

8. Терентьева Е. В. Семантическое содержание прилагательных в функции собственно интенсификаторов / Е. В. Терентьева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2014. – № 5-1. – С. 134–139.

9. Шурупова Е. Ю. Речь как отражение когнитивного статуса личности в поздней взрослости / Е. Ю. Шурупова, Н. Б. Карабущенко // Вестник Мининского университета. – 2019. – Т. 7. – № 2. – С. 9. – Режим доступа: <https://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/view/989/726>.

References

1. Aganina M. K., Lyulyaeva N. A. Leksiko-grammaticheskie osobennosti angloyazychnyh publicisticheskikh tekstov v XXI v. // Nauchnaya diskussiya: voprosy filologii i metodiki prepodavaniya inostrannyh yazykov. N. Novgorod: Mininskij universitet, 2020. Iss. 4, pp. 10–12.

2. Gavrikova Yu. A., Dement'eva K. S. Potencial emocional'no-ocenochnoj leksiki v hudozhestvennom proizvedenii // Nauchnaya diskussiya: voprosy filologii i metodiki prepodavaniya inostrannyh yazykov. N. Novgorod: Mininskij universitet, 2019. Iss. 3, pp 12–15.

3. Zimina M. V., Kudryavceva O. E. Vyrazitel'nye sredstva politicheskogo diskursa (na materiale predvybornoj kampanii 2016 goda) // Nauchnaya diskussiya: voprosy filologii i metodiki prepodavaniya inostrannyh yazykov. N. Novgorod: Mininskij universitet, 2017, pp. 188–191.

4. Moskvina V. P. Epitet v hudozhestvennoj rechi // Russkaya rech', 2001, № 4, pp. 28–32.

5. Ozhegov S. I. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka / ed. L. I. Skvorcov. 26th ed. M.: Oniks, 2009. 1359 p.

6. Slobodenyuk E. A., Plisov E. V. Verbal'naya reprezentaciya obraza politika v mediadiskurse: konceptual'nyj analiz. Nizhnij Novgorod: Mininskij universitet, 2020. 184 p.

7. Sulima I. I. Bytijnyj status yazyka v obrazovanii. Vestnik Mininskogo universiteta. 2019. Vol. 7, № 4, p.16. Available at: <https://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/view/1047/762>.

8. Terent'eva E. V. Semanticheskoe sodержanie prilagatel'nyh v funkcii sobstvenno intensifikatorov // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo, 2014, № 5-1, pp. 134–139.

9. Shurupova E. Yu., Karabushchenko N. B. Rech' kak otrazhenie kognitivnogo statusa lichnosti v pozdnej vzroslosti // Vestnik Mininskogo universiteta, 2019, Vol. 7, № 2, p. 9. Available at: <https://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/view/989/726>.

doi 10.21672/1818-4936-2021-78-2-015-020

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ГЕОПОЭТИЧЕСКОГО ОБРАЗА РЕГИОНА В ЭРГОНИМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЭРГОНИМОВ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА)

Васильева Татьяна Владимировна, старший преподаватель, Тихоокеанский государственный университет, 680035, Россия, г. Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 136, t-1980@yandex.ru

Пучкова Елена Викторовна, старший преподаватель, Тихоокеанский государственный университет, 680035, Россия, г. Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 136, 003838@pnu.edu.ru

Статья посвящена исследованию особенностей концептуализации геопозитического образа Дальнего Востока в региональном эргонимическом пространстве. Целью работы является выявление лексических репрезентантов концепта «пространство» в эргонимиконе дальневосточного региона. В статье описывается специфика геопозитического и эргокогнитивного подхода к концептуализации образов, отражающих особенности региональной самоидентификации, выделяются основные когнитивные модели содержания эргонимического концепта «пространство» на материале эргонимов г. Владивостока и г. Хабаровска. В результате доказано, что геопозитический подход является доминантным при выявлении лингвокогнитивных особенностей концептуализации в области региональной эргонимии. В исследовании также выделены и описаны основные группы эргонимов, связанных с концептуализацией ландшафтно-географических, природно-биологических и социально-культурных образов дальневосточного региона. Новизна исследования заключается в попытке применения геопозитического и эргокогнитивного подхода к описанию эргонимов с позиции региональной самоидентификации.

