

УДК 165.2:165.74(476)

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ПРАГМОНИМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ БЕЛАРУСИ

Т. С. Денисенко

*Витебский государственный университет им. П. М. Машерова,
Московский пр., 33, 220038, г. Витебск, Беларусь, 2tanusha2@mail.ru*

В данной статье рассматривается специфика прагмонимического пространства Беларуси с точки зрения репрезентации национально-культурных кодов, а также проблемы изучения ономастического поля прагматонимов в условиях белорусско-русского двуязычия. Актуальность исследования определяется важностью описания специфики прагманимикона Беларуси как особого элемента языковой картины мира, необходимостью определения мотивации для номинации белорусских пищевых продуктов.

Ключевые слова: ономастика; словесный товарный знак; прагматоним; особенности номинации хлебобулочных изделий; код культуры.

REPRESENTATION OF NATIONAL IDENTITY IN THE PRAGMONYMIC SPACE OF BELARUS

T. S. Denisenko

*Vitebsk State University named after P.M. Masherov,
Moskovskiy Av., 33, 210038, Vitebsk, Republic of Belarus, 2tanusha2@mail.ru*

This article examines the specifics of the pragmonymic space of Belarus from the point of view of the representation of national cultural codes, as well as the problems of studying the onomastic field of pragmatonyms in the context of Belarusian-Russian bilingualism. The relevance of the study is determined by the importance of describing the specifics of the pragmanimicon of Belarus as a special element of the linguistic picture of the world, and the need to determine the motivation for nominating Belarusian food products.

Keywords: onomastics; word marks; pragmatonym; bakery products' nomination features; cultural code.

На современном этапе лингвистических исследований языковые явления активно анализируются в рамках этноцентрического подхода с целью представить языковые реалии сквозь призму национального менталитета и культуры. Это предполагает осмысление тех или иных языковых фактов в контексте определенной лингвокультуры и позволяет моделировать языковую картину мира.

Национальная гастрономия по-разному отражается в языковой картине мира представителей той или иной культуры. Гастрономическая, или глуттоническая, коммуникативная среда, являясь этнокультурным феноменом, в последние десятилетия исследуется российскими и белорусскими учёными как в рамках дискурсологии, так и с позиций лингвокультурологии и лингвосемиотики. Особое внимание лингвистов привлекает концептосферы «продукты питания, еда» в национальной картине мира русских и белорусов. Как отмечает Г. Д. Гачев, идентичность любого народа существует до тех пор, пока «сохраняется особенный климат, времена года, пейзаж, *национальная пища*, этнический тип, язык, – ибо они непрерывно питают и воспроизводят национальные складки бытия и мышления» [1, с. 430]. Исследования начала XXI века посвящены описанию и анализу гастрономического дискурса с позиций внутренней структуры языковых элементов, их семантики и прагматической направленности. По мнению А. П. Седых, «гастрономия и языковая картина мира коррелируют прежде всего на уровне номинативного фонда национальных языков. Именно специфика глуттонической номинации составляет характерный для каждой нации арсенал языковых средств, в котором находит своё отражение дух народа. Данное явление со всей очевидностью прослеживается, например, на уровне мотивированных прагматонимов, обозначающих значимые для национальных культур продукты потребления» [2, с. 29].

Наше исследование посвящено анализу прагмонимического пространства Беларуси с точки зрения репрезентации национального сознания в ономастических наименованиях хлебобулочных и кондитерских изделий, функционирующих в настоящее время в различных регионах Республики Беларусь. Интерес к этой достаточно поздно сложившейся особой группе имен собственных, представляющих периферийную структуру ономастикона Беларуси, возник в связи с формированием на постсоветском пространстве общества потребления. Вслед за стремительным ростом и расширением рынка товаров и услуг последовало вызванное экономической необходимостью увеличение количества ономастических единиц. С точки зрения О. Е. Яковлевой прагматонимы в настоящее время перемещаются в ядерную зону ономастического пространства русского языка. Неоднозначность терминологического аппарата прагмонимии проявляется в использовании в лингвистической литературе большого количества терминов, как-то: коммерческая номинация, рекламное имя, словесный товарный знак, прагмоним, прагматоним и другие. Большое количество ономастических исследований посвящено проблеме статуса прагматонимов (М. Е. Новичихина, А. А. Исакова, Н. А. Гурская, З. П. Комолова, С. О. Горяев, И. В. Крюкова, Н. А. Стадуль-

ская, А. В. Суперанская, Н. В. Подