

Учреждение образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

**СЛАВЯНСКИЕ ЯЗЫКИ:
СИСТЕМНО-ОПИСАТЕЛЬНЫЙ
И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ
АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Сборник научных трудов
IX Международной научной конференции

Брест, 22–23 ноября 2019 года

В двух частях

Часть 1

Брест
БрГУ имени А. С. Пушкина
2020

УДК 811.16(082)
ББК 80я43
С 47

*Рекомендовано редакционно-издательским советом Учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»*

Редакционная коллегия:
О. Б. Переход, О. А. Фелькина

Под общей редакцией
заведующего кафедрой общего и русского языкознания
кандидата филологических наук, доцента **О. Б. Переход**

Рецензенты:

заведующий кафедрой белорусского и русского языков
УО «Брестский государственный технический университет»,
кандидат филологических наук, доцент **Н. Н. Борсук**

декан филологического факультета
УО «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»,
кандидат филологических наук, доцент **Т. В. Сенькевич**

С 47 **Славянские языки: системно-описательный и социокультурный аспекты исследования** : сб. науч. тр. IX Междунар. науч. конф., Брест, 22–23 нояб. 2019 г. : в 2 ч. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол.: О. Б. Переход, О. А. Фелькина ; под общ. ред. О. Б. Переход. – Брест : БрГУ, 2020. – Ч. 1. – 202 с.

ISBN 978-985-22-0117-9 (ч. 1).

ISBN 978-985-22-0116-2.

В сборник вошли материалы докладов IX Международной научной конференции (22–23 ноября 2019 г.), посвященной изучению славянских языков в синхроническом, диахроническом, сопоставительном и социокультурном аспектах. Статьи представлены на русском, белорусском, украинском языках.

Адресуется широкому кругу славистов – научным работникам, преподавателям, аспирантам, учителям, студентам филологических специальностей.

УДК 811.16(082)
ББК 80я43

ISBN 978-985-22-0117-9 (ч. 1)
ISBN 978-985-22-0116-2

© УО «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина», 2020

4. Крюкова, И. В. Рекламное имя: рождение, узуализация, восприятие : учеб. пособие по спецкурсу / И. В. Крюкова. – Волгоград : Перемена, 2003. – 100 с.

5. Романова, Т. П. Система способов словообразования рекламных имен / Т. П. Романова // Вестн. СамГУ. – 2007. – № 5/2 (55). – С. 204–214.

6. Вайрах, Ю. В. Способы словообразования наименований коммерческих предприятий Иркутска / Ю. В. Вайрах // Вестн. Иркут. гос. лингвист. ун-та. Сер. Филология. – 2010. – № 4 (12) – С. 78–84.

Л. А. Годуйко (г. Брест, Республика Беларусь)

СФЕРЫ-ИСТОЧНИКИ МЕТАФОРИЧЕСКИХ РЕКЛАМНЫХ ИМЕН (НА МАТЕРИАЛЕ ПРАГМАТОНИМИИ И ЭРГОНИМИИ БРЕСТЧИНЫ)

Особой сферой изучения массовой коммуникации в современной лингвистике стал язык рекламы, который представляет собой не только систему лингвистических и экстралингвистических средств выражения, но и языковую структуру, формирующую восприятие определенной информации адресатом с учетом социо-, психолингвистических и лингвокультурологических особенностей той языковой среды, в которой он существует [1, с. 16]. Для языка рекламы характерны разнообразные вербальные средства, приемы привлечения внимания потребителя товара, услуги. В частности, востребована в рекламном дискурсе метафора – «троп или механизм речи, состоящий в употреблении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений и т. п., для характеристики или наименования объекта, входящего в другой класс, либо наименования другого класса объектов, аналогичного данному в каком-либо отношении» [2, с. 296].

Создатели прагматонимов (это рекламные имена (далее – РИ) производимых на Брестчине молочных, хлебобулочных и мучных кондитерских изделий; товаров бытовой химии – средств по уходу за домом и за лицом, телом человека) и эргонимов (имена объектов общественного питания, торговых (продовольственных) объектов г. Бреста и творческих коллективов г. Бреста, Брестского, Березовского, Каменецкого, Малоритского районов) обращаются к гетерогенным метафорическим моделям, которые различаются в т. ч. **сферами-источниками** метафоризации. Для исследуемых РИ отмечены следующие из них: «человек», «социум», «результаты труда человека», «природа (неживая и живая)», «время».