Ключевые слова: эргонимическое пространство региона, концепт, ядерная и периферийная зона концептуального поля, геопоэтика

**CONCEPTUALIZATION OF THE GEOPOETICAL IMAGE OF THE REGION
IN THE ERGONYMIC SYSTEM (ON THE MATERIAL OF ERGONYMS
OF THE FAR EASTERN REGION)**

Vasilieva Tatyana V., assistant Professor, Pacific National University, 680035, Russia, Khabarovsk, 136 Tikhookeanskaya st., t-1980@yandex.ru

Puchkova Elena V., assistant Professor, Pacific National University, 680035, Russia, Khabarovsk, 136 Tikhookeanskaya st., 003838@pnu.edu.ru

The article is devoted to the study of the peculiarities of the conceptualization of the geopoetic image of the Far Eastern region in the ergonomic space of the region. The aim of this work is to identify the lexical representatives of the concept of "space" in the ergonymicon of the Far Eastern region. The article describes the specifics of the geopoetic and ergo-cognitive approach to the conceptualization of regional images, reflecting the features of regional identification, identifies the main cognitive models of the content of the ergonomic concept «space» in the minds of the inhabitants of the Far Eastern region. As a result, it was proved that the geopoetic approach is dominant in identifying the linguo-cognitive features of conceptualization in the field of regional ergonymy. The study identifies and describes the main groups of ergonyms related to the conceptualization of landscape-geographical, natural-biological and socio-cultural images of the Far Eastern region. The novelty of the research lies in the attempt to apply the geopoetic and ergo-cognitive approach to the description of ergonyms from the perspective of regional identification.

Keywords: ergonomic space of the region, concept, center and peripheral zone of the conceptual system, geopoetics

В настоящее время одним из актуальных направлений в области гуманитарных наук являются геопоэтические исследования. Термин «геопоэтика» подразумевает под собой «разнообразнейшие творческие способы взаимодействия человека с географическими пространствами, территориями и ландшафтами, работа с ландшафтно-территориальными образами или мифами» [11]. Наиболее полно научный инструментарий и методология геопоэтики в отечественной науке описаны в трудах В.В. Абашева, О.Н. Александровой-Осокиной, Л.М. Гавриловой, И. Сида, занимавшихся исследованиями геопоэтических моделей в литературе [1; 2; 4; 11]. Важнейшим результатом этих исследований явилось представление о геопоэтическом образе как объекте исследования различных наук: культурологии (с позиций историко-культурного и ценностно-смыслового аспектов), литературоведения, объектом которого является художественный образ географического пространства конкретного региона, и лингвистики, изучающей особенности концептуализации образов геопоэтической модели региона с позиций носителя языка [1; 2; 4; 11].

Вопросами концептуализации образа регионов в лингвистике активно занимались учёные в области топонимики. Обобщая исследования в данной области, можно заключить, что:

- 1) лингвокогнитивный подход применим к области топонимики [3, с. 155];
- 2) в топонимах находят отражение особенности ментальных черт, национального характера и мировоззрения жителей региона [7, с. 133];
- 3) терминологическое поле топокогнитивистики составляют понятия «ономастическое пространство», «топонимическое пространство», «топонимическая картина мира», «топонимическая личность», «топонимический контекст», «ментальная модель пространства», «топонимический концепт», «система дескрипторов топонимического концепта» [3, с. 157; 10, с. 36];
- 4) базовым концептом топокогнитивистики является концепт пространства [3; 6; 7; 10].

В рамках данного исследования топокогнитивный подход представляется актуальным, поскольку эргоним – собственное наименование коммерческого предприятия – как ономастическая единица имеет двойственную природу. С одной стороны, с позиций номинативной функции его относят к классу урбанонимов – топонимической единице, под которой подразумевается собственное имя внутригородского топографического объекта [8, с. 97]. С другой стороны, по своим сущностным характеристикам эргоним является продуктом лингвокреативной рекламной деятельности языковой личности. Когнитивные механизмы, связанные с концептуализацией эргонимических

образов, отличаются от механизмов, действующих в области топонимики, так как подчиняются целям реализации рекламных стратегий, обусловленных прагматическими задачами (вербально представленное указание на тип товара или услуги, особенности целевой аудитории; положительный семный набор, обращенный к эмоциональной сфере потребителя и. т. д.) [9, с. 41]. В нашем представлении исследование эргонима как единицы ономастической системы должно вестись с учётом этой дуплановости, и выделение эргокогнитивистики как отдельного направления когнитивных исследований представляется актуальным.

