

Jelizaweta Galicka

Narodowy Uniwersytet im. Tarasa Szewczenki w Kijowie

SPECYFIKA NAZEWNICTWA ŚRODKÓW KOSMETYCZNYCH: ASPEKT STRUKTURALNY

Nazwy perfum i innych produktów kosmetycznych są szczególnymi strukturami nominacyjnymi, nośnikami niezbędnej informacji, ułatwiającymi odbiorcy (potencjalnemu nabywcy produktu) wybór wśród różnych produktów. Choć perfumy i inne kosmetyki mają nazwy różniące się strukturalnie, wszystkie one zawierają w swojej budowie elementy semantyczne, które wyjaśniają skład, efekty działania, stan fizyczny towarów. Oznacza to, że określenia te odznaczają się złożonymi formacjami nominacyjnymi (o wysokim stopniu zintegrowania), które łączą w sobie różne elementy konstrukcyjne. Taka wieloskładnikowa budowa wymaga starannej i stopniowej analizy elementów składowych oraz funkcji tych struktur nominacyjnych. W trakcie odbioru informacji towarzyszącej produktom należy wnikliwiej zbadać ich składniki semantyczne w celu uzyskania maksymalnej wiedzy o konkretnym wytworze przemysłu kosmetycznego. Z semantycznego punktu widzenia nazwy perfum oraz kosmetyków nie są jednorodne i zawierają „skrzepy informacyjne” (węzły znaczeniowe), które umożliwiają odbiorcom dokonanie właściwego wyboru. Problem, jaki pojawia się w niniejszej analizie, mieści się w płaszczyźnie semantyki jednostek nominacyjnych, a te są nacechowane informacyjnie i ściśle powiązane z morfologią danych komponentów.

Niniejszy artykuł poświęcono badaniu struktury złożonych nazw produktów kosmetycznych. Głównym celem artykułu jest wyodrębnienie podstawowych elementów konstrukcyjnych tych określeń i definicja ich pól znaczeniowych, a także eksplikacja roli somatyzmów jako leksemów autonomicznych wchodzących w skład nazw. Zasadność studiów tego rodzaju wynika zarówno z osobliwości konstrukcji nominacyjnych produktów kosmetycznych, jak i wciąż niedostatecznego omówienia problemu w literaturze przedmiotu. Niewątpliwie brak jest ścisłego wyodrębnienia części składowych takich nazw i ich cech funkcjonalnych. Nowością naukową w proponowanym badaniu będzie próba przeprowadzenia szczegółowego i kompleksowego opisu nominacyjnych struktur 54 rodzajów towarów kosmetycznych. Na podstawie tego podstawowego zagadnienia przedkładanego studium przeprowadzono badanie somatyzmów jako składników nazw handlowych, następnie zaś zaproponowano klasyfikację somatyzmów, traktowanych jako wskaźniki anatomiczno-topograficzne. Obiektem badania będą bazowe angielskie

konstrukcje nazewnicze perfum i kosmetyków, przedmiotem – leksykalne somatyzmy jednostkowe oraz ich udział w tworzeniu nazw handlowych.

Nazwy perfum i kosmetyków często przyciągają uwagę językoznawców, zarówno ze względu na teksty reklamowe¹, jak i ze względu na semantykę, pragmatykę stron internetowych². Specyfikę kategorii nominacji badano wszakże jedynie na przykładzie perfum, podkreślając, że właśnie różniące się w swej naturze określenia obiektu występują w jednym z podstawowych elementów zjawiska nominacji perfum³.

Niniejsze studium nie wykracza jednak poza analizę kategorii nominacji pośredniej (metafory i metonimii). W badaniach podkreśla się również złożoność wspomnianego sposobu użycia nazw własnych. Brak odpowiednich wiadomości może niekiedy spowodować trudność w kategoryzacji produktów kosmetycznych (woda kolońska, perfumy, dezodorant), a następnie w wyodrębnieniu grup wód kolońskich, według specyfiki aromatycznej (*Шунп* (Szypr), Kenzo, Armani, Hugo Boss)⁴. W niektórych ujęciach lingwistycznych widać dążność do ominięcia kwestii problematycznych. Tak więc, zamiast badań nominacji wyrobów perfumeryjno-kosmetycznych, refleksje naukowe ograniczono do rozważań poświęconych terminologii kosmetyków damskich lub wąskim granicom terminosystemu technologicznego⁵. Podjęto też badania nazw perfum znajdujących się w ścisłych ramach integralnych semów. Niemniej wszystkie osiągnięcia w tym obszarze nie wykraczają poza zakres języka rosyjskiego⁶. Somatyczne obiekty są tu rozpatrywane w kontekście semiotycznej konceptualizacji ciała. Podkreśla się potrzebę uwzględnienia takich cech, jak płeć człowieka, pochodzenie etniczne, narodowość, rasa, wiek, zdrowie, stan psychiczny i fizyczny, status społeczny, kwalifikacje, wykształcenie, status majątkowy, zawód i inne⁷. Niemniej jednak somatyzmów nie rozpatrywano dotąd w kontekście nazywania perfum i produktów kosmetycznych,

1 Por. О.В. Анопина, *Сигналы адресованности в англоязычных текстах, рекламирующих косметику*, [w:] О.В. Анопина, *Дослідження молодих вчених (Актуальні питання романо-германської філології)*, Житомир 1997, s. 121-122.

2 Por. О.В. Вінарева, *Особливості морфологічні структури та шляхи утворення англomовних торгових назв*, [w:] О.В. Вінарева, *Проблеми семантики слова, речення та тексту: Зб. Наук. Працт*, red. Н.М. Корбозерова, Вип. 10, Київ 2003, s. 15-17.

3 Por. О.В. Раевская, *Как называются духи, или к вопросу о парфюмерной номенклатуре*, [w:] *Филологические науки*, nr 6, red. П.А. Николаев, Москва 2005, s. 40.

4 Por. А.Е. Левицький, *Категоризація нечітких сутностей та їх ознак*, [w:] А.Е. Левицький, *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*, Серія «Філологія», t. 14, nr 1, red. А.В. Корольова, Київ 2011, s. 70.

5 Por. Е.Н. Таранова, *Структурно-семантические особенности терминологии женской-косметики: автореф. Дис. На соиск. Учен. Степени канд. Филол. Наук: спец. 10.02.19, «Теория языка»*, Белгород 2010, s. 8-14.

6 Por. Е.А. Сотникова, *Ономастическое пространство названий парфюмерной продукции в русском языке: дис. ... кандидата филол. Наук: 10.02.01, Елец 2006, s. 28-34.*

7 Por. Г.Е. Крейдлин, *Семиотическая концепция тела и его гостей. I Классификационные и структурные характеристики соматических объектов*, „Вопросы филологии” 2010, Вып. 35, nr 2, s. 42-44.

co uzasadnia podjęty trop analizy, która może zrekompensować luki w naszej wiedzy właśnie w zakresie roli somatyzmów jako składników nazw zdefiniowanej grupy desygnatów.

W procesie kreowania nazw perfum i kosmetyków stosuje się zarówno rejestr nominacyjny, jak i nominacyjny inwentarz. Pierwszy związany jest z płaszczyzną semantyczną, drugi zaś jest uwarunkowany zasadami morfologicznymi i składniowymi. Artykuły kosmetyczne są atraktantami, których atrakcyjność wynika z charakteru substancji składających się na konkretny produkt. W drodze do ogromnego rynku konsumenckiego wyroby perfumeryjne i kosmetyczne są sprzedawane pod odpowiednią nazwą, co też wpływa na ich atrakcyjność, ale motywowaną językowo. Najpierw odbywa się projekcja atraktantu substancjonalnego (wyrobu kosmetycznego), w którym odbija się związek skojarzeniowy z pewnymi cechami substancji. Specjalną uwagę w tym badaniu przywiązuje się do somatyzmów jako części składowych nazw, co następnie wpływa na dystrybucję omawianych wyrobów. Dla kompletności i dokładności niniejszego studium zbadano nazwy 54 rodzajów produktów kosmetycznych, począwszy od grupy perfum (obejmującej perfumy, wody toaletowe, wody kolońskie, dezodoranty, dezodoranty-antyperspiranty), kosmetyków do oczu (tusze do rzęs, ołówki/kredki do oczu lub brwi, cienie do oczu), kosmetyków do ust (szminki i błyszczki, balsamy, ołówki/kredki do ust), środków do paznokci (lakiery do paznokci, płyny do pielęgnacji paznokci, balsamy do pielęgnacji paznokci, wzmacniacze lakieru do paznokci, płyny przyspieszające schnięcie lakieru do paznokci). Ponadto – bogato reprezentowana grupa środków przeznaczonych do pielęgnacji skóry twarzy, poprawienia jej stanu fizycznego (żele do golenia, balsamy po goleniu, peelingi, maski, środki oczyszczające skórę, balsamy, środki nawilżające), różnorakie środki ochronne, zawierające filtry przeciwsłoneczne i wzmacniacze do opalania, żele, emulsje, olejki, serum *etc.* Niemało jest również środków do makijażu (środki do korekcji makijażu, pudry *etc.*). Osobną grupę reprezentują produkty do pielęgnacji włosów (szampony, odżywki, serum, kremy do depilacji, maski do włosów, spreje ochronne, spray-shine, środki do koloryzacji włosów), a także detergenty do ciała (żele do ciała, pod prysznic, płyny do kąpieli, żele do higieny intymnej, mydła), a także pasty do zębów. Tak szeroki wachlarz kosmetyków pozwala wyodrębnić najbardziej uniwersalne cechy, które ujawniają się w ich nazwach, jak również wyjaśnić rolę somatyzmów w ich tworzeniu.

Analiza strukturalna nazw produktów kosmetycznych i perfum ukazuje wspólną tendencję, można ją prześledzić we wszystkich nazwach, które poddano badaniu (3430). Pomimo oczywistych różnic, wolno wyodrębnić tu cztery podstawowe elementy strukturalne, krystalizujące się na podstawie odmienności w potencjale informacyjnym, jaki ze sobą nosą. Pierwszą pozycję zajmuje składnik markowy (α^1) – spełnia on funkcję atraktantu wiodącego jako główny punkt odniesienia w segmentacji społecznej rynku. Markowe komponenty, mające konotatywne znaczenie, wzbudzają u konsu-

menta pewne skojarzenia związane z jakością i prestiżem warunkowanym również ceną. System α^1 podstawowych składników pozwala na przeprowadzenie zasadniczego przeglądu różnorodności produktów, a mianowicie w zakresie cen, cech jakościowych, co znajduje odzwierciedlenie w zróżnicowaniu społecznym konsumenta. Odbiorca informacji nominacyjnej odróżnia produkty dzięki pierwszemu segmentowi nazwy – marce, odwołującej się do uwarunkowań socjologicznych: *Dior; Estee Lauder; Fend; Gucci; Jean-Paul Gaultier; Kenzo; Paco Rabanne; Versace; Yves Rocher; Yves Saint Laurent*. Produkty oznaczone marką segmentu drugiego odpowiednio są opatrzone określeniami: *Escada; Fragrances of France; Lancôme; Perlier; Valentino; Victoria's Secret*. Produkty należące do trzeciego segmentu cenowego to: *Avon; Oriflame; Revlon*. Funkcjonalno-segmentacyjne znaczenie komponentu α^1 umożliwia rozpoznanie i określenie ceny początkowej z pominięciem szczegółowych informacji, które są obecne w całym zakresie nominacyjnym. Składnik α^1 (co odpowiada fragmentowi nazwy markowej) charakteryzuje się zewnętrznym typem nominacji, ponieważ jest wynikiem zewnętrznych czynników pragmatycznych, mających na celu zwrócenie uwagi, przekonanie, zachęcenie potencjalnych nabywców do zakupu odpowiedniego produktu kosmetycznego lub perfum. Markowy komponent nazwy charakteryzuje się zawartością konotatywną, która jest formalnie ograniczona ramami odpowiedzialności marki, firmy, producenta. Wyróżniającą osobliwością składnika α^1 jest całkowity brak somatyzmów w jego składzie.

Na drugim miejscu w zintegrowanym kompleksie perfumeryjno-kosmetycznych konstrukcji nazewniczych znajduje się nazwa podstawowa, którą definiujemy jako β^1 . Element ten jest podstawowym komponentem nominacyjnym i określa konkretny produkt – pod tą właśnie nazwą identyfikuje się go na rynku. Składnik β^1 wyróżnia znaczenie konotatywne, jest nominacją typu egzogennej, ponieważ motywują go zewnętrzne (egzogenne) czynniki pragmatyczne, które mają na celu podkreślenie i wzmocnienie atrakcyjności wyrobu. W przeciwieństwie do składnika α^1 , w skład komponentu β^1 wchodzi somatyzmy: *Body Fantasies Signature Sugar Apple; Beyonce Heart Rush; Cuba Wild Heard; Men's Collection Dark Wood; Baby Doll; Elite Gentleman; 212 VIP men; Cool Water Woman; Sport for Women; Lucky Girl; Bulgari Man In Black; Versace Man; Bod Man Fresh Gu*. Perfumeryjne nazwy nadają tytuły perfumom, wodom toaletowym, wodom kolońskim i zawierają w swoim składzie leksemmy – somatyzmy z uogólnioną semantyką: *body, man, woman, girl, baby*, a także leksem *heart*. Podobne lekсыkalne jednostki używane są w nazwach dezodorantów i antyperspirantów (*On duty men sport; On women Light bloom*), dodatkowo rejestrujemy tu rzeczownik *skin* (*Skin so soft. Soft and smooth*). Somatyzmy o wiele częściej występują w nazwach kosmetyków do oczu, czyli tuszach do rzęs, eyelinerach i cieniach do powiek (*Spectra lash; Dior Addict-it-lash; Lash Primer Plus; Dramatic Eyes; Maxi Lash; Eyes to kill; False Lash wirms; Volume million lashes excess; Mary Kay Lash Love; Lash Plumping (Black); Kohl*

Eyeliner Water proof; Le Soureil de Chanel perfect brows; Dior-show Brow Styler; Eye and brow maestro; Black Stage Eye Prime; Traver eyes; Glam' Eyes HD; Eye Studio Color Tattoo). Te nazwy odnoszą się do części ciała, dla których przeznaczono wymienione środki pielęgnacyjne: *lash, eye, brow*. Podobnie w nazwach kosmetyków przeznaczonych do ust obecny jest podstawowy somatyzm odzwierciedlony leksemem *lip*: *Dior Addict Lip Glow; Satin Lips; Lip color; Automatic lip pencil duo; Lip maestro; Shine lip stick; Color Fever Bitten lips; Dior Addict Lip Maximizer; Dior Addict Lip Polish; Lip finity Colour and Gloss*. Dekoracyjne i higieniczne środki do paznokci (reprezentowane poprzez szeroki wachlarz kosmetyków, w tym nie tylko przez lakier do paznokci, ale także poprzez środki do pielęgnacji łożyska paznokcia lub wału paznokciowego i skórek) w zakresie nazw zawierają dwa somatyzmy: *nail* i *cuticle*. Obrazują to następujące przykłady: *Nail experts liquid freeze; Nail strengthner; Cuticle exfoliating nail treatment; dissolvent-doux nail; Nail polish remover; Nail wear pro*. W strukturze nazw preparatów do golenia i po goleniu najczęściej występuje leksem *men*: *For Men; Men essentials; North for men energising; MK Men; For men Champion Collection; Men expert; Men Sensitive; Emporio Armani Diamonds Black Carat for Men*. Istnieje szereg podstawowych preparatów do pielęgnacji skóry, zarówno całego ciała, jak i jego części, zwłaszcza twarzy. Mowa o środkach poprawiających stan skóry na poziomie fizycznym, nie tylko wizualno-estetycznym. W strukturze nazw tych produktów wykorzystywane są różne somatyzmy, wśród nich znalazły się następujące jednostki leksykalne: *skin, men, pore, face, eye, baby, woman, derma, cellular, wrinkle, hand, nail, lip*. Odzwierciedlają to następujące przykłady: *Naturals body Strawberry moisturizing; Pure skin; Body; Men fresh aloe vera; Anti-Cellulite; Clear Skin pore penetrating; Naturals face; Sensitive Eyes; Pure Skin; Face and eyes; Skin so Soft SSS Soft and smooth; Clear skin blackhead clearing; Baby; Naturals body vanilla Shakes; Body; Armani Code for Woman; Exstra Dry Skin; Dry Skin; 3 in 1 Dry Skin; Sun Medium Derma-UV Plus technology; Cellular treatment Gold illusion; Body excellence; Pomegranate Satin Hands; Pores no more; Clinical eye lift pro; Clinical derma full pro; Clean skin professional; Skintone/Sport Correction Essentials; Anti-wrinkle Essentials; all about eyes; Naturals face; Care Glycerine hand and nail; Hand and nail treatment; Eight hour' lip and skin protection; Cellular eye control; Cellular hand cream; Skin caviar; Fragrance-free Satin Hands; Revitalizing body cream; Refreshing hand cream; Hand beauty care; Face and Body Comfort*. Można się spodziewać, że podobne leksykalne jednostki znajdziemy w strukturach nazw preparatów używanych do maskowania defektów kosmetycznych skóry (bez poprawy jej stanu fizycznego): *Color trend fresh face; Skin care and foundation; Diorskin Star Concealer; Skin flash; Face Fabric; Skin caviar concealer; Face Finity All day flawless; Sublime Skin; Face*. Przywołane konstrukcje nominalne konstytuują leksemy *face, skin, flesh*.

Szczególną uwagę badawczą należy zwrócić na określenia środków oraz preparatów do pielęgnacji włosów, które obejmują nie tylko specyfikę mycia i poprawy struktury

włosów, lecz także farby (*Acante Perfect curls curlyhair; Hair X; Advance Techniques Antidandruff Classic; Baby Anti-hair Loss white lupine; Dry hair; Luxury hair care; hairwelfare; Active hair power nanotech solution; Hair sensation Shampooing; Scalp specialist; Professional Haircare Repair; Luxury haircare; Extreme Hold hair; Luxury hair color 1+2*). Nazwy te zawierają somatyzmy: *hair, scalp, dandruff, baby*. W przypadku środków do kąpieli i pod prysznic używane są leksemy: *men, body, hair*, np. *Senses for men Amazon; Men Fresh; Body; Hair and Body*. Niektóre somatyzmy używane są w określeniach środków do pielęgnacji stóp: *Golden Legs; Foot beauty Care Organic Lavanda; Feet up Advanced; Foot works*, w oczywisty sposób wiązane z leksemami: *foot, feet, leg*.

Charakter nominacyjny najwyraźniej zaznacza się w obrębie składnika β^2 , który zajmuje trzecią pozycję w zintegrowanej strukturze perfumeryjno-kosmetycznego kompleksu nominacyjnego. Komponent ten jest nazwą rodzajową, ponieważ stanowi rodzaj klasyfikatora towarowego. Struktura ta ma wyłącznie znaczenie denotatywne i znajduje się w ścisłych ramach nomenklatury dotyczącej artykułów branży kosmetycznej. Jest charakteryzowana wewnętrznym rodzajem nominacji, gdyż zależy od wewnętrznych czynników substancjonalnych, które są realnym odzwierciedleniem fizyczno-chemicznej i biologicznej natury produktów poddanych analizie. Zasadnicza informacja co do funkcji składnika β^2 jest uwarunkowana chęcią poinformowania potencjalnego nabywcy o przynależności tego produktu do określonego rodzaju towarów (kosmetyki, make-up, farby do włosów). Biorąc pod uwagę to, że niniejsze badanie jest przeprowadzane na podstawie 54 rodzajów perfum i kosmetyków (w rzeczywistości 54 typy komponentu β^1 w składzie utworzonych mian), analiza dotycząca wykorzystywania somatyzmów w kreowaniu nazw winna przebiegać etapowo, konsekwentnie i z uwzględnieniem odwołań do pozajęzykowego (ekstralingwistycznego) charakteru branż pod uwagę obiektów, które są klasyfikowane zgodnie z semantyką składnika α^1 .

Nazwę ogólną (klasyfikator handlowy) perfum i kosmetyków rozpatruje się, począwszy od pierwszej z wyodrębnionych grup. Jednak w ramach nominacyjnych jednostek β^2 (*eau de parfum; eau de toilette; eau de cologne; deodorant stick; deodorant body spray; roll-on-anti-perspirant deodorant; anti-transpirant*) obserwuje się użycie tylko jednego somatyzmu – *body*. Wyraźniej i konsekwentniej somatyzmy stosowane są w składzie składników β^2 związanych ze środkami do makijażu oczu (*eye pencil; eye liner; liquid eye liner; eye-lip pencil; perfect eye brow pencil; brow definer; sultry lash mascara; high definition lash curler mascara; eye-opening mascara; lash multipliving volume mascara; instant full body volume mascara; doll lash effect mascara; eye shade; liquid eye shadow; eyeshadow palette; long wear luminous eyeshadow; wet and dry backstage eyeshadow; long wear professional morrorshine eyeshadow; eye crayon; ultra long lasting cream eyeshadow*), gdzie wyraźnie dominują leksemy *brow* i *lash*. Zbliżoną tendencję można zaobserwować w przypadku nazw środków upiększających usta (*lip protector; lip balm; nourishing and repairing lip treatment; lip liner; lip pencil; lip contour pencil; lip stick; lip*

coloring stick with brush; lasting radiance sensual lip colour; lip fluid; lip gloss; natural lip perfecter; nourishing lip care; collagen active lip-gloss; sensual melting lipshine), w których występuje jeden somatyzm, mianowicie *lip*. Natomiast *nail* i *cuticle* pojawiają się w nazwach produktów służących do pielęgnacji paznokci (*nail enamel; nail lacquer; smoothing perfecting nail care; protective nail care base; nail cream; gloss shine nail colour; cuticle exfoliating nail treatment; the beauty aid for clear, smoother nails; quick dry nail spray; nail-strengthening base coat*).

