальное молочко», «Апельсин и мята», «Мятное», «Мятно-лимонное», «Мятно-яблочное». Название предметов и веществ, которые используются при мытье, также нашли отражение в