С позиций геопоэтического подхода, маркером локальной идентификации жителей того или иного региона является вербализированный образ геопоэтического пространства, включающий в себя представления:

- 1) о ландшафтно-географическом пространстве региона (природном и артефактном);
- 2) о социокультурном пространстве (в этом случае концептуализация геопоэтических образов региона связывается с особенностями социального освоения пространства в форме ведущих видов деятельности на данной территории);
- 3) об особенностях этнического состава, а также о деятельности выдающихся личностей, участвующих в становлении и развитии региона в историко-культурном аспекте;
- 4) о природном пространстве региона (концептуализируются анималистические и флоральные символы).

Всё это находит отражение в языковой репрезентации геопоэтических концептов в области эргонимии. Можно заключить, что важнейшим концептом в геопоэтическом образе региона является концепт «пространство».

Отметим, что исследования в области концептуализации эргонимического пространства региона нельзя сводить исключительно к описанию специфических региональных особенностей, закреплённых в лексических репрезентантах концептов. Регионально-специфические эргонимы, являющиеся репрезентантами концепта «пространство», занимают периферийное положение в эргонимиконе региона, тогда как ядерная часть относится к эргонимам, созданным по универсальным моделям когнитивной репрезентации в области эргонимии. Проиллюстрируем данный тезис на примере частотной группы эргонимов с пространственными метафорами.

На языковом уровне концепт пространства, включённый в механизм метафоризации, проявляется исключительно на синтагматическом уровне. Особенности этих словосочетаний являются их стереотипный характер, возможность воспроизведения по синтаксической модели с заменой лексем, апеллирующих к названиям товаров или услуг: *Дом быта; Мир посуды* и т.п. В метафорических моделях эргонимов концепт «пространство» репрезентируется через ряд стереотипных лексем, имеющих общую сему «место». В типологическом отношении данные эргонимы можно разделить на следующие группы:

- 1) эргонимы, содержащие концепт пространства, вербализируемый в лексемах, связанных с бытовой сферой (*Дом одежды, Лавка специй, Мясное подворье*);
- 2) названия, восходящие к мифопоэтической модели описания пространства (этот тип представляют лексические репрезентанты «мир», «вселенная», «верх», «центр»: *Мир подарков, Вселенная обуви, Центр мебели*);
- 3) названия, содержащие метафоры, пространственные образы которых относятся к научной картине мира (ключевые репрезентанты – «точка», «сеть», «вектор»: *Точка безопасности, Русская сеть*).

Можно заметить, что эргонимы первой группы включают в себя как локативный (пространственный), так и артефактный (объект материальной культуры) компоненты.

Парадигматические отношения среди репрезентантов первой группы выстраиваются по двум направлениям:

- 1) на основе акцентуализации положительных коннотаций, связанных с представлением о богатстве, зажиточности: «подворье», «усадьба», «терем»: *Фермерское подворье, Родная усадьба, Теремок-шоп*;
- 2) на акцентуализации собственно пространственных сем: *Лавка специй* (лавка – небольшое торговое заведение, небольшой магазин); *Пенный уголок, Чайный дворик* (семантика малого пространства реализуется через уменьшительно-ласкательные суффиксы).

Развёртывание пространственного концепта в эргонимике на парадигматическом уровне идет по вектору от макроуровня к микроуровню: вселенная – планета – континент – остров – страна (империя, царство) – город (деревня, хутор); *Вселенная обуви, Планета развлечений, Семейный континент, Остров развлечений, Страна снов*;

Империя обуви, Царство игрушек, Город цветов, Мясной хутор. Парадигматика внутри отдельных классов репрезентантов концепта может проявляться не только по линии «гипероним – гипоним», но и на словообразовательном уровне. В этом случае частотной является замена русскоязычного компонента с пространственной семантикой на иноязычный: Хабаровск-*сити*, Шоколандия, Пивариум.