Warto wreszcie poddać oglądowi nazwy środków przeznaczonych do pielęgnacji skóry, całego ciała lub poszczególnych jego części. Należy zwrócić uwagę na somatyzmy: *face, skin, body, breast, eye, lip, hair, flesh, neck, pore*, które stosuje się w tworzeniu składników β^2 (*shave gel for smooth skin; exfoliating body scrub; exfoliating facial gel; breast scrub; scrub face wash; skin scrub; body exfoliant; face scrub for glowing radiance; face perfecter; advanced skin corrector; smoothing face mask; hydrating face mask; breast mask; face wash; skin genist multi cleanser; eye makeup remover; body cleanser; gentle eye and lip long wear-make-up remover; cleansing face polisher; body lotion; hair minimizing body lotion; hand and body lotion; skin activating treatment lotion; repair lotion extra dry skin; body moisture; body moisturizer; moisturizing body emulsion; moistrising sun spray sensitive skin; tan in a flesh face gel; body spray; reviving eye gel; shimmering body oil spray; sparkling body oil; fine line face oil; skin preparatory fluid; revitalizing emulsion face, eyes, neck; repair eye serum; face and body serum; regenerating and repairing serum for face; overnight skin perfecter; breast serum; reviving eye cream; hand cream; pore minimizing skin refinisher; pore refiner; body sculpting gel; instant nourishing dry body oil*). Wolno przypuszczać, że te same somatyzmy stosowane są w przypadku tworzenia komponentów nominacyjnych β^2 w nazwach środków do makijażu (*ultra-light skin perfecting make-up; skin refining make up base; even skin tone illuminator; nudeskin foundation; derma-soothing toner with botanical sophorine; concealer stick for the delicate skin around the eyes; cream skintore fresh cheeks blush; cheek color; lip and cheek mousse; perfumed body powder*), w ich składzie są takie jednostki leksykalne, jak: *skin, derma, eye, cheek, lip, body*. Podobne somatyzmy są stosowane przy tworzeniu nominacyjnych składników typu β^2 dla kremów regeneracyjnych (*24 hour eye cream; eye lip cream; firming face cream; replenishing hand cream; restorative hand cream; body cream; perfumed body cream; wrinkle eye crème; cellular night repair cream face neck, decollete; refreshing hand cream with cherry extract; caring hand cream with olive oil; CC face cream; lift contour face and neck cream; beautifying hand and nail cream*), mających na celu poprawę stanu fizjologicznego skóry: *eye, lip, face, body, hand, neck, nail*.

Nietrudno domyślić się, że ustalona liczba somatyzmów decyduje o strukturze składnika β^2 nazw określających środki do pielęgnacji i mycia włosów, do poprawiania ich struktury oraz farb do włosów (*anti-dandruff shampoos; 2 in 1 hair and body wash; tear free shampoo; hair and body shampoo; liquid hand soap; face bar; body wash and bubble*

bath; energizing body wash; hair and body wash; professional hair colour permanent crème colour; nourishing hair color crem; cream hair color; thickener for hair colorirapid hair bleach bleaching powder; hair repair oil; root-boosting tonic; scalp soothing conditioner; hair care leaving conditions for color hair; leave-in conditioner for bleached and damaged hair; anti-hair lost scalp and hair bath; daily hair treatment for all hair types; deep scalp follicle treatment and volumizer for thinning hair; ingrown hair eliminating gel hair minimizing comlex; hair removal cream for body; dry ends serum; tender hair mist; daily hair refresher; nourishing mask for very dry or frizzy hair; hair mask; hair spray; hair lock mousse). W tym przypadku wykorzystywany jest szeroki zakres somatyzmów – *body, hair, root, scalp, end, follicle* – obejmujących wszystkie elementy strukturalne włosów i nie tylko. Somatyzmy można zauważyć również w nazwach preparatów do pielęgnacji stóp (*heel softening cream; footcream; foot and elbow cream; foot scrub; foot spray; cracked heel repair; energizing lotion for feet and legs; nourishing foot mask; foot deodorant cream; odour neutralizing foot spray*), reprezentowane przez jednostki leksykalne typu: *foot, heel, leg, elbow*. Konsekwentnie stosowane są także somatyzmy *mouth, tooth* w obrębie składnika nominacyjnego β^2 w nazwach past do zębów (*fluoride tooth paste; fluoride tooth gel; 2-in-1 tooth gel with mouth wash beads*).

Ostatni element zintegrowanych nazw perfum i kosmetyków stanowi składnik funkcjonalno-opisowy γ^{1-n} . Biorąc pod uwagę ładunek informacyjny, niektóre fragmenty poszczególnych nazw mogą odwoływać się do ekspozycji dodatkowych danych powiązanych z wagą, objętością materiałów i substancji, metodą produkcji czy sposobem użytkowania produktu. Znaczenie komponentu γ^{1-n} jest denotatywne i ograniczone parametrami obiektywnymi oraz właściwościami produktów wynikających z ich komercyjnego przeznaczenia. Nominacja wewnętrzna odzwierciedlona w części nazwy jest wynikiem oddziaływania wewnętrznych parametrów technologicznych. Badanie obecności somatyzmów w kształtowaniu składnika γ^{1-n} winno uwzględnić rodzaje produktów, pod warunkiem że analiza komponentów α^1 , β^1 i β^2 wykazała różne stopnie wykorzystania somatyzmów w procesie tworzenia kompleksu nominacyjnego. Wracając do tradycyjnej sekwencji badań, analizę należy rozpocząć od nazw perfum, w których, w ramach składnika γ^{1-n} udało się odnaleźć somatyzmy *men, women* (*The Bulgary men collection; The Bulgary women collection*). Jako część nazwy środków służących do wykonania makijażu oczu od czasu do czasu korzysta się z jednostek leksykalnych *eye, lash*, np. *long-wear and smoothing eye primer; doll lash effect wide-eye look; false lash effect winged out lashes; lash by lash care and volume; wide eye look – volumised extended lifted lash look; instant lash extension*. W składzie komponentu γ^{1-n} w nazwach kosmetyków do ust jest właściwie jeden somatyzm, mowa o jednym leksemie – *lip*, np. *lustered lip surface; bare lips sensation*. Znacznie więcej leksemów znajdujemy w określeniach środków do pielęgnacji skóry, w których przeważają wyrazy: *skin, face, hand, body, lip, scalp, derma, neck*, np. *sensitive skin relief; revitalize the look*

of skin; 75 mle with skin illuminators; for face, hand, and body; SPF 30 skin protector; softens hands strengthens nails; normal skin; all skin types; skin youth UV protector UVA-UVB; nourishing dry skin; SPF 20 light skin perfector; restoring stressed skin; dry/sensitive skin; normal to combination skins; for irritated or sensitive skin; for smooth skin; normal skin; prepares skin to shave; a total new look for young face; all skin types; dry; combination to normal skin; protects skin against UV damage; normal/dry skin; face, eyes, lips; recommended by dermatologist; body; for beautiful skin; face, eyes, neck; for improved appearance of skin and correction of skin-aging effects; combination/dry skin; for every day, sensitive or irritated skin; for dry to very dry skin.

Nazwy produktów do pielęgnacji paznokci wyzyskują natomiast somatyzmy: *nail, cuticle*. A gdy mowa o artykułach kosmetycznych służących do mycia i pielęgnacji włosów, są to: *hair, scalp*, np. *for all hair types; for fine hair; for normal/damaged hair; for fine, limp, or oily hair; frizzy hair; for shiny and nourished hair; for beautifully dressed hair; for beautifully colored hair; anti-age hair structure; treated and damaged hair; only for damaged hair; for lifeless hair; repairs dry hair*. W treści komponentu γ^{1-n} obserwuje się umiarkowane wykorzystanie jednostek leksykalnych związanych z ciałem człowieka. Badanie somatyzmów jako integralnych części złożonych angielskich nazw perfum i kosmetyków przeprowadzono drogą eliminacji części składowych (α^1 , β^1 , β^2 , γ^{1-n}) w poszczególnych strukturach nominacyjnych. Zbudowane z czterech komponentów określenie pokazuje, że nazwy perfum i produktów kosmetycznych to zintegrowana konstrukcja nominacyjna, wewnątrz której da się zidentyfikować cechy nominacji wielokierunkowej, wielowektorowej. Pozostające we wzajemnej zależności składniki α^1 i β^1 , będące wynikiem uwarunkowań zewnętrznych, manifestują nominację w aspekcie atraktywnym, która jest skierowana na zewnątrz i koncentruje się na odbiorcy – potencjalnym kliencie, w celu przyciągnięcia jego uwagi i zachęcenia tym samym do nabycia produktu. Ten typ nominacji wyzyskuje wektor zewnętrzny. W opozycji do niego pozostaje wektor wewnętrzny, a w badanych zjawiskach językowych osiąga się go dzięki składnikom β^2 i γ^{1-n} konkretnych struktur nazewniczych (będących wynikiem czynników wewnętrznych). Ten nominacyjny „antagonista” nie stanowi nośnika informacji pragmatycznych, lecz dostarcza potencjalnemu nabywcy obiektywnej wiedzy o produkcie. Współistnienie obu przeciwnych wektorów nominacyjnych jest świadectwem elastyczności, dostrzegalnym w perfumeryjno-kosmetycznym kompleksie nazewniczym, co zapewnia zarówno stabilność, jak i zmienność. W efekcie funkcja nominacyjna staje się swego rodzaju stałą w opisie perfum i innych kosmetyków. W poddanych analizie strukturach nominacyjnych nasyconych somatyzmami (w których zidentyfikowano cztery składniki podstawowe), w tak skonstruowanym konglomeracie znaczeniowym (z wyjątkiem składnika α^1) przypisano dodatkową funkcję nominacyjną. Aby lepiej zrozumieć funkcję somatyzmów, należy je sklasyfikować. Klasyfikacja jako przejaw doboru, zasady dystrybucji jest regułą metodologiczną w badaniu instrumentu nomi-

nacyjnego oraz rejestrów, używanych do tworzenia trzech podstawowych nominantów zespołu perfumeryjno-kosmetycznego.