Создание **антропоморфных** РИ предполагает обращение к понятийным сферам: а) внутренние качества человека: булочка «*Неженка*» и др.; б) род деятельности: образцовый драматический коллектив «*Чародеи*» и др.; народная детская студия изобразительного искусства «*Рафаэль*» и др.; в) социальный статус: мороженое «*Фаворит*»; печенье «*Прима*»;

стиральный порошок «Айсберг. Профессионал»; вокальная группа «Суседзі» и др.

Социоморфные РИ апеллируют к понятийным сферам: а) мифология, верования: кондиционер-ополаскиватель для белья «МАГ. Прикосновение ангела»; торговая марка (ТМ; ополаскиватель для белья) «Магия прикосновения»; сеть магазинов «Дионис» – имя древнегреческого бога производительных сил природы как метафора изобилия, разнообразия продуктов; любительское (театральное) объединение «Зазеркалье» и др.; б) искусство: паста моющая «Премьера» – РИ позиционирует товар как ‘первый, лучший’ и др.; в) спорт: кафе «5 колец» – указание на местоположение (в спорткомплексе); г) межличностные отношения: серия (уход за телом) «Oriental touch» – англ. ‘восточное прикосновение’; магазин «Tet-a-tet» – РИ «снимает» дистанцию между продавцом и покупателем; магазин «Хлебосолье»; народный клуб творческой молодежи «Свой круг» и др.

Источником **артефактоморфных** РИ стали, в частности, понятийные сферы: а) предметы быта: образцовая театральная студия «Волшебный фонарь», вокальный ансамбль «Лучына», «Крэсіва» – бел. ‘кусочек камня, железа или стали для высекания огня из кремня’, данные онимы подчеркивают предназначение творчества: оно должно высекать огонь, зажигать сердца, освещать; б) постройки, их элементы: вокальная группа народной песни «Мельница»; образцовый театр кукол «Теремок» – это жилище стало символом взаимопомощи, умения принимать разное и разных; студия эстрадного пения «Ступени»; в) элементы антропогенного ландшафта: народный клуб авторской песни «Перекресток» – пересечение дорог как метафора непростого жизненного пути, необходимости выбора; г) ткань: спрей для тела «Бархат фиалки»; д) пища: бальзам-мусс для тела «Фруктовый салат» и др.

В основе метафорических моделей **натуроморфных** РИ лежат понятийные сферы: а) животный мир: кекс «Зебра» – отличается двухцветностью; булочка «Ракушка», «Улитка», «Ежик» – изделие посыпано семенами кунжута и похоже на зверька с иголками; образцовый хор мальчиков «Пеўнікі» – бел. ‘петух’, эта птица своим звонким голосом, согласно славянским, христианским верованиям, разгоняет ночь, темные силы, любит лидировать, готова посражаться за первенство – и эргоним находчиво отражает психоэмоциональные особенности юных исполнителей, роль музыки; народный фольклорный коллектив «Орліца» – диалектная форма названия самки орла (царь птиц, владыка небес) стала именем женского по составу творческого объединения и привносит в оном такие смыслы, как ‘мудрая’, ‘сильная’, ‘гордая’, т. е. настоящая белорусская женщина, и др.; б) растительный мир: пирожное «Картошечка»; клуб мастеров народного творчества «Суквецце»; в) элементы космического

пространства: сыр полутвердый «Солнечный» – продукт, как отмечают номинаторы, «...отличает удивительно оранжевый цвет теста»; *пирожное «Звездное»* – посыпка кондитерского изделия напоминает звездочки; *образцовый хоровой коллектив «Пралескі»* – бел. ‘подснежники’, имя весеннего цветка, символизирующего молодость, надежду, удачно выбрано в качестве номинации детского творческого объединения; *народный ансамбль песни и танца «Сузор’е»* и др.; г) атмосферные явления: *сухари «Снежок»*; *сладость мучная колечко «Облачко»*, «*Тучка*» – изделия покрыты глазурью: у первого она светлая, у второго – темная (к слову, возможная отрицательная коннотация исходных апеллятивов снимается уменьшительно-ласкательным суффиксом); *мороженое пломбир* и ТМ (моющие средства) «*Айсберг*» – данная проприальная группа интересна тем, что демонстрирует актуализацию в разных РИ разных сем: первый оним базируется на сходстве внешнем и внутреннем (‘белый’ и ‘холодный’), второй – на сходстве внешнем, причем не именуемого продукта, а результата его применения; ТМ (средства для прочистки труб) «*Тайфун*»; *хореографический ансамбль «Радуга»* и др.; д) минералы, в первую очередь – представляющие ценность: *масло сладкосливочное «Золото Полесья»*, сыр «Голден чиз» / «Golden cheese» – англ. ‘золотой сыр’, «*Белорусское золото*»; сыр «Янтарный», сыр плавленный копченый колбасный и ТМ (средства для мытья посуды) «*Янтарь*» – оба названия объективируют разные метафорические переносы: в первом примере – по внешнему сходству (цвету), во втором – скорее по впечатлению: окаменевшая смола хвойных деревьев ассоциируется со светом, солнцем, воспринимается как сокровище; *паста чистящая для сильно загрязненных рук «Жемчуг»*; *образцовый ансамбль танца «Кришталікі»*, *народный хор ветеранов «Кришталныя крыніцы»* и др.; е) элементы ландшафта: *кондиционер-ополаскиватель для белья «Маг. Дыхание моря»*; *чистящее средство «Дин. Яблонево́ый сад»*; *освежитель воздуха «FLUID Альпийский луг»*; *образцовый ансамбль народного танца* и клуб любителей фольклора «*Крынічка*» и др.; ж) сезоны, части суток – данная группа РИ, по нашему мнению, образует переходную зону к следующей метафорической модели.

