координатах интерпретации текста / В. З. Демьянков // Изв. АН СССР. Серия литературы и языка. – 1983. – Т. 42. – № 4. – С.320–329. 7. *Казыдуб Н. Н.* Дискурсивное пространство как фрагмент языковой картины мира (теоретическая модель) / Н. Н. Казыдуб. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – 216 с. 8. *Леонтьев А. А.* Психолингвистические особенности языка СМИ / А. А. Леонтьев // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С. 66–88. 9. *Луман Н.* Медиа коммуникации / Н. Луман. – М.: Логос, 2005. – 276 с. 10. *Мерло-Понти М.* Феноменология восприятия / М. Мерло-Понти; пер. с фр. – СПб.: Ювента; Наука, 1999. – 605 с. 11. *Сморгунов Л. В.* Гуманитарные технологии и формирование политического события / Л. В. Сморгунов [Электронный ресурс] // Гуманитарные технологии и политический процесс в России. Сб. ст. / Под ред. Л.В. Сморгунова. – СПб., 2001. – Режим доступа: http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/728. 12. *Подорога В. А.* Событие // Философия. Энциклопедический словарь. / Под. ред. А. А. Ивина.– М.: Гардарики, 2008. – С. 778 – 781. 13. *Хайдеггер М.* Время и бытие: Статьи и выступления / М. Хайдеггер; пер. с нем. – М.: Республика, 1993. – 447 с. 14. *Шатина Н. В.* "Политическое событие" как область интерпретации российского экспертного сообщества / Н. В. Шатина // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. – 2008. – № 1. – С. 217– 226.

Філатова О.О., к.філол.н.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

НОВІ НОМІНАЦІЇ У СФЕРІ *SPA-ІНДУСТРІЇ* (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ)

Стаття присвячена дослідженню основних принципів та способів номінації нових реалій та явищ у світі спа-індустрії. Практичним матеріалом для дослідження стали тексти, присвячені спа-процедурам, аналітичні огляди причин появи нової тенденції в індустрії краси та здоров'я та шляхів її швидкого поширення, матеріали сайтів присвячених продажам спеціальної продукції для спа-процедур.

Ключові слова*: номінація, словосполучення, складне слово, афіксація.*

Статья посвящена исследованию основных принципов та способов номинации новых реалий и явлений в мире спа-индустрии. Практическим материалом для исследования стали тексты, посвященные спа-

процедурам, аналитические обзоры причин появления новой тенденции в индустрии красоты и здоровья и путей их быстрого распространения, материалы сайтов посвященных продажам специальной продукции для спа-процедур.

Ключевые слова: *номинация, словосочетание, сложное слово, аффиксация.*

The article is dedicated to the research of the main principles and ways of nominating new phenomena in spa-industry. The practical material is represented by the texts dedicated to spa-treatment, analytical reviews of the core factors that influenced the rise of the new tendency and ways of its rapid spread, sites about selling-out special products for spa-treatment.

Key words: *naming unit, word combination, compound, and affixation.*

Середина XX та початок XXI століття характеризуються глобалізаційми процесами в усіх галузях, зокрема в науці, техніці та медицині. Одним з напрямів, який здобуває все більшої і більшої популярності по усьому світу є індустрія краси та здоров'я. Відбулася переоцінка цінностей, серед яких на перше місце було висунуто охорону навколишнього середовища та оздоровлення націй. Такий переворот характеризується появою нового слова – *healthism*, що позначає сучасний напрям, свідому відмову від кваліфікованої медичної допомоги та пошук альтернативних, власних методів та способів для лікування та профілактики хвороб. Засоби масової інформації, кіно та телебачення створили іконічні образи, ідеали здорових та успішних жінки та чоловіка. Усе це перетворило здоров'я людини з права, на обов'язок, що призвело до появи нових концептів, таких як *wellness*, *spa* та *fitness*.

Актуальність статті відображається в швидкому розвитку англійської мови та постійній появі нових реалій і їх назв. Теоретична значущість статті проявляється в необхідності пояснення та відображення способів та методів утворення назв нових реалій на відображення концепту "HEALTHISM".

