

результатов. Например, команды заполняют две таблицы, требующие знаний географического положения Германии; дополняют предложения и называют столицу федеральной земли или к столице указывают название федеральной земли; заполняют в таблице колонку и вносят ответы на вопросы, связанные с государственными символами; отвечают на вопросы, связанные с немецкими традициями и праздниками; читают интересную страноведческую информацию и определяют город, в котором находятся указанные достопримечательности.

Таким образом, использование различных интерактивных форм работы при изучении страноведческого материала и проведение викторин для определения уровня знаний по изучаемым темам оказывают на студентов неязыкового профиля благотворное воздействие и побуждают добывать новую информацию и пополнять свои знания, раскрывать свои внутренние возможности.

Заключение. В проведенном исследовании было дано теоретическое обоснование использования лингвострановедческого подхода в обучении иностранному языку студентов неязыкового профиля. Было установлено, что использование на практических занятиях страноведческих материалов, знакомство с культурными стереотипами носителей изучаемой лингвокультуры делают обучение языку более привлекательным, а применение различных интерактивных форм обучения, в частности, контрольных тематических викторин, способствует формированию у студентов социокультурной компетенции.

1. Зимняя, И.А. Ключевые компетенции как результативно-целевая основа компетентного подхода в образовании / И. А. Зимняя. Москва : Московский исследовательский центр подготовки специалистов, 2004. – 38 с.
2. Миролубов, А.А. Культурологическая направленность в обучении иностранным языкам / А.А. Миролубов // Иностранные языки в школе. – 2000. – № 3. – С. 38–43.
3. Смелякова, Л.П. Концепция отбора иноязычного текстового материала для неязыкового вуза / Л.П. Смелякова // Іноземні мови. – 1995. – № 1. – С. 23–28.
4. Чернилевский, Д.В. Дидактические технологии в высшей школе : учеб. пособие для вузов / Д. В. Чернилевский. – М. : ЮНИТА-ДАНА, 2002. – 437 с.
5. Леонтьева, Т.П. Национальные стереотипы как объект идентификации и интерпретации в процессе подготовки учащихся к межкультурной коммуникации / Т.П. Леонтьева // Замежняя мова. – 2021. – № 3. – С. 3–7.

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ РЕАЛИИ В НАЗВАНИЯХ БЕЛОРУССКОГО ХЛЕБА

*Т.С. Денисенко
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

В условиях мировой глобализации и стремительно развивающихся информационных технологий межкультурная коммуникация становится повседневным, бытовым явлением, а различные аспекты межкультурного и межъязыкового взаимодействия – объектом исследования в различных областях научного знания. На современном этапе развития общества человек познаёт мир во всём его национально-культурном многообразии не только посредством истории, философии, психологии. XX век запустил процессы интеграции в том числе и в научной сфере, что дало толчок для возникновения и развития ряда смежных наук, таких, как когнитивная лингвистика, социолингвистика, лингвокультурология, этнолингвистика и др. Данные науки позволяют разносторонне исследовать проблемы взаимоотношения языка и национального характера народа. Наряду с этим наше представление о той или иной культуре формируется исходя из наблюдений за обыденной жизнью человека, которая складывается из реализации различных его потребностей, как-то: личностных, витальных, социальных и т.д.

Цель статьи – установить вербализацию национально-культурных реалий в прагматонимии Беларуси.

Материал и методы. Объектом исследования выбраны прагматонимы – искусственные номинации хлебобулочных изделий, функционирующих на территории различных регионов РБ. Отбор языкового материала осуществлялся методом сплошной выборки за период 2023 года с официальных сайтов предприятий и организаций – производителей хлебобулочной продукции.

Результаты и их обсуждение. Бесспорным является тот факт, что история нашей цивилизации неразрывно связана с поиском, добычей и использованием различного рода ресурсов, в том числе и пищевых. Базовой потребностью человеческого рода была и остаётся пища. При этом следует отметить, что вкусовые предпочтения у представителей разных этнических групп могут значительно различаться, что находит своё отражение в том числе и в языковом материале. Современная лингвистика активно использует этноцентрический подход к анализу языковых явлений, которые рассматриваются сквозь призму национального менталитета и национальной культуры. «Одной из ключевых тенденций последних десятилетий является поиск смысловых и языковых доминант национальных культур с целью моделирования языковой картины мира и построения алгоритма коммуникации конкретной лингвокультуры. Языковая картина мира и национальная гастрономия имеют специфические для каждой культуры точки соприкосновения» [5, с. 89].

Неотъемлемой частью гастрономической картины мира является гастрономический, или глуттонический, дискурс, который стал объектом внимания учёных-лингвистов в конце XX века. Термины «глуттония» и «глуттонический» ввёл в лингвистический обиход доктор филологических наук А.В. Олянич. По его мнению, «гастрономический дискурс представляет собой личностно-ориентированный тип так называемой глуттонической коммуникации (от лат. *gluttonare* – есть, питаться, пожирать, обедаться), носящей институциональный характер. Гастрономический дискурс напрямую ассоциирован с концептосферой «Пища, еда». Их единство представляет собой знаковую систему, в которой сконцентрированы «культурный капитал», национальная самоидентификация, персональная идентификация и субъективное отношение (вкус), гендерные характеристики и характеристики социальные (классовые). Гастрономическая / глуттоническая коммуникативная среда интенсивно изучается как этнокультурный феномен в рамках концептологии, дискурсологии и лингвосемиотики с самого начала третьего тысячелетия, при этом спектр интересов исследователей чрезвычайно широк» [1, с. 157–158]. Одно из направлений изучения глуттонического дискурса – это изучение его языковой структуры, прагматической направленности языковых элементов. Так, в настоящее время наиболее динамично развивающимся полем ономастического пространства стали наименования продукции различных товарных категорий – словесные товарные знаки (СТЗ). Н.В. Подольская определяет СТЗ как «словесное обозначение марки товара, в равной степени относящееся к каждому экземпляру в данной серии и ко всей серии в целом» [3, с. 127]. Например, «Сафійка» (молочная продукция), «Коммунарка» (шоколад), «Слодыч» (кондитерские изделия), «Санта Бремор» (продукция из рыбы и морепродуктов) и т.п. Однако определение статуса товарного знака в ономастической системе и лексической системе в целом до сих пор является дискутируемым. В нашем исследовании для обозначения словесных товарных знаков мы используем термин прагматоним, введённый Н.В. Подольской.

Отметим, что на данном этапе прагматонимы, служащие для номинации продуктов питания, в частности хлебобулочных изделий, мало изучены как российскими, так и белорусскими лингвистами. Отдельные работы российских и белорусских учёных

посвящены изучению названий алкогольной, мясо-молочной продукции, кондитерских изделий и напитков, которые функционируют на территории соседних государств. Многоаспектное изучение прагматонимов (словесных товарных знаков) проводилось лингвистами К.А. Власовой, О.В. Глуховой, С.С. Доюновой, Л.Р. Ермаковой, А.А. Исаковой, А.М. Мезенко, Н.Д. Осиповой, Т.П. Романовой, А.Н. Стадульской, О.Е. Яковлевой и др. на материале русского, белорусского, немецкого, английского, чешского и других языков.

Специфика языковой ситуации в Республике Беларусь определяется функционированием двух государственных языков. Белорусско-русское двуязычие проявляется во всех областях жизнедеятельности человека, в том числе влияет и на ономастическое пространство. Особенности национально-культурного восприятия гастрономических реалий находят своё отражение в способах и мотивах их номинации.

Рассмотрим некоторые тематические группы наименований белорусских хлебобулочных изделий.

а) группа наименований, связанных с человеком и содержащих как универсальные прецедентные имена, так и национальные белорусские и русские прецедентные номинации, в числе которых имена исторических персонажей, литературных героев; имена людей, а также профессии, род занятий, указание на степень родства, на потенциального потребителя изделия и др: хлеб «*Радзівілаўскі*» ржаной, «*Радамір*» смачны, «*Кутузов*», «*Цезарь*» новый, «*Несцерка*» бездрожжевой, «*Альгерд*», «*Императорский*», «*Королевский*», «*Царский*», «*Панскі*», «*Султан*» заварной формовой, «*Стрелецкий*», «*Охотничий*», «*Маг*» с семечками, «*Багач*», хлебцы «*Докторские*», витушка «*Виктория*», булочка «*Ульяка*», хлеб «*Марусин*», «*Купец*» с тмином весовой, «*Сваяк*», сдоба «*Горожанка*» с маком, сайки «*Сяброўкі*» молочные, булочки «*Шалунья*», булочка «*Кудесница*». В данной группе присутствуют как белорусскоязычные, так и русскоязычные наименования.

б) группа наименований региональной тематики (названия населённых пунктов, рек и т.д.): 1) оттопонимные наименования, связанные со столицей Беларуси: хлеб «*Столичный*», «*Камароўскі кірмаш*», «*Минский*», «*Траецкі*» ржаной, «*Немига*», «*Курасовицкий*»; 2) названия, мотивами для которых стали белорусские топонимы: хлеб «*Пажаданы Віцебск*» нарезанный, «*Сучасны Віцебск*» бездрожжевой, «*Нарочанский*» классический, «*Борисовский с тмином*», «*Двинский Ароматный*», «*Стародавний Витебск*» бездрожжевой, пирог «*Принеманский*» с маком, батон «*Лучёса*» столовый, «*Оршица*», «*Гомельский*», хлеб «*Брест-Литовск*» пшеничный, «*Беловежский особый*», «*Гародня*» светлый новый, «*Славия сожская*», «*Полесье*» новый бездрожжевой, «*Мядельский*» бездрожжевой; 3) оттопонимные прагматонимы, мотивированные названиями стран, городов или внутригодских объектов ближнего и дальнего зарубежья: хлеб «*Елисейский*», «*Прибалтийский*» особый, «*Рижские традиции*» особый, «*Таллинский*» заварной, «*Невский*» подовый, «*Старая Вильня*». Эта группа также представлена как русскоязычными, так и белорусскоязычными наименованиями.

в) названия, связанные с понятиями *родина*, *родной*, содержащие маркеры, указывающие на национальную, этническую идентификацию: хлеб «*Спадчына*», «*Славянский*», «*Славянские просторы*», «*Славянка*» белковый, «*Родны*» формовой, «*Беларуская ніва*».

г) время, поры года и природа: хлеб «*Вечерок*», хлеб тостовый «*Утренний*», «*Ласковое утро*», багет «*Вечерний*», хлеб «*Осенний*» люкс, «*Заря*», «*Ранак*» отрубной, хлеб пшеничный «*Веснянский*», «*Майский*» новый подовый, «*Кастрычніцкі*» (возможна отсылка к празднику), сушки «*Апрельские*», булочка «*Бутончик*», хлеб «*Проталинка*», хлебец диабетический «*Стебелёк*» традиционный, хлеб «*Злаковое зёрнышко*», пшенич-

ный «Вересковый», «Барвинок» бездрожжевой подовый, «Лотос». В данной группе преобладают русскоязычные прагматонимы.

г) семейные традиции, праздники, положительные эмоции, ассоциации, указывающие на высокое качество продукции и привлекательность для потребителя: хлеб «Мамин выбор», «Бабулін пачастунак», «Бабушкин», «Счастье в дом», «Вечеринка», «Пикник», багет «Пацеха», батон «Праздничный», «Калядны», хлеб «Юбиляр», каравай «Горжество», хлеб «Пажаданы» новый, «Самородок» с семечками, «Триумф», «Гонар» тёмный, «С пользой», «Дивный», «Традиционный», «Старажытны», хлеб пшеничный «Благодатный со льном», хлеб тостовый «Ласковое утро» булочка «Смакавінка» с корицей, батон «Радушный», «Аппетитный» новый, «Очарование».

Заклучение. Таким образом, прагматонимы – наименования хлебобулочных изделий представлены в Республике Беларусь белорусскоязычными, русскоязычными и смешанными названиями. Прагматонимия Беларуси имеет весомый лингвокультурный потенциал, получивший вербализацию в номинациях продуктов, в частности хлебобулочных изделий. Тематические группы данных прагматонимов разнообразны, так как в этих наименованиях эксплицируется культурологическая, социальная, географическая, историческая и иная информация. Причём мотивы номинации для русско- и белорусскоязычных прагматонимов могут различаться.

1. Дискурс-Пи: Научный журнал / учредитель Уральское отделение Российской академии наук, Институт философии и права Уральского отделения Российской академии наук. Издатель: Издательский Дом "Дискурс-Пи" – Октябрь 2015 – № 2 (19) – С. 157-160.

2. Мезенко, А.М. Теория имени собственного: учебное пособие / А.М. Мезенко, В.М. Генкин, А.Н. Деревяго; под общ. ред. А.М. Мезенко. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2022. – 202 с.

3. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская; отв. ред. А.В. Суперанская. – 2-е изд. – М.: Наука, 1988. – С 127

4. Олянич, А.В. Гастрономический дискурс в системе массовой коммуникации (семантико-семиотические характеристики) // Массовая культура на рубеже XX–XI веков: Человек и его дискурс. – М.: Азбуковник, 2003. – 438 с.

5. Седых, А.П. Языковая картина мира и национальная гастрономия / А.П. Седых, Л.Р. Ермакова ; НИУ БелГУ // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. – 2012. – №18(137), вып.15. – С. 89-93.

6. <https://rep.vsu.by/handle/123456789/33510>

ЛІНГВАКРАІНАЗНАЎЧАЯ СПЕЦЫФІКА БЕЗЭКВІВАЛЕНТНАЙ ПОБЫТАВАЙ ЛЕКСІКІ БЕЛАРУСКАЙ МОВЫ

*А.С. Дзядова
Віцебск, ВДУ імя П.М. Машэрава*

Мова – самая важная і істотная адзнака любой нацыі. Для кожнага народа яго нацыянальная мова адыгрывае ролю этнічнага сімвала. Як адзначае беларускі лінгвіст І.Р. Шкраба, “рысы непадобнасці, нацыянальнай спецыфікі найбольш ярка праяўляюцца на ўзроўні лексікі, таму яе ролю ў стварэнні нацыянальнага “твару” мовы цяжка пераацаніць” [1; с. 4]. Кожны этнас, што жыве ў пэўных геаграфічных, сацыяльна-палітычных і культурных умовах, мае сваю гісторыю і традыцыі, нацыянальную псіхалогію і пэўны ўзровень эканамічнага развіцця, адлюстроўвае навакольную рэчаіснасць па-свойму. Слова, якія абазначаюць гэтыя асаблівасці, складаюць істотную долю (каля 6–8%) неэквівалентнай часткі лексічнай сістэмы мовы, а таму называюцца безэквівалентнымі, бо іх нельга перакласці на іншую мову пры дапамозе аднаслоўнага адпаведніка. Між тым гэта дастаткова вялікая ў колькасных адносінах і цікавая ў плане лінгвакраіназнаўчага зместу група намінацый, праз прызму значэння якіх можна даведацца пра асаблівасці традыцыйнай культуры любога народа, у тым ліку і беларусаў.