

МЕТАФОРИЗАЦИЯ И МЕТОНИМИЗАЦИЯ КАК СПОСОБЫ ТЕРМИНООБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ПАРФЮМЕРНОГО И КОСМЕТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

З. С. Гандалоева

Пятигорский государственный лингвистический университет

Поступила в редакцию 8 января 2016 г.

Аннотация: *статья посвящена изучению метафорических и метонимических моделей терминообразования в сфере парфюмерного и косметического производства современного английского языка. Выделяются конкретные модели терминологических единиц рассматриваемой сферы с приведением статистических данных. Автор приходит к выводу о количественном преобладании метафоризированных терминов, значительная часть которых относится к сфере косметики.*

Ключевые слова: *метафора, метонимия, модель, парфюмерия, косметика, термин.*

Abstract: *the article examines metaphorical and metonymical models of term formation in the sphere of perfumery and cosmetics production in the modern English language. A number of models of terminological units of the analyzed sphere are described and analyzed statistically. The research demonstrates quantitative predominance of metaphorical terms, the main part of which belongs to the sphere of cosmetics.*

Key words: *metaphor, metonymy, model, perfumery, cosmetics, term.*

Парфюмерное и косметическое производство неразрывно связано с культурой и историей науки всего человечества. За время существования данной области возникло и продолжает возникать весьма значительное количество терминологических единиц, которые требуют всестороннего лингвистического исследования и систематизации. В частности, в рамках данной статьи нас интересуют процессы метафоризации и метонимизации как продуктивные механизмы семантической деривации в англоязычной терминологии сферы парфюмерного и косметического производства (см. [1–8] и др.).

В традиционном терминоведении ни метафоризация, ни тем более метонимизация не считались продуктивными моделями терминодеривации. Вместе с тем в последние 7–10 лет начали появляться достаточно серьезные работы, в которых доказывается значительная роль метафоры в процессах семантического терминообразования [9; 10]. В настоящее время для большинства отечественных терминоведов очевидна связь между процессами метонимизации/метафоризации и терминологизации.

Итак, рассмотрим некоторые механизмы и закономерности метафорического и метонимического терминообразования в анализируемой терминосистеме. Материалом для исследования послужила английская терминология сферы производства парфюмерии и косметики, изученная в объеме 2700 единиц,

зафиксированная в виде речевых произведений, в том числе в виде статей в журналах, электронных глоссариев, словарей, промышленных порталов и т.д.

Некоторые из англоязычных терминологических единиц сферы парфюмерного и косметического производства образованы в результате переноса значения, т.е. являются *метафоризированными* или *метафтонимизированными*. *Метафоризация* подразумевает использование наименований повседневно встречающихся феноменов по принципу сходства их признаков с признаками специальных понятий некоей области знания или деятельности [11–25]. *Метафтонимизация*, в свою очередь, представляет собой сочетание метафоры и метонимии (переноса значения по смежности) (см., например [26]). Рассмотрим метафоризированные термины и их модели подробнее.

Одним из первых терминов, встретившихся при формировании выборки и маркированных переносом значения, является *flying (aroma)* (летучий (аромат)). Обычно это верхняя нота – сравнительно летучий аромат, который первым достигает органов обоняния человека, однако не задерживается долго и быстро испаряется. Данный термин образован по модели «*Особое свойство*». Мы придерживаемся мнения о том, что в данном случае в основе метафоры лежит профилируемое у двух номинируемых понятий особое свойство, которое является для них общим.

Такой заимствованный из сферы музыки термин, как *note* (нота), также сам по себе является метафоризированным, он образован по сходству с музыкаль-

ными нотами. Полагаем, необходимо конкретизировать, в чем же проявляется данное сходство? Прежде всего, очевидно воздействие на органы чувств (слух и обоняние) – *функциональное сходство* (метафорическая модель «**Особая функция**»). Музыкальные ноты, взятые в определенном порядке, образуют мелодию, в то время как парфюмерные ноты, будучи смешаны определенным образом, также складываются в аромат. Кроме того, при использовании парфюмерных продуктов, как и при прослушивании музыки, человек получает определенное эстетическое наслаждение. Градация нот в парфюмерии также выражена терминами-метафорами (вновь очевидно сходство с музыкой): *top note* – верхняя нота, *middle note* – средняя нота, *bottom note* – нижняя нота, конечная нота, *heart note* – основная нота, центральная нота, сердцевинная нота (*heart* – сердце, центральный орган кровеносной системы человека и животных) (метафорические модели «**Особая функция**» и «**Строение (слоистость)**»). Метафоричность проявляется в сходстве парфюмерных ароматов с низкими, средними и высокими тонами; с низким, средним и высоким музыкальным регистром, а также с низким, средним и высоким типами певческих голосов. В отличие от просто заимствованных терминов из других терминосистем, в терминологической единице *heart note* очевидно указание на основной, центральный, срединный характер данной ноты аромата.

Термин *oriental note* (восточная нота) является метафтонимизированным, так как его классифицирующий терминологический элемент *oriental* обозначает сторону света – восток, а основообразующий терминологический элемент метафоризирован (метафорическая модель «**Особая функция**» и пространственно-ориентационная метафорическая модель «**Сторона света**», метонимическая модель «**Часть – целое**»).

Такая пара антонимичных терминов, как *warm note* (теплая нота) и *cold note* (холодная нота), представляет собой термины-метафоры (метафорические модели «**Особая функция**» и «**(Кажущаяся) температура**»). Безусловно, на самом деле ни нота аромата, ни сам аромат не могут быть ни теплыми, ни холодными в буквальном смысле. Парфюмеры оценивают синестетические по природе ощущения, получаемые при использовании того или иного аромата: теплые ноты – приятные, «согревающие», в то время как холодные ноты – бодрящие, освежающие, тонизирующие, пробуждающие ощущение прохлады. Из той же серии можно привести частотно встречающиеся термины, обладающие синестетической метафорической окраской (модель «**(Кажущаяся) температура**»): *warm accord* – аккорд теплых запахов, *warm odour* – теплый запах, *warm fragrance* – теплый аромат, *cold fragrance* – холодный аромат и т.д. Мы полагаем, что синестезия на языковом уровне проявля-

ется, помимо прочего, в возникновении некоторых метафоризированных терминов, а анализ выборки подтверждает эту мысль.

Терминологические единицы *sweet note* (сладкая нота), *sour note* (кислая нота), *bitter note* (горькая нота) содержат в себе классифицирующие терминологические элементы с семантикой разного вкуса (сладкий, кислый, горький), которые наделяют основообразующий терминологический элемент определенными свойствами и качествами, традиционно для него не характерными (метафорические модели «**Особая функция**» и «**(Кажущийся) вкус**»). Термин-метафора *rich note* (богатая нота) обозначает яркую, сильную, явно чувствующую ноту в структуре аромата; при этом показательно, что терминологический элемент *rich* может использоваться и в других многокомпонентных терминах, например, *rich spicy note* – богатая пряная нота, *rich fruit aroma* – богатый фруктовый аромат (модели «**Особая функция**» и «**Особое свойство**») и т.д. При этом могут формироваться термины с метафорическим и метонимическим компонентами одновременно.

Термин *radiant look* может обозначать как собственно макияж в ярких тонах, так и в целом блестящий внешний вид (*radiant* – светящийся, излучающий свет, блестящий) (метафорическая модель «**Особое свойство**») (см. также [27]).

Интересным с позиций метафоризации является термин *atomizer* – атомайзер, флакон с распылителем (от глагола *to atomize* – распылять, разъединять, расщеплять) (метафорическая модель «**Особое предназначение/особая функция**»). Прозрачная внутренняя форма термина подсказывает нам, что духи или туалетная вода налиты в специальный сосуд с возможностью распыления парфюмерной жидкости, разделения ее на мельчайшие частицы аромата, вплоть до атомов.

Метафтонимический перенос наблюдается в термине *body milk* (молочко для тела), обозначающем тип увлажняющего крема, который содержит молоко в качестве активного ингредиента. Кроме того, оно по консистенции и цвету зачастую напоминает обычное жирное молоко (метафорическая модель «**Особое предназначение / особая функция**», метонимическая модель «**Характерное свойство – объект**»). В целом многие средства для ухода за кожей содержат натуральные ингредиенты, такие как молоко, чтобы поддерживать здоровье кожи. Молочко для тела обычно содержит молочные жиры, также известные как молочные липиды, оно предназначено для того, чтобы увлажнять и питать кожу [28].

Наличием стертой метафоры характеризуются и некоторые другие термины из сферы парфюмерного производства, например: *wild flowers fragrance* – аромат полевых цветов (аромат «диких» цветов) (метафорическая модель «**Мир природы**»); *depth of fra-*

grance – глубина аромата (глубина – это, прежде всего, протяженность по вертикали сверху вниз, от верхнего края до нижнего; этот параметр не применим к аромату) (модель «**Строение (слоистость)**»); *trail of scent* – шлейф аромата, шлейф запаха духов (дословно – «след аромата») (модель «**Особое свойство**») и т.д.

Весьма интересным феноменом в англоязычной терминологии сферы парфюмерного и косметического производства является **вторичная метафоризация**, когда уже метафоризированное слово или термин в одной из сфер человеческой деятельности заимствуются в рассматриваемую нами сферу с частичным сохранением своего переносного значения, например: *angel's trumpet note* – нота дурмана (дурман – «ангельские трубы») [29]; *snowdrops fragrance* – аромат подснежника (*snow drops* – буквально «капли снега») (метафорическая модель «**Мир природы**») и др.

Еще одним видом переноса значения, встречающимся в англоязычных терминологических единицах сферы парфюмерного и косметического производства, является метонимия. Метонимия, в отличие от метафоры, где перенос значения происходит по сходству, предполагает перенос наименования предмета или явления по смежности на ближайший предмет или явление, в результате чего одно и то же название получают два предмета или явления, соседствующие, тесно связанные друг с другом пространственными или временными корреляциями. Метонимия основана на замене слов «по смежности» («часть – целое» и наоборот, «представитель класса – весь класс» и наоборот, «вместилище – содержимое» и наоборот, «род – вид» и наоборот, «единственное – множественное» и наоборот, «множественное – единственное» и наоборот, «известное – неизвестное» или наоборот и т.д.) (см. [30–38]). Подобную трактовку встречаем, например, у Н. Д. Арутюновой: метонимия – это «троп или механизм речи, состоящий в регулярном или окказиональном переносе имени с одного класса объектов на другой класс или отдельный предмет, ассоциируемый с данным по смежности, сопредельности, вовлеченности в одну ситуацию» [31, с. 300].

М. Д. Кузнец и Ю. М. Скребнев в процессе систематизации тропов выделяют такие их группы, как 1) фигуры качества и 2) фигуры отношения. В первую группу входят **метафорическая** (сравнение, метафора, эпитет и олицетворение), **метонимическая** и смешанная группы фигур [33, с. 11–20]. В метонимическую группу входят **метонимия** и **синекдоха** (как частный случай метонимии), «в которых перенос названия с одного предмета на другой производится на основе наличия реальных связей между ними» [33, с. 21–22]. Кроме того, к видам метонимии иногда

относят такой стилистический прием, как **перифраз** – развернутую метонимию – замену слова или словосочетания описательным оборотом речи, в котором указаны признаки неназванного предмета (см., например [39; 40]).

Нельзя обойти вниманием также такой вид метонимии, как **антономасия** (антономазия, прономинация) – стилистический прием, троп, выражающийся в замене названия или имени указанием какой-нибудь существенной особенности предмета или отношения его к чему-либо, а также в замене нарицательного имени собственным (употребление собственного имени в значении нарицательного) [41]. Еще одной разновидностью метонимии является **металепсис** – прием, состоящий в замене логически предшествующего понятия логически последующим или наоборот [42–43]. Рассмотрим на конкретных примерах из терминологической выборки, какие виды и модели метонимии наличествуют в рамках англоязычной терминологии сферы парфюмерного и косметического производства.

Метонимизированных терминов сферы парфюмерного и косметического производства современного английского языка в выборке более чем в пять раз меньше, чем терминов с метафорическим переносом. Приведем некоторые примеры. Так, термин *nose* обозначает специалиста в области парфюмерии, человека, который хорошо разбирается в запахах и ароматах, парфюмерных веществах и продуктах, – «нос», парфюмер. Очевиден перенос значения по смежности, в частности наличие синекдохи (часть – вместо целого; нос как значимая часть тела – вместо всего специалиста-парфюмера) (модель «**Часть – целое**»).

Термин-синекдоха *green note* (зеленая нота) содержит в себе классифицирующий метонимизированный терминологический элемент *green* (зеленый), который обладает значениями «натуральный», «природный» и т.д. Обычно зеленые ноты – это запах листьев и свежескошенной травы, реже – некоторых овощей, например, огурца [44]. В данном примере наличествует связь по смежности: цвет и листья, и травы, и огурца – зеленый, выделяется характерное свойство вместо самих объектов. Метонимическая модель «**характерное свойство – объект**».

Термин *nail bleacher* обозначает средство для удаления пятен с ногтей, он образован путем метонимического переноса по сходству функций от термина *bleacher* – отбеливающее средство, отбеливатель (метонимическая модель «**Особое предназначение / особая функция**»).

Метонимия (металепсис) прослеживается также в термине *bottle of scent* (флакон духов), зачастую употребляющийся в описании парфюмерных продук-

тов (дословно – «бутылка аромата»), в котором перенос значения происходит по смежности: вместо обозначения содержимого, парфюмерной жидкости/духов логически употреблен терминологический элемент *scent* – аромат, который данная жидкость источает (модель «причина – следствие», «содержимое – результат»). Подобным образом образован термин *wardrobe fragrance* – саше для гардероба, когда вместо ароматического вещества, собственно саше, говорится об аромате, который от него исходит (терминологический элемент – *fragrance*).

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

Термин *purse spray* имеет значение «компактный спрей», т.е. так вид спрея, который легко помещается в женской сумочке, который можно носить с собой каждый день (*purse* – дамская сумочка, кошелек). Метонимическая модель образования термина – «характерное свойство – объект».

Одним из весьма интересных терминов, вербализующих семантический перенос по смежности (антономазия), является термин *Q-tips* «кью-типс», имеющий значение: «ватные тампоны на палочке», при этом под буквой Q понималось слово *quality* (качество). Данные ватные тампоны были впервые произведены в 1926 г. фирмой «Кью-типс» (*Q-Tips, Inc.*) [45]. Антономазия в термине *Q-tips* проявляется в том, что имя собственное, название фирмы, где производили ватные палочки, превратилось в имя нарицательное и стало обозначать производимую продукцию (метонимическая модель «имя собственное – имя нарицательное», «производитель – продукция»). Синонимичными терминами являются *cotton swabs* (*American English*) и *cotton buds* (*British English*). Британский синонимичный вариант термина *cotton buds* имеет метафорический перенос по сходству с почками на ветках растений (*bud* – почка).

Таким образом, мы приходим к выводу о значимости метафоризации и метонимизации в рамках терминологического образования в сфере парфюмерного и косметического производства: в выборке наличествуют, по крайней мере, 42 терминологические единицы, подверженные метафорическому переносу, и 9 терминов с метонимическим переносом значения, и только 4 термина характеризовались метафоризацией. Мы выделяем, по крайней мере, 10 метафорических и 6 метонимических моделей терминологического образования, среди которых наиболее частотными метафорическими моделями являются две – «Особое предназна-

чение / особая функция» (12 терминов) и «Пол (субъекта)» (5 терминов), в то же самое время также выявлены две частотные метонимические модели – «Часть – целое» (4 термина) и «Характерное свойство – объект» (3 термина). Следует отметить преобладание почти в пять раз метафоризированных терминов по сравнению с метонимизированными, кроме того, терминов-метафор значительно больше в сфере косметического производства в отличие от сферы парфюмерного производства, что может быть объяснено, по нашему мнению, весьма частым и повсеместным использованием различных косметических средств человеком и, в частности, женщинами. Задайте себе вопрос: чем Вы чаще пользуетесь: духами / туалетной водой / одеколоном или мылом, бальзамом, шампунем, пудрой, лосьоном и прочими косметическими средствами? Ответ очевиден.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алимуратов О. А. Функциональная природа лексического значения / О. А. Алимуратов // Вестник Пятигор. гос. лингв. ун-та. – 2004. – № 4. – С. 77–82.
2. Алимуратов О. А. Значение, смысл, концепт и интенциональность : система корреляций / О. А. Алимуратов // Язык. Текст. Дискурс. – 2005. – № 3. – С. 43–56.
3. Алимуратов О. А. Концепт и лингвистическая семантика. Значение, смысл, концепт и интенциональность : система корреляций / О. А. Алимуратов. – Saarbrücken : LAP LAMBERT, 2011. – 316 с.
4. Алимуратов О. А. Особенности структуры и функционирования отраслевых терминосистем (на примере терминосистемы нанотехнологий) / О. А. Алимуратов, М. Н. Лату, А. В. Раздубев. – 2-е изд., испр. и доп. – Пятигорск, 2012. – 128 с.
5. Андриевская В. Ю. Семантические модели терминологических единиц фундаментальной и прикладной терминосистем современного английского языка (сравнительный анализ на примере терминосистем нанотехнологий и газодобычи) / В. Ю. Андриевская, Б. Б. Докучаев, А. В. Раздубев // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 9 (51) : в 2 ч. – Ч. 1. – С. 29–34.
6. Лату М. Н. К вопросу об объеме репрезентации когнитивных знаний в структуре семантики лексических единиц в динамике их развития / М. Н. Лату // Когнитивные исследования языка. – 2010. – № 6. – С. 318–321.
7. Раздубев А. В. Современный английский подязык нанотехнологий : структурно-семантическая, когнитивно-фреймовая и лексикографическая модели : автореф. дис. ... канд. филол. наук / А. В. Раздубев. – Пятигорск, 2013. – 32 с.
8. Раздубев А. В. Когнитивные модели терминосистем (на примере терминосистемы нанотехнологий) / А. В. Раздубев // Когнитивные исследования языка. – 2014. – № 18. – С. 247–250.

9. *Воропаева В. С.* Особенности метафоризации как способы терминообразования в итальянском и русском языках / В. С. Воропаева // Вестник Челяб. гос. ун-та. – 2010. – № 22 (203). Сер.: Филология. Искусствоведение. – Вып. 46. – С. 25–28.
10. *Алимурадов О. А.* Метафорические модели терминологизации в английской терминосистеме сферы менеджмента : гендерный аспект / О. А. Алимурадов, Н. Н. Горбунова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2015. – № 3. – С. 90–98.
11. *Алимурадов О. А.* Метафорические модели, вербализующиеся с участием имен прилагательных и реализуемые в современном англоязычном искусствоведческом дискурсе / О. А. Алимурадов, Е. В. Милетова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2013. – № 4 (37). – С. 51–60.
12. *Будаев Э. В.* Когнитивная теория метафоры : генезис и эволюция / Э. В. Будаев // Вестник Пятигор. гос. линг. ун-та. – 2006. – № 3. – С. 37–45.
13. *Чиликина Е. В.* Метафорические модели как способ концептуализации и категоризации современного делового сообщества (на материале текстов деловой рекламы) / Е. В. Чиликина, Т. А. Ширяева // Вестник Пятигор. гос. лингв. ун-та. – 2012. – № 1. – С. 51–55.
14. *Berlin B.* Basic Color Terms, Their Universality and Evolution / B. Berlin, P. Kay. – Berkeley ; Los Angeles, 1969 (Reprinted 1991). – 125 p.
15. *Black M.* Models and metaphors : Studies in language and philosophy / M. Black. – Ithaca : Cornell University Press, 1962. – 267 p.
16. *Blakemore D.* Understanding utterances : an introduction to pragmatics / D. Blakemore. – Oxford : Blackwell, 1992. – 204 p.
17. *Brown T. L.* Making Truth : Metaphor in Science / T. L. Brown. – Champaign : University of Illinois Press, 2003. – 215 p.
18. *Cazeaux C.* Metaphor and Continental Philosophy : From Kant to Derrida / C. Cazeaux. – New York : Routledge, 2007. – 221 p.
19. *Cohen L. J.* The Semantics of Metaphor / L. J. Cohen // Metaphor & Thought. A. Ortony (ed). 1979. – P. 202–251.
20. *Daly-Lipe P.* Myth, Magic, and Metaphor – A Journey into the Heart of Creativity / P. Daly-Lipe. – New York, 2015. – 188 p.
21. *Davidson D.* What Metaphors Mean (1978) / D. Davidson. Reprinted in *Inquiries Into Truth and Interpretation*. – Oxford, Oxford University Press, 1984. – P. 93–113.
22. *Jennings J. G.* An Essay on Metaphor in Poetry / J. G. Jennings. – New York, 2015. – 100 p.
23. *Lakoff G.* Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – IL : University of Chicago Press, 1980. – 265 p.
24. *Punter D.* Metaphor / D. Punter. – London – New York : Routledge, 2007. – 158 p.
25. *Searle J.* Metaphor / J. Searle // Metaphor and Thought. A. Ortony (ed.). – Cambridge : Cambridge University Press, 1979. – P. 92–123.
26. *Шарманова О. С.* Метафора, метонимия, метафоризация. Способы концептуализации грузино-русского конфликта (на примере немецкоязычных СМИ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / О. С. Шарманова. – Иркутск, 2012. – 16 с.
27. *Алимурадов О. А.* Структурная и признаковая модели концепта BEAUTY (КРАСОТА), объективируемого в современном англоязычном женском дискурсе / О. А. Алимурадов, М. А. Гусева // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2010. – № 3. – С. 12–19.
28. Молочко для тела : увлажнение и питание. – Режим доступа: <http://www.beautynet.ru/cream/1046.html>
29. Бругмансия древовидная. Wikipedia. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Бругмансия_древовидная
30. *Апресян Ю. Д.* Лексическая семантика / Ю. Д. Апресян // Апресян Ю. Д. Избранные труды. – М., 1995. – Т. 1. С. 6–36.
31. *Арутюнова Н. Д.* Метонимия / Н. Д. Арутюнова // Языкознание : большой энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М., 1998. – С. 300.
32. *Алимурадов О. А.* Опыт метонимического моделирования фрагментов англоязычной картины мира (на примере концепта FLOWER) / О. А. Алимурадов, Е. П. Ковалевич, О. И. Реунова // Вестник Пятигор. гос. лингв. ун-та. – 2010. – № 1. – С. 64–72.
33. *Кузнец М. Д.* Стилистика английского языка / М. Д. Кузнец, Ю. М. Скребнев. – М., 1960. – 175 с.
34. *Рахманова Л. И.* К вопросу о природе метонимии / Л. И. Рахманова // Лексические единицы и организация структуры литературного текста / отв. ред. В. П. Вомперский. – Калинин : КГУ, 1983. – С. 70–84.
35. *Новиков А. Л.* Метонимия в русском языке (семантическая структура, словообразовательный потенциал, стилистические функции) : дис. ... канд. филол. наук / А. Л. Новиков. – М., 1996. – 176 с.
36. *Allan K.* Metaphor and metonymy : a diachronic approach. Publications of the Philological Society / K. Allan. – London: Wiley & Sons Ltd, 2009. – 268 p.
37. *Barcelona A.* Metaphor and Metonymy at the Crossroads : A Cognitive Perspective / A. Barcelona. – New York : Mouton de Gruyter, 2000. – 370 p.
38. *Dirven R.* Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast / R. Dirven, R. Pörrings. – New York : Mouton de Gruyter, 2002. – 620 p.
39. Литературная энциклопедия : словарь литературных терминов : в 2 т. / под ред. Н. Бродского [и др.]. – М. ; Л. : Изд-во Л. Д. Френкель, 1925.
40. *Крысин Л. П.* Толковый словарь иностранных слов / Л. П. Крысин. – М. : Русский язык, 1998. – 847 с.
41. *Комлев Н. Г.* Словарь иностранных слов / Н. Г. Комлев. – М. : Эксмо-Пресс, 2006. – 1308 с.

42. Лагута О. Н. Учебный словарь стилистических терминов / О. Н. Лагута. – Новосибирск : Новосибирский государственный университет, 1999. – 71 с.

43. Лату М. Н. Особенности отражения логических категорий во внутренней форме терминологических

единиц / М. Н. Лату // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2015. – № 2. – С. 100–106.

44. Ноты. Fragnatica. – Режим доступа: <http://www.fragrantica.ru/notes/>

45. Qtips. Cotton swabs. – Режим доступа: <http://www.qtips.com/home/about>

Пятигорский государственный лингвистический университет

Гандалоева З. С., соискатель кафедры западноевропейских языков и культур

E-mail: arazduev@bk.ru

Тел.: 8 (793) 400-275

Pyatigorsk State Linguistic University

Gandaloyeva Z. S., Post-graduate Student the of West-European Languages and Cultures Department

E-mail: arazduev@bk.ru

Tel.: 8 (793) 400-275