

%) и числительные (1 %). Несмотря на доминирование существительных в рекламных слогах, полученные результаты свидетельствуют о том, что семантически значимыми для рекламного текста могут быть и другие части речи, в том числе и служебные. Таким образом, учёт морфологических особенностей текста является важнейшим условием при создании высококачественного рекламного продукта.

1. Викентьев, И.Л. Приемы рекламы и PR / И.Л. Викентьев. – СПб. : Издательство ТОО «ТРИЗ-ШАНС», 2002. – 300 с.

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СТАТУС КУКОЛЬНЫХ НОМИНАЦИЙ

Шутович Е.А.,

магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Скребнева Т.В., канд. филол. наук доцент

Лексика каждого языка богата именами нарицательными, которые обозначают предметы, свойства и явления. Наряду с ними, существуют и имена собственные, основные функции которых – выделение и индивидуализация. Имена собственные являются языковой универсалией. Данная группа имен привлекает к себе большое внимание исследователей из разных наук, например, лингвистики, истории, культурологи, психологии, социологии и др.

Специфика имён собственных, с одной стороны, является функциональной, а с другой – структурной, так как особенности онимов проявляются на определенных уровнях языка, а если рассматривать эти единицы в речевой ситуации, то их специфика проявляется на конкретных уровнях речи. Исходя из этого, имена собственные выполняют следующие функции: идентифицирующую, номинативную, дифференцирующую, социальную, эмоциональную и стилистическую. Актуальность работы определяется тем, что при сопоставлении ономастической терминологии в разных языках возникают трудности, связанные с использованием нескольких разных терминов для обозначения одного и того же явления или типа имен, поскольку на сегодняшний день не сформирован единый подход к классификации онимов.

Для исследования кукольных номинаций более подробно следует остановиться на таких терминах, как прагматоним и хрематоним, поскольку кукла сотворена в процессе деятельности человека, она является частью материального мира. Многие номинации кукол являются товарным знаком, брендом (*Barbie, Bratz* и др.). Следовательно, цель данной работы – разграничение ономастической номенклатуры, в частности выбора термина для обозначения разряда онимов, к которому относятся номинации кукол.

Материал и методы. В ходе исследования были использованы следующие методы лингвистического исследования: описательный, сравнительно-сопоставительный, метод системного анализа. Теоретическую основу статьи составили исследования таких авторов, как Н.В. Подольская, А.В. Суперанская, Б. Болеста-Врона.

Результаты и их обсуждение. В словаре Н.В. Подольской хрематоним – это «собственное имя предмета материальной культуры, в том числе название оружия, музыкального инструмента, ювелирного изделия, драгоценного камня, предмета утвари», а прагматоним – номен для обозначения сорта, марки, товарного знака [2, с. 113, с. 161]. Если сравнивать термины хрематоним и прагматоним, то в их составе лежит один и тот же элемент – греческая форма *πράγμα* со значением ‘дело, предмет, вещь’. Вследствие этого возникают проблемы распределения онимов по данным группам. Прагматонимом является продукт нейминга. Это, прежде всего, коммерческая номинация, обусловленная экономическими причинами.

В работе Болеста-Врона Б. «Прагматоним и жизненный цикл товара» функционирует такое понятие, как жизненный цикл товара – период существования определенного товара в продаже. Автор пишет о том, что название перестает являться прагматонимом, как только прекращается выпуск соответствующего товара [1]. Однако название предмета может встречаться в разных типах дискурса. В таком случае название прекратившего выпускаться предмета становится не прагматонимом, а хрематонимом.

Являясь сложным социокультурным феноменом, кукла может встречаться в разных сферах жизни человека, и, следовательно, номинации кукол могут относиться как к хрематонимам, так и к прагматонимам. Данное утверждение можно рассмотреть на примере популярных сегодня кукол. Кукла *Barbie* компании «Mattel. Inc.» зарегистрирована как товарный знак. Изучив историю данной куклы, мы выяснили, что *Barbie* является гипокористической формой имени *Barbara*. В таком случае кукла с именем Барбара будет являться хрематонимом, а название са-

мого бренда – прагматонимом. Куклы бренда Bratz, Monsterhigh, Winx, Adora, AmericanGirl мы относим к разряду прагматонимов, поскольку данные названия являются продуктом коммерческой номинации и их жизненный цикл функционирует в настоящий момент. Примером хрема-тонимов могут служить авторские куклы, поскольку они не зарегистрированы в качестве коммерческого продукта и являются предметами материальной культуры.