Wyodrębnione somatyzmy stanowią dość obszerną i rozgałęzioną klasę, składają się na nią jednostki leksykalne oznaczające ciało lub jego część, a także inne, ze znaczenia których wypływa informacja o płciowości (*man, woman*) czy wiekowego zaawansowania (*girl, baby*). Do podklas płciowych i wiekowych można zaliczyć anatomo-topograficzne, w ich obrębie zjawia się grupa ogólnocieleśnych wskaźników, wskazujących na ciało jako niepodzielny, całościowy obiekt somatyczny. Grupa takich wskaźników tworzona jest przez takie somatyzmy, jak *body* i *flesh*. Do obiektów fizycznych zalicza się ciało, części ciała, narządy (tu zwłaszcza skórę, kości, mięśnie), owłosienie, płyny ustrojowe⁸. W przypadku naszego badania somatyzmy spełniają funkcję specyficznego indeksowania, pozwalającego określić, które obszary ciała występują w nazwach poddanych oglądowi. W tym kontekście wskazane jest, aby określić wyodrębnione somatyzmy jako wskaźniki anatomo-topograficzne, gdyż to one określają „topografię” zastosowania kosmetyków (wyraźnie określone partie ciała), co oczywiście nie umniejsza ich roli w poszczególnych całościach nominacyjnych. Tak więc, somatyzmy realizują dwa zasadnicze zadania – nominacyjne oraz indykacyjne. Gdy mowa o funkcji wskazującej, somatyzmy należy uznać za podklasę indykatorów anatomo-topograficznych opartych na logice opisu ciała z wykorzystaniem międzynarodowej terminologii anatomicznej⁹. Jest oczywiste, że w ramach grupy wskaźników ogólnocieleśnych swoje miejsce znajduje grupa wskaźników oznaczających skórę. Jest to spowodowane faktem, że skóra pokrywa całą powierzchnię ciała i jest nierozdzielna jego częścią. Tę grupę reprezentują następujące somatyzmy: *skin, pore, derma, cellula, wrinkle*. Dodajmy, *derma* (łac.) jest synonimem angielskiego *skin*. Wolno tu zaliczyć elementy strukturalne nazw, takie jak: *pore, cellula*, ale i wiekowy defekt kosmetyczny – *wrinkle*. Somatyzm *eye* też lokuje się w tej grupie, ponieważ leksem nie oznacza oka, lecz skórę wokół (górne i dolne powieki). Tę właśnie jednostkę leksykalną używa się w nazwach cieni do powiek i konturówek (kredki). Jeśli wskaźniki ogólnocieleśne oznaczające skórę, kojarzą się z intymnymi częściami ciała, pozostałą część wskaźników anatomo-topograficznych rozmieszcza się w grupach, obejmujących dyskretne, małe, dobrze zdefiniowane topograficznie obszary ciała. Najważniejsza grupa (gromadząca leksykę spod znaku głowy) rozpada się na kilka mniejszych: dotyczące twarzy (*face, lip, cheek*), do tej podgrupy należą też: *mouth, tooth (hair, scalp, root, end, follicle, lash, brow, dandruff)*. Nie mniej obszerna jest grupa dotycząca górnych i dolnych kończyn (*) – *foot*, leg*, heel*, elbow, hand*; dodatkowo grupa ta obejmuje: *nail, cuticle*. Wśród leksyki nazywającej część ciała dostrzegamy wyrazy związane z tułowiem (*breast, neck*). Somatyzm *heart* należy do organów wewnętrznych i w tym przypadku jest to wyjątek od ogólnej reguły; o ile bowiem somatyzmy tego

8 Por. *ibidem*, s. 43-44.

9 Zob. *Міжнародна анатомічна номенклатура*, red. І.І. Бобрик, В.Г. Ковешніков, Київ 2001.

typu są wykorzystywane do tworzenia nominacyjnego perfumeryjno-kosmetycznego kompleksu, komponent β^1 *Heart Rush* odznacza się sensem metaforycznym i nie należy do podklasy wskaźników anatomo-topograficznych. Ten swoisty fenomen zarazem ilustruje, jak ekstralingwistyczny charakter obiektów nominowanych odzwierciedla się w ich nazwach. Ponieważ perfumy i kosmetyki stosowane są jako środki oddziaływania zewnętrznego, w składzie ich nazw używane są somatyzmy służące do opisu zewnętrznych części ciała. Anatomo-topograficzne indykatory działają w składzie jednostek nominacyjnych nie tylko autonomicznie, ale w postaci klastrów: dubletów (kiedy są połączone dwa wskaźniki), trypletów (po połączeniu trzech wskaźników). Według semantyki elementów, klastry te mogą być homogeniczne (należą do tej samej grupy), jak i heterogeniczne (gdy indykatory należą do różnych grup). Homogeniczne dublety to: *foot and leg; hand and nail; hand and cuticle; root-boosting tonic for fine hair*. Do heterogenicznych dubletów należą *hair and body; hand and body; face and body*. Klastry trypletów są zawsze niejednorodne (heterogeniczne): *face, hand and body*.

Wnikliwe badania perfumeryjno-kosmetycznego kompleksu nominacyjnego ujawniły jego czteroskładnikową strukturę, ukształtowaną dzięki jego podstawowym elementom. Wewnątrz danego zestawu nazewniczego wyodrębniono klasy wskaźników związanych z ludzkim ciałem. Ta klasa rozpada się dalej na trzy podklasy: płciową, wiekową i anatomo-topograficzną. Ostatnia z nich odznacza się znacznie większym zróżnicowaniem, w efekcie pojawiają się kolejne grupy, które są utworzone na podstawie anatomicznej odpowiedniości. Somatyzmy biorą udział w tworzeniu jednostek nominacyjnych jako autonomicznych struktur, będących dubletami lub trypletami. W zależności od przynależności somatyzmów do tych samych bądź różnych grup zaobserwować można heterogeniczne lub homogeniczne klastry semantyczne. Somatyzmy jako część składowa nazw perfum i kosmetyków spełniają podwójną funkcję: funkcję wskaźnika oraz funkcję nominacyjną. Sposób wykorzystania somatyzmów w procesie tworzenia perfumeryjno-kosmetycznego kompleksu nominacyjnego wolno określić jako ekstralingwistyczny.

LITERATURA CYTOWANA

- Анопина О.В., *Сигналы адресованности в англоязычных текстах, рекламирующих косметику*, [w:] О.В. Анопина, *Дослідження молодих вчених (Актуальні питання романо-германської філології)*, Житомир 1997.
- Вінарева О.В., *Особливості морфологічної структури та шляхи утворення англомовних торгових назв*, [w:] О.В. Вінарева, *Проблеми семантики слова, речення та тексту: Зб. Наук. Прац*, red. Н.М. Корбозерова, Вип. 10, Київ 2003.
- Крейдлин Г.Е., *Семиотическая концепция тела и его гостей. I Классификационные и структурные характеристики соматических объектов*, „Вопросы филологии” 2010, Вып. 35, nr 2.
- Левицький А.Е., *Категоризація нечітких сутностей та їх ознак*, [w:] А.Е. Левицький, *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*, Серія «Філологія», т. 14, nr 1, red. А.В. Корольова, Київ 2011.