Spa-salon, spa-resort, spa-centre, spa-hotel, spa-cosmetics – широко використовуються в різних друкованих виданнях, проспектах, рекламі, Інтернеті. Історично відомі чотири основні версії походження слова *spa*. Відповідно до першої версії *spa* – це акронім від латинського "*Sanus per Aquam*" або "*Sanitas pro Aqua*", що в перекладі означає "здоров'я за допомогою води" або "здоров'я через

воду". Це поняття відомо ще з часів Стародавнього Риму, де для зцілення хвороб використовували термальні джерела та приймали термальні ванни. Такий метод оздоровлення став називатися *SPA*. Відповідно до другої версії, словj *spa* слід вважати афезію від латинського слова "*spagere*", яке перекладається як живити, розпилювати.

Іншою версією появи слова є географічна, відповідно до якої *spa* походить від назви невеликого красивого бельгійського міста *Spa*, у якому в 14 столітті були вперше знайдені термальні джерела. Така трансформація власного імені у загальне має назву семантичного неологізму.

Назва *SPA* може також походити від слова *espa* валлонської мови (однієї з мов на території Бельгії), яке в перекладі означає "фонтан".

Сучасний спосіб використання корисних цілющих властивостей води та інших природних ресурсів для покращення зовнішнього вигляду людини та її внутрішнього психологічного стану набуває усе більшої популярності. Терміни *spa, wellness* та *healthism* перетворилися на справжні "ключові слова доби", як визначає популярні реалії та їх номінації Є. А. Карпіловська. Саме ці слова стають основою для створення складних та складених номінацій [Карпіловська 2009, 22]. Такі нові сфери суспільного життя знаходять активне відображення в мові, адже вони, за визначення Є. А. Карпіловської пов’язані зі культурними процесами, створенням нових цінностей та ідеалів. Екстралінгвістична потреба у вираженні нових понять є вирішальною в розвитку системи словотвору та продуктивності окремих моделей. Відбувається відбір тих моделей, які здатні найбільш адекватно відобразити нове явище [Царев 1984, 78].

Відображення та називання низки нових реалій, які з’явилися після поширення слова *spa* у засобах масової інформації, у розмовній мові, здійснюється переважно через складні слова та словосполучення, які ми визначаємо як продуктивні моделі словотворення XX та XXI століття.

Створення салонів краси стало справжнім світовим прибутковим бізнесом. Саме тому з’являються такі номінації із елементом *spa-*, які відображують сучасні тенденції до перетворення засобів догляду за собою в потужний бізнесовий ресурс: *spa industry, spa business, spa market, spa marketing, spa schools, spa policy, spa economy:*

With employment and revenue experiencing strong growth rates, this report provides timely updates to enable businesses competing in and

supporting the spa industry to benchmark and improve their performance as the industry continues to develop. (www.spamarketingtools.com)

Як і кожний бізнес, спа-індустрія має свої власні стратегії, напрямки, та кампанії, що відображається в таких номінаціях як *spa business strategies, spa marketing campaigns, tools, tips, courses, spa marketing ideas, spa marketing plan, spa industry strategies, spa industry study:*

Don't dismiss time-honored solutions that increase your company's public profile, these simple spa marketing ideas... such as sponsoring a humanity event or outfitting a local minors sport team. You'll get your name notably recognized, and that's what counts. (www.spatrade.com)

У всьому світі створюються спеціальні асоціації спеціалістів у сфері індустрії краси, так звані *Spa Associations*, центральне місце серед яких посідає *International Spa Association (ISPA)*. Існують також спа-асоціації в таких країнах світу, як Австралії (*ASPA*), США, Таїланді, Новій Зеландії, Великобританії тощо. Такі об'єднання створюються для надання допомоги та консультацій усім тим, хто прагне розпочати, або вдосконалити свій бізнес у сфері спа. Фахівці беруть участь у щорічних конференціях (*Global Spa Summits*), на яких представляються звіти про річні прибутки (*spa revenue*), продажі послуг та продуктів (*spa sale*) спа-індустрії. На таких зборах традиційно окреслюються основні тенденції, які будуть популярними в наступному році, так звані *spa trends*:

Day spa revenues, in particular, dropped sharply even as more day spas opened. (www.spamarketingtools.com)

Global Spa Economy Estimated at $225 Billion A Year According To First-Ever Study Unveiled at 2008 Global Spa Summit. (www.spamarketingtools.com)

Окремий статус отримують також і люди, які працюють у спа-салонах. Відповідно до сучасних тенденцій словотворення, назви професій також утворюються із використанням елемента *spa*: *spa owner, spa manager, spa director, spa team, spa employee, spa professional, spa expert, spa therapist*:

The spa owners offered more incentives to retain loyal customers and at the same time earn more revenue. (www.articlesbase.com)

"Call it a holistic spa," suggested a spa therapist. (http://spajournal.net)

У сучасних текстах та брошурах, присвячених спа-індустрії, з'явилися нові номінації на позначення людей, який відвідують спа-процедури. Таких людей називають *spa-going public, spa lover, spa-*

goer, spa client, spa visitor, spa guest, spa traveler, а процес оздоровлення в салонах отримав назви *spa-going ma spa-ing:*

Spa-going has become so mainstream that the face of the spa-goer will now continue to reflect the wider global population. (http://spas.about.com)

Social spa-ing has led to mobile spa businesses popping up offering home and corporate visits. (http://www.salonprofit.net)

Іменник spa за конверсією утворив дієслово (to spa):

One guest may golf; the other may "spa". (http://spajournal.net)

Популярність такого способу оздоровлення, як спа-процедури, стає причиною появи нових професій та особливого ринку праці, спрямованого на пошук та працевлаштування спеціалістів галузі спа: *spa employment, spa job, spa job seeker, spa employers, spa recruitment agency:*

Welcome to the specialist spa recruitment site for the international spa industry where spa job seekers and spa employers meet [http://spa-jobs.com].

Слово *spa* використовується для створення нових слів та понять, що підкреслює його продуктивність, наприклад *'spa-like' services, spa-inspired tastes*:

Doctors in private practices are providing 'spa-like' services to patients to ease and soften harsh clinical treatments.

З розвитком спа-індустрії поширюються різноманітні спа-процедури (*spa procedures, spa treatments, spa operations*), такі, як наприклад *spa manicure, spa pedicure, aromatherapy, massage* і т. ін. Створюються цілі програми та пакети, у яких описуються усі можливі процедури та їх поєднання. Такі брошури отримують назви *spa menu, spa package, spa package manual:*

The spa menu is long and varied, featuring several varieties of massage, including Swedish and Balinese, as well as a host of facials and treatments for nails and body, yoga sessions in the Zen Garden, and just about any sybaritic pleasure the imagination conjures. (http://spajournal.net/01/australia.html)

Наслідком поширення спа-процедур в усьому світу стала поява спеціальних типів спа-установ, які пропонують свої послуги на певних умовах. Серед найбільш популярних видів спа-салонів варто зазначити наступні: *day spa, medical spa, medi-spa, online-spa, destination spa, intelligent spa, club spa, beauty spa, mobile spa, ecospa / eco spa, mineral spring spa, amenity spa or resort spa, hospital spa, dental Spa and/or spa dentistry, urban spa, casino spas:*

Look for a growing number of traditional spas to hop on the *eco spa* bandwagon -- both from an operational and marketing standpoint.

Усі вище згадані типи спа-салонів можна поділити на *pure spa* та *hybrid spa*. Перший тип пропонує лише спа-догляд, другий –

комбінацію спа-процедур з іншими оздоровчими процедурами, такими як фітнес і т. ін.

The concept pure spa is on a decline and the concept of hybrid spa is increasingly taking its place. (www.articlesbase.com)

Розвиток спа-бізнесу дав поштовх для появи та поширення супутніх товарів, які використовуються під час різноманітних спа-процедур, а також для підтримання отриманого ефекту від одного сеансу до іншого. Такі товари відображуються номінаціями *spa products, spa/salon items*; і придбати їх можна у *spa shops, spa boutique.*

Існування такої масштабної, міжнаціональної, всесвітньої індустрії краси та здоров'я призвело до створення принципів так званої філософії спа – *spa philosophy*. Як і будь-яка сфера або галузь, в індустрії спа існують свої власні правила та норми поведінки, які окреслені таким поняттям, як *spa etiquette*, який включає основні поради та рекомендації до того, як зробити відвідання спа-салону ефективним та приємним:

Follow the spa rules and you'll be fine. Here are some spa etiquette tips to make your visit pleasurable and relaxing, as it is meant to be. (http://www.great-spa-vacations.com)

Особлива увага у спа-салонах приділяється не лише зовнішньому піклування про тіло та обличчя клієнта. Значну роль у покращенні самопочуття відіграє правильне та збалансоване харчування. Така сучасна тенденція до застосування різноманітних дієт знайшла своє відображення і у спа-бізнесі. Страви, які подають між спа-процедурами, називаються *spa cuisine*, *spa-inspired food,* яку готують *spa chefs*. Школи, у яких навчають правильному харчуванню називаються *spa culinary schools* в яких проводять *spa cooking classes*. Допоміжними засобами під час приготування такої їжі можуть стати спеціально розроблені *spa cookbooks*.