Относясь к разряду прагматонимов и хрема-тонимов, наименования кукол зачастую выполняют функции антропонимов. Это объясняется процессом антропоморфизации в силу внешнего сходства куклы с человеком. Люди присваивают куклам имена, основываясь на личных мотивах и принципах, от которых и зависят функции отантропонимных прагматонимов и хрема-тонимов. В данном случае уместно говорить и о реноминации кукол, поскольку зачастую куклы, находящиеся на прилавках магазинов, уже имеют имена, данные производителем. Специфика реноминации кукол связана с личными предпочтениями и мировоззрением имядателя.

Заключение. Таким образом, ученые рассматривают разные подходы к классификации имен собственных в связи с различными взглядами на большое разнообразие ономастических объектов. Практически невозможно выявить основные закономерности для систематизации имен собственных в силу индивидуального подхода исследователей к одной и той же проблеме. Проблема выбора терминологии является актуальной по сей день в силу обилия изучаемых объектов и разных взглядов на одно и то же явление. Хрема-тонимы и прагматонимы могут обозначать два состояния одного и того же предмета. Пока кукла является товаром, ее название можно считать прагматонимом. Авторские куклы, не зарегистрированные как товарный знак, относятся к классу хрема-тонимов. Воплощая человеческий облик, куклы носят человеческие имена. В этом случае названия кукол выполняют такие же функции, как и антропонимы. В свою очередь, выбор антропонима зависит от личных мотивов и предпочтений имядателя.

1. Болеста-Врона, Б. Прагматоним и жизненный цикл товара /Б. Болеста-Врона // Язык и динамическая картина мира : материалы Междуна- р. науч. конф., Минск, 7–8 апр. 2017 г. – Минск : МГЛУ, 2018. – С. 71-75.
2. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1978. – 196 с.

РАЗРАБОТКА ИНТЕРАКТИВНОЙ МОДЕЛИ КОНТЕКСТНОГО ТУРКМЕННО-РУССКОГО ПЕРЕВОДЧИКА РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА

Эсенова А.М.,

студентка 3 курса БрГУ имени А.С. Пушкина, г. Брест, Республика Беларусь

Научный руководитель – Концевой М.П., ст. преп.

Речевое поведение является одним из образовательных приоритетов в контексте изучения других языков и культур. В межкультурной сетевой коммуникации большое значение имеют электронные словари, сервисы и системы компьютерного перевода. Однако они далеко не всегда могут адекватно передать семантику важнейших речевых конструкций, что неизбежно сказывается на эффективности межкультурной коммуникации [1]. Сравним особенности перевода «Google Переводчика» туркменско-русских фраз. Приветствия:

Salam! – Привет!

Gowmy ýagdaýlaryňyz? – Как дела?

Öý içeriler (дома) nähili? – Как внутри?

Во всех случаях была использована вежливая форма обращения на «Вы», но «Google Переводчик» использовал обращение на «ты», что может повлиять на успешность коммуникации. На самом деле ожидался следующий перевод:

«Здравствуйте!»,

«Как ваши дела?»»,

«Как у вас дома (дела)?»

Перейдем к поздравлениям, ведь туркменская речь богата этими фразами.

Gutlaýaryn! / Gutly bolsun! – Поздравления!

Если учитывать окончание (1 л., ед. ч.), то переводится «Поздравляю!».

Doglan günüň bilen! – Поздравляю с днем рождения!

Здесь «Google Переводчик» перевел максимально буквально, литературный перевод же для первой фразы будет «Пусть дом, в который попала (невеста), будет счастливым», а для второй «Пусть будет счастливым / Пусть будущее будет прекрасным!» (в туркменском языке нет