Ещё один тип метафорических эргонимов-словосочетаний, в которых репрезентируются географические образы, представляют собой эргонимы с гидронимическим компонентом: *море, река, родник* (*Море краба, Море купальников, Река молока, Река лодок, Родник здоровья*). Основной особенностью этой группы эргонимов является переосмысление пространственного значения на количественное. В процессе метафорического переосмысления акцентуализируются такие потенциальные семы, как «безграничность», «множественность», «разнообразие».

Таким образом, эргонимы, в которых пространственные образы подвергаются процессу метафоризации, обладают возможностью воспроизводиться по стереотипным моделям, в которых вариативность обусловлена прагматическими функциями, такими как указание на специфику товара, целевую аудиторию и т. п. Данный тип эргонимов относится к ядерной части эргонимикона любого региона.

Стереотипным эргонимам-метафорам противопоставлены эргонимы, отражающие специфику конкретного региона. Рассмотрим это на примере эргонимии г. Владивостока и г. Хабаровска.

В эргонимиконе г. Владивостока образная номинация репрезентантов геоэтического концепта «Владивосток» развёртывается в рамках морской тематики. На уровне парадигматики репрезентанты концепта «морское пространство» вступают в отношения «гипероним – оним»: магазин «*Океан*», санаторий «*Океанский*», ресторан «*Пятый океан*»; ресторан «*More*»; ресторан «*The Marine*»; кафе «*У моря*». Антонимические отношения выстраиваются в парадигме «море – суша»: столовая «*Берег*», база отдыха «*Серебряный берег*», кафе «*Moona Beach Club*», кафе «*Точка суши*». Последний эргоним создан по принципу языковой игры, осмысливающей значения слов «суша» в морфологической форме родительного падежа единственного числа (как антоним слову «море») и «суши» (традиционное японское блюдо). Ассоциативными репрезентантами, связанными с концептом «море», являются лексемы *волна* (магазин «*Волна*»; кафе «*На волне*»), *маяк* (комплекс отдыха «*Маяк*). Артефактные геоэтические образы составляют отдельную группу в эргонимии г. Владивостока. Это традиционные образы, связанные с морской тематикой: кафе «*Ржавый якорь*», кафе «*Золотой якорь*», кафе «*Трюм*», компания «*Астролябия*».

В последнее время маркером локативной идентификации в г. Владивостоке стали объекты общероссийского значения – Русский мост, Золотой мост. Образ моста концептуализирован в эргониме *Мосты* (название ресторана). Отдельную группу в эргонимиконе Приморья представляют эргонимы, апеллирующие к анималистическим концептам. Анималистическим символом Приморья является амурский тигр. Этот образ концептуализирован в эргонимах *Tiger hostel, Golden Tiger*. Название кафе «*Чилим*» отражает распространённое в дальневосточном регионе название креветки (в узусе Дальнего Востока наблюдается употребление слова «чили́м» в расширительном значении, применительно к любому виду креветок). Можно заключить, что ядерную зону концептуального поля эргонимов занимают эргонимы, репрезентирующие концепт «море» (как природные, так и артефактные).

На периферии эргонимикона находятся концепты, связанные с особенностями флоры и фауны Приморья, и фактически не наблюдаются эргонимы, связанные с персоналиями известных личностей (за исключением названия аэропорта – Международный аэропорт Владивостока имени *В.К. Арсеньева*, которое было присвоено по результатам голосования жителей). В Хабаровске, напротив, последний тип эргонимов более частотен и связывается с именем Ерофея Хабарова: парикмахерская «*Ерофей*», спортивный комплекс «*Ерофей-Арена*», гостиница «*Ерофей*». Ядро концептуального пространственного поля г. Хабаровска составляет концепт «*тайга*», репрезентирующийся в названиях: магазин «*Тайга*», магазин «*Таёжный*», магазин «*Таёжная пасека*». С этим концептом связаны концепты, архисемами которых являются «представители фауны», «представители флоры». Если во Владивостоке анималистическим символом является тигр, то в Хабаровске наравне с тигром часто позиционируется медведь как хозяин дальневосточной тайги: база отдыха «*Медвежий угол*», торговый дом «*Медведь*», магазин «*Три медведя*», бар «*BeerЛОГА*». Из флористических концептов и в Хабаровске, и во Владивостоке распространены *аралия, женьшень, лотос*: парикмахерская «*Аралия*», база отдыха «*Женьшень*», торговый дом «*Лотос*».