Хрономорфные РИ опираются на понятийные сферы: а) времена года: ТМ (молочные продукты) «*Ласковое лето*», *мороженое* (с фруктовыми наполнителями) «*Яркое лето*»; *серия* (средства по уходу за телом) «*Summer dream*» – англ. ‘летняя мечта / летний сон’, *лето* как образ чего-то солнечного, теплого, свежего, «вкусного» и др.; б) части суток: ТМ (молочные продукты) «*Раніца*» – бел. ‘утро’; сыр плавленный колбасный «*Свитанок*»; *ополаскиватель для белья «Morning sun*» – ‘утреннее солнце’; *народный ансамбль народной песни «Заранак*» – наступление дня символизирует бодрость, предвкушение чего-то чистого, светлого, радост-

ного; *торт из мороженого «День и ночь»* – оним переносно отражает состав именуемого продукта, его внешний вид: одна половина белая, вторая – коричневая, шоколадная и др.; в) единицы времени, эпохи: *средство для чистки стекол «Секунда-экстра Зеленое яблоко»*; ансамбль *«Ренессанс»* и др.

Таким образом, метафорические прагматонимы, эргонимы объективируют целый комплекс сфер-источников, понятийных сфер метафорической интерпретации действительности и способны передать информацию о продукте, деловом объединении ярко, кратко, доступно, обладают высоким прагматическим потенциалом, становятся убедительным аргументом в пользу выбора предлагаемого товара, услуги.

Список использованной литературы

1. Ильясова, С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М. : Флинта : Наука, 2012. – 296 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Совет. энцикл., 1990. – 685 с.

В. М. Касцючык (г. Брэст, Рэспубліка Беларусь)

ФУНКЦЫІ ОНІМАЎ У КАЗКАХ ПІСЬМЕННІКАЎ БРЭСТЧЫНЫ

Імёны персанажаў у казках берасцейскіх пісьменнікаў – гэта мастацкія вобразы, якія валодаюць разнастайнай інфармацыяй. Іх семантычная насычанасць выяўляецца найперш за кошт яркай унутранай формы, што мае словаўтваральную сувязь з апелятыўнымі намінацыямі. Унутранай формай онімаў абумоўліваецца і іх шматфункцыянальнасць: гаваркія імёны персанажаў выконваюць не толькі намінатыўную, але і тэкстаўтваральную і стылістычныя (ацэначную, эмацыйную, экспрэсіўную) функцыі. У створаным пісьменнікам казачным свеце імёны герояў важныя як своеасаблівыя маркеры знешняга выгляду персанажаў, іх характару. Напрыклад, да ліку характарыстычных намінацый адносяцца такія імёны казачных герояў, як *Злюка* (дваровы кот са зборніка казак Георгія Марчука “Прыгоды Агапкі і ката Фокуса”), *Кваква* (чапля з казкі Алеся Бадака “Нота «мі» для Кваквы”; з-за таго, што Чапля квакала, як Жаба, “*сяброўкі пачалі дражніць Кваквай*” [1, с. 197]), *Сівая Поўсьць* (крот у “Казачных аповесцях пра міжпланетнага Пажарніка і іншых мамуркаў” Раісы Баравіковай), *Шэрая Шыйка* (качка ў казцы-загадцы “Хто падказваў у класе?” Расціслава Бензерука).