- Міжнародна анатомічна номенклатура*, red. І.І. Бобрик, В.Г. Ковешніков, Київ 2001.
- Раевская О.В., *Как называются духи, или к вопросу о парфюмерной номенклатуре*, [w:] *Филологические науки*, nr 6, red. П.А. Николаев, Москва 2005.
- Сотникова Е.А., *Ономастическое пространство названий парфюмерной продукции в русском языке: дис. ... кандидата филол. Наук: 10.02.01, Елец 2006.*
- Таранова Е.Н., *Структурно-семантические особенности терминологии женской косметики: автореф. Дис. На соиск. Учен. Степени канд. Филол. Наук: спец. 10.02.19, «Теория языка», Белгород 2010.*

LITERATURA (TRANSKRYPCJA)

- Anopina O.V., *Signaly adresovanosti v angloâzyčnyh tekstah, reklamiruiúših kosmetiku*, [w:] O.V. Anopina, *Doslidžennâ molodih včenih (Aktual'ni pitannâromano-germans'koï filologii)*, Žitomir 1997.
- Krejdlin G.E., *Semiotičeskaâ koncepciâ tela i ego gostej. Klassifikacionnye i strukturnye harakteristiki somatičeskikh ob'ektov*, „Voprosy filologii” 2010, Vip. 35, nr 2.
- Levič'kij A.E., *Kategorizaciâ nečitkih sutnostej ta ih oznak*, [w:] A.E. Levič'kij, *Visnik Kiivs'kogo nacional'nogo lingvističnogo universitetu*, Seriâ »Filologičâ«, t. 14, nr 1, red. A.V. Korolova, Київ 2011.
- Міжнародна анатомічна номенклатура*, red. І.І. Бобрик, В.Г. Ковешніков, Київ 2001.
- Raevskaâ O.V., *Kak nazyvaútsâ duhi, ili k voprosu o parfûmernoj nomenklature*, [w:] *Filologičeskie nauki*, nr 6, red. P.A. Nikolaev, Moskva 2005.
- Sotnikova E.A., *Onomastičeskoe prostranstvo nazvanij parfûmernoj produkcii v russkom âzyke: dis. ...kandidata filol. Nauk: 10.02.01, Elec 2006.*
- Taranova E.N., *Strukturno-semantičeskie osobennosti terminologii ženskoj kosmetiki: avtoref. Dis. Na soisk. Učen. Stepeni kand. Filol. Nauk: spec. 10.02.19; Teoriâ âzyka*, Belgorod 2010.
- Vinarêva O.V., *Osoblivosti morfologični strukturi ta slâhi utvorennâ annglomovnih trgovih nazv*, [w:] O.V. Vinarêva, *Problemi semantiki slova, rečennâ ta tekstu*, Zb. Nauk. Prac, red. N.M. Korbozerova, Vip. 10, Київ 2003.

Źródła materiału ilustratywnego

- BVLGARI.com
 www.Lancome.com
 www.Armanibeauty.com
 www.dior.com
 www.maxfactor.com
 www.trussardiparfums.com
 www.VERSACEPARFUMS.com
 www.Yves-rocher.com
 www.mis-dior.com
 www.fragrancenet.com
 www.makykay.com
 www.narcisorodriguek.com
 www.revlon.com

Specyfika nazewnictwa środków kosmetycznych: aspekt strukturalny

STRESZCZENIE: W artykule przedstawiono opis metod tworzenia nazw wyrobów perfumeryjno-kosmetycznych na podstawie wykorzystania somatyzmów. Problem nominacji perfum i kosmetyków rozpatrywany jest w paradygmacie opisowym struktur oraz składników podstawowych nazw za sprawą sposobu postrzegania funkcji somatyzmów. Zidentyfikowane w zakresie funkcjonalnym i semantycznym somatyzmy zostały podzielone na kilka klas i grup.

SŁOWA KLUCZOWE: somatyzm – anatomiczno-topograficzny wskaźnik – nominacja wyrobów perfumeryjno-kosmetycznych – wskaźnik semantyczny

The naming specificity of the cosmetics: the structural aspect

SUMMARY: The article is connected with the problem of naming the perfume-cosmetic goods in the aspect of using somatisms as components of names. The problem of perfumes and cosmetics nomination is considered in the descriptive paradigm of structures and basic names components due to the perception of somatisms' functions. A few basic constituents in the structure of perfume and make-up names have been identified.

KEY WORDS: somatism – anatomic-topographical marker – nomination of perfume-cosmetic goods – semantic indicator

Специфика названий косметических средств: структурный аспект

РЕЗЮМЕ: Статья связана с проблемой номинации парфюмерно-косметических товаров с учетом использования соматизмов как компонентов названий. В структуре парфюмерно-косметических названий были выделены четыре базовых составляющих. Определено расположение соматизмов в пределах этих составляющих. Были исследованы такие функции и информационная нагрузка соматизмов. Идентифицированные в названиях соматизмы проклассифицированы в пределах антропологического класса как анатомо-топографические индикаторы. Эта система классификации позволяет выделить сеть групп соматизмов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: соматизм – анатомо-топографический индикатор – номинация парфюмерно-косметических товаров – семантический индикатор