Собственно пространственные концепты, связанные с ландшафтами г. Хабаровска, репрезентированы в названиях: ресторан «Сопка», ресторан «Утёс». Основным лексическим репрезентантом концепта «Амур», гидронимического символа Хабаровска, является существительное, образованное в процессе трансноминизации (гостиница «Амур», ресторан «Амур»). Гидроним «Амур» также репрезентируется как прилагательное «амурский» (база отдыха «Амурский берег», столовая «Амурская волна»). Особый тип эргонимов связан с литературными источниками номинации: гостиница «Золотая Рюгма» (героиня одноименного произведения В.П. Сысоева), магазин «Дерсу» (персонаж повестей В.К. Арсеньева «Дерсу Узала» и «По Уссурийскому краю»).

Говоря о культурно-исторической концептуализации в области эргонимии, нельзя не упомянуть трансграничный характер дальневосточного региона. Межкультурная коммуникация повлияла на наличие в эргонимиконе Дальнего Востока большого количества эргонимов, концептуально связанных с культурой азиатских стран: ресторан «Му Шу», кафе «Красный дракон», ресторан «Кун-фу Панда», кафе «Сушиеды» и т.д. В настоящее время такого рода эргонимы преобладают в эргонимиконе региона, что является отражением культурно-исторического опыта сегодняшнего дня, обусловленного процессами глобализации.

Подводя итоги, можно заключить, что в геопоэтическом образе региона, представленном в локальном эргонимиконе, центральным концептом является геопоэтический концепт «пространство», связанный с представлениями о специфике ландшафтно-географического, социокультурного и природного пространства конкретного региона. Вербальная репрезентация геопоэтического концепта «пространство» служит маркером региональной самоидентификации языковой личности. В области эргонимии геопоэтический подход представляется важным при выявлении лингвокогнитивных особенностей концептуализации образа региона.

Список литературы

1. Абашев В. В. Русская литература Урала. Проблемы геопоэтики / В. В. Абашев. – Пермь : Изд-во Пермского гос. национально-исследовательского ун-та, 2012. – 140 с.
2. Александрова-Осокина О. Н. Вопросы геопоэтики в современном литературоведении / О. Н. Александрова-Осокина // Научный диалог. – 2020. – № 5. – С. 216–241.
3. Быканова В. И. Методика реконструкции пространственных концептов / В. И. Быканова // Научно-технические ведомости. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2011. – С. 155–157.
4. Гаврилина Л. М. Архитектоника локального сверткста культуры / Л. М. Гаврилина // Вестник Тверского государственного университета. Серия Философия. – 2016. – № 3. – С. 104–111.
5. Зуева Т. А. Эргонимическая номинация в аспекте восприятия / Т. А. Зуева // Человек в мире культуры. – 2014. – № 4. – С. 76–80.
6. Ковлакас Е. Ф. Репрезентация топонимических концептов: лексико-семантический аспект топонимической картины мира / Е. Ф. Ковлакас // Вестник Военного университета. – 2011. – № 4 (27). – С. 78–81.
7. Ковлакас Е. Ф. Реконструкция и идентификация топонимического концепта «пространство» (на примере топонимики Краснодарского края и Республики Адыгея) / Е. Ф. Ковлакас // Вестник Вятского университета. – 2015. – № 1. – С. 129–132.
8. Криницкая М. Ю. Наименования предприятий ресторанного бизнеса в языковом пространстве города (на материале г. Владивостока) / М. Ю. Криницкая // Балтийский гуманитарный журнал. – 2018. – Т. 7, № 1 (22). – С. 97–100.
9. Ларина Т. В. О концептуализации в области эргонимии / Т. В. Ларина // Вестник Сургут. гос. пед. ун-та, 2006. – Вып. 3. – С. 41–45.
10. Рублёва О. Л. Топонимическая система Приморья: аспекты и перспективы исследования / О. Л. Рублёва // Известия Восточного института. – 2016. – № 4 (32). – С. 35–44.
11. Сид И. История понятия «геопоэтика» / И. Сид // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2015. – Вып. 11 (722). – С. 153–170.
12. Сидорова Е. А. Лингвоэкологические проблемы топонимического пространства региона / Е. А. Сидорова // Экология языка и коммуникативная практика. – 2015. – № 2. – С. 157–166.