Led by Nestle's new Spa Cuisine line, convenient spa-inspired food will became everyday fare in American homes and work places. Americans will look to spa cookbooks, spa cooking classes, and spa chefs for healthy recipe ideas. (http://spas.about.com)

Спа-індустрія стрімко увійшла в наше життя. Усе більшої популярності серед молоді набувають так звані *spa parties, spa honeymoons ma romantic spa vacations.* Створюються цілі агентства, які займаються забезпеченням усіх охочих цими послугами:

These fun and creative glamour girl party ideas – including spa party invitations, decorations for home spa parties, recipes, spa party games, and

more – will have all your guests feeling like they've landed in your favorite resort and spa! (http://party.kaboose.com/spa-party.html)

Спа-індрустрія, на відміну від індустрії *wellness*, спрямована на покращення зовнішнього вигляду людини не через наполегливі фізичні тренування, а через приємні, розслаблюючі процедури, такі як *aromatherapy, aerotherapy, balneotherapy, heliotherapy, hydrotherapy, chromotherapy (color therapy, colorology or cromatherapy), stone therapy, phytotherapy, chocolate therapy* та ін. У таких номінаціях основа грецького походження – **therapy**. З її допомогою в цих іменниках реалізується так звані "інструментальні відношення" [Клименко 2008, 138]. Представлені вище іменники є "прикладом часткового детермінування слів. Використання запозиченої основи, яка виражає спільну ідею споріднених слів дає ключ до розуміння спільного значення членів одного кореневого гнізда" [Клименко 2009, 105]. Першою частиною представлених вище номінацій на позначення різних видів терапії в індустрії спа, є власне тип процедури, той продукт, за допомогою якого і відбувається лікування або профілактика. Традиційно для позначення таких продуктів використовуються слова грецької (*aroma, aer, hydra, phyto, chrom*) або латинської мови (*balneum*).

Окрім слова терапія, можна виділити ще одну продуктивну основу грецького походження, за допомогою якою створюється велика частка споріднених слів – **cryo**. Ця основа вказує на зв'язок з поняттям льоду, низьких температур, наприклад *cryo-sauna*, яка широко використовується у спа-індрустрії для проведення процедур омолодження та покращення стану шкіри. Іншими прикладами використання продуктивного префікса **cryo-** можуть стати наступні номінації зі сфери індустрії краси та здоров'я: *cryosurgery, cryogenic chamber therapy, cryovac, cryoburn, cryosystems*.

Найбільш поширеною спа-процедурою є масаж – *massage treatment, massage therapy*. Відповідно до типів, розрізняють: *aromatherapy massage, back massage, face massage, vacuum massage, vibratory massage, roll massage, pulsed massage, point massage.*

Проведення процедури масажу перетворилося на справжній бізнес, індустрію, яка отримала назву *massage business, massage industry*. Поширення популярності масажу вивело його зі звичних спеціалізованих салонів та кімнат (*massage cabinets, massage centers, massage clinics*). Майже кожен готель включив масаж до переліку своїх додаткових послуг, масаж можна замовити додому або

викликати спеціаліста до офісу. Такі новітні тенденції отримали назви *mobile massage, in-home massage*:

Florida mobile massage service offering in home massage and chair massage in Miami, Orlando, Fort Lauderdale, West Palm Beach and Tampa [http://bodywelltherapy.com]

Особлива увага приділяється також товарам, які використовуються під час процедури масажу, так звані *massage products*. Їх назви утворюються, переважно, шляхом зазначення форми, технічних характеристик – *multifunctional massage rod, vibrating massage belt, vibration plates, electron massage instrument*; а також використанням слова *massage* для уточнення функції окремого продукту та відокремлення його від подібних, наприклад: *massage cushion, massage lotion, massage oil, massage pillow, massage hot stone, massage cream, thermal massage bed, massage belt, line controlling massage shoes, plastic massage comb, 3D massage chair*. Особливу групу назв складають номінації товарів спеціалізованого використання. У цьому випадку назва включає лексичні одиниці, які позначають ту чи іншу частину тіла, на яку спрямовується дія приладу: *head massager, eye care massager, foot massage machine, foot warmer massager*.

Часто в каталогах та рекламних проспектах до назви продуктів включається прикметник з позитивною конотацією, що підвищує увагу та бажання здійснити покупку, наприклад *luxury massage chair, top deluxe massage chair, crazy fit massage chair*.

Успіх будь-якого салону, його привабливість для клієнтів забезпечується не лише висококваліфікованими спеціалістами та якісною супутньою продукцією. Серед необхідних предметів можна назвати спеціальні столи, крісла, стільці, душові кабіни, сауни та ванни, які мають бути зручними та комфортними для клієнта. Продуктивним методом створення назв таких столів та стільців є словосполучення із зазначенням основних технічних та функціональних характеристик: *Empress multifunction spa table, Golden Touch Multipurpose Bed, Chelan Infrared Room, Olympic Infrared Room*, а також розмір, наприклад для однієї людини (*Flamingo Spa Cocoon*), або декількох осіб (*3 Person Sauna, Royal Sauna C*).

1. *Зацний Ю. А.* Неологізми англійської мови 80-90 років XX століття / Ю. А. Зацний – Запоріжжя: РА "Тандем – У", 1997. – 396 с. 2. Карпіловська Є.А. Конструювання скданих словотворчих одиниць / Є.А. Карпіловська. – К.: Наукова думка, 1990. – 155с. 3. *Карпіловська Є.А.* Вплив інновацій на стабільність мовної системи: регулятори

системної рівноваги // Мовознавство : науково-теоретичний журнал / Ін-т мовознавства ім.Потебні О.О.; Укр.мовно-інформ. фонд НАН України. – Київ, 2008. – № 2/3. – С. 148-158. 4. *Карпіловська Є.* Семантична стратифікація сучасного українського лексикону // Українське мовознавство : міжвідомчий науковий збірник / Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2009. – Вип. 39. – С. 19-25. 5. *Квеселевич Д.И.* Интеграция словосочетания в современном английском языке. / Д. И. Квеселевич. – К.: Вища школа, 1983. – 84с. 6. *Клименко Н.Ф.* Словотворча структура і семантика складних слів у сучасній українській мові / Н.Ф. Клименко. – К.: Наукова думка, 1984. – 252с. 7. *Клименко Н.Ф.* Диференційні та інтеграційні процеси в лексиці та словотворенні сучасної української мови // Мовознавство : науково-теоретичний журнал / Ін-т мовознавства ім.Потебні О.О.; Укр.мовно-інформ. фонд НАН України. – Київ, 2008. – № 2/3. – С. 136–147. 8. *Клименко Н.Ф.* Термінування і детермінування в процесах інтелектуалізації сучасної української мови // Studia linguistica : збірник наукових праць / КНУТШ. – К.: "Київський університет", 2009. – Вип. 3. – С. 100–107. 9. *Мешков О.Д.* Семантические аспекты словосложения английского языка / О.Д. Мешков. – М.: Наука, 1986. – 209с. 10. *Царев П.В.* Продуктивное именное словообразование в современном английском языке / П.В. Царев. – М.: Изд. Моск. ун-та, 1984. – 225с. 11. *Crawford R.* Healthism and the medicalization of everyday life. – Int J Health Serv, 1980 – Vol. 10(3). – P. 365-88.

Список джерел ілюстративного матеріалу

1. www.spamarketingtools.com; 2. www.spatrade.com; 3.www.articlesbase.com; 4. http://spajournal.net; 5. http://spas.about.com; 6. http://www.salonprofit.net; 7. http://www.great-spa-vacations.com; 7. http://party.kaboose.com/spa-party.html; 8. www.spaindex.com; 9. www.indianetzone.com; 10.www.aromaweb.com; 11.www.chisuk.org.uk.

Фісяк І.Є., асп.,
Східноєвропейський НУ імені Лесі Українки

ДИНАМІКА ВІДОБРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ У ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЯХ НА ПОЗНАЧЕННЯ МІЖОСОБИСТІСНИХ ВІДНОСИН

Стаття присвячена дослідженню фразеологічних одиниць німецької мови, які об'єднані спільним значенням "міжособистісні відносини". Зокрема, у статті розглядаються особливості семантичної структури ФО, визначальні риси їх приналежності до певного типу