

В западном мире улыбка одновременно и формальный знак культуры, не имеющий ничего общего с искренним расположением к тому, кому ты улыбаешься, и, разумеется, биологическая реакция на положительные эмоции, у русских – только последнее.

Готовность личности к межкультурной коммуникации проходит через набор требуемых знаний. Они позволяют распознавать и учитывать специфику других культур на уровне коммуникативного поведения.

НОМИНАЦИИ СЫРА ОАО «МОЛОЧНЫЙ МИР»: МОРФОЛОГО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
Таганова Л. М., студентка 2 курса филологического факультета
Кафедра русского языка как иностранного
Научный руководитель – старший преподаватель Мазько Г. Ч.

Трудно представить нашу жизнь без названий. Мы настолько привыкли к ним, что не задумываемся об их происхождении, истории, о причинах возникновения.

Каждый человек, приходя в магазин и выбирая товар, часто даже не осознаёт, насколько влияют на его сознание различные наименования.

«Все товары нуждаются в собственном названии. Отсюда не только перед производителями, но и перед лингвистами на первый план выдвигается проблема номинации, которая всегда была одной из центральных в теоретической лингвистике» [2].

Определяя номинацию как образование языковых единиц, характеризующихся специфической функцией («... называние, именованье, присвоение имени, процесс наименования», «обозначение»), исследователи вместе с тем отмечают, что номинация – исключительно сложное явление [2].

Наша статья посвящена изучению наименований пищевых продуктов, в частности сырных изделий, производимых ОАО «Молочный Мир». Выбор данного объекта в качестве предмета исследования продиктован, во-первых, недостаточной изученностью взаимосвязи имён собственных и названий товаров, находящихся в ежедневном употреблении, а во-вторых, необходимостью исследования подобных единиц в силу их широкой распространённости и высокой степени воспроизводимости в современном коммуникативном процессе.

Для обозначения названий пищевой продукции, вслед за Н.В. Подольской и И.В. Крюковой, мы будем использовать термин прагматоним (от греч. *πραγμα* – ‘предмет’, ‘вещь’ + *ονομα* – ‘имя’, ‘название’), так как он не только вписывается в номенклатурный ономастический ряд – топоним, антропоним, зооним, космоним и др., но и отражает сущность изучаемого объекта – имени собственного. Под прагматонимом обычно понимается «номен для обозначения сорта, марки, товарного знака» [2].

Источником фактического материала послужил официальный сайт ОАО «Молочный Мир» [1]. Всего было зафиксировано 38 наименований.

Анализ структурных особенностей наименований сырных изделий позволил выделить две группы:

- 1) однословные номинации (27 единиц):
- 2) неоднословные номинации (11 единиц).

Таким образом, однословные номинации значительно преобладают.

По морфологическому типу однословные номинации можно разделить на две подгруппы:

1) субстантивные (13 единиц): «Браво», «Альбери», «Базирон», «Барон», «Браво», «Витязь», «Кронес», «Лидер», «Престиж», «Стильтон», «Брынза», и другие;

2) адъективные (14 единиц): «Александровский», «Алексеевский», «Берестовицкий», «Владимирский», «Воскресенский», «Монарший», «Никитинский», «Сливочный», «Старославянский», «Тильзитский», «Греческий» и другие.

Неоднословные номинации состоят, как правило, из двух знаменательных слов, одно из которых является главным, стержневым, а другое зависимым, определяющим. Зависимые слова определяют различные аспекты значения стержневого (главного) слова.

Все номинации-словосочетания классифицированы в соответствии с типом их структуры.

По морфологическому типу главного слова выявлены:

- субстантивные словосочетания (с существительным в роли главного слова): «БелаРусь Экстра», «Славянское золото» и другие;
- адъективные (с прилагательным в роли главного слова): «Голландский премиум», «Каложский премиум», «Российский особый» и другие.

Исследуемые нами номинации сыра представляют собой, по справедливому замечанию исследователей, особые микросистемы, которые иллюстрируют и общие закономерности ономастической системы современного русского языка в целом, и специфические черты имён товаров определённого класса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Молочный Мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://milk.by/catalog/products-renderer-for-shop-extended/syry/>. – Дата доступа: 21.09.2019.

2. Исангузина, И. И. Прагматонимы в ономастическом пространстве: семантический, лингвокультурологический и синтаксический аспекты (на примере названий кондитерских изделий / И. И. Исангузина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmatonimy-v-onomasticheskom-prostranstve-semanticheskij-lingvokulturologicheskij-i-sintaksicheskij-aspekty-na-primere-nazvaniy/>. – Дата доступа: 21.09.2019.