References

1. Abashev V. V Russkaya literatura Urala. Problemy geopoetiki. Perm: Perm State National and Research University Publ., 2012. 140 p.

2. Aleksandrova-Osokina O. N. Voprosy geopoetiki v sovremennom literaturovedenii // Nauchnyj dialog, 2020, № 5, pp. 216–241.
3. Bykanova V. I. Metodika rekonstrukcii prostranstvennyh konceptov // Nauchno-tekhnicheskie vedomosti. SPb: SPbSPU Publ., 2011, pp. 155–157.
4. Gavrilina L. M. (2016) Arhitektonika lokal'nogo sverhteksta kul'tury. Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Filosofiya. № 3. pp. 104–111.
5. Zueva T. A. Ergonimicheskaya nominaciya v aspekte vospriyatiya // Chelovek v mire kul'tury, 2014, № 4, pp. 76–80.
6. Kovlakas E. F. Reprezentaciya toponimicheskikh konceptov: leksiko-semanticheskij aspekt toponimicheskoy kartiny mira // Vestnik Voennogo universiteta, 2011, № 4 (27), pp. 78–81.
7. Kovlakas E. F. Rekonstrukciya i identifikaciya toponimicheskogo koncepta «prostranstvo» (na primere toponimiki Krasnodarskogo kraja i Respubliki Adygeya). Vestnik Vyatskogo universiteta, 2015, № 1, pp. 129–132.
8. Krinickaya M. Yu. Naimenovaniya predpriyatij restorannogo biznesa v yazykovom prostranstve goroda (na materiale g. Vladivostoka) // Baltijskij gumanitarnyj zhurnal, 2018, Vol. 7, № 1 (22), pp. 97–100.
9. Larina T. V. O konceptualizacii v oblasti ergonimii // Vestnik Surgut. gos. ped. un-ta, 2016, Vol. 3, pp. 41–45.
10. Rublyova O. L. Toponimicheskaya sistema Primor'ya: aspekty i perspektivy issledovaniya Izvestiya vostochnogo instituta, 2016, № 4 (32), pp. 35–44.
11. Sid I. Istoriya ponyatiya «geopoetika» // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta, 2015, Vol. 11 (722), pp. 153–170.
12. Sidorova E. A. Lingvoekologicheskie problemy toponimicheskogo prostranstva regiona // Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika, 2015, № 2, pp. 157–166.

doi 10.21672/1818-4936-2021-78-2-020-025

ГЛАГОЛЬНЫЕ МЕТАФОРЫ В РУССКОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Веклич Марина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, mveklitch@mail.ru

Цель исследования – на материале глаголов-терминов изучить вербализацию медицинского знания, метафорическую номинацию как одного из способов пополнения русского медицинского словаря в медицинских текстах разных исторических периодов. Благодаря сценарному подходу описан когнитивный сценарий глаголов врачебной помощи, который включает в общем виде три сцены и конкретизируется в значениях используемых глаголов. Синхронно-диахронный метод исследования позволил сделать вывод о продуктивности метафорического переноса в медицинском тексте, так как этот способ создания специальной глагольной лексики и терминов характерен для всех периодов развития отечественного медицинского словаря. Результаты работы могут быть использованы в дальнейших когнитивных исследованиях глаголов врачебной помощи и терминов-глаголов.

Ключевые слова: глагол, глагол-термин, метафора, метафорическая номинация, метафорическая модель, источники метафорической номинации, когнитивная функция метафоры, когнитивный сценарий, сценарный подход

THE VERBAL METAPHORS IN RUSSIAN MEDICAL TERMINOLOGY

Veklich Marina V., Candidate of Philological Sciences, associate professor, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., mveklitch@mail.ru

The aim of the research is to study the verbalization of medical knowledge, metaphorical nomination as one of the ways to replenish the Russian medical dictionary in medical texts from different historical periods, using the material of verbs-terms. Thanks to the scenario approach, a cognitive scenario of the verbs of medical care is described, which includes three scenes in general and is concretized in the meanings of the verbs used. The synchronous-diachronic research method made it possible to draw a conclusion about the productivity of metaphorical transfer in a medical text, since this is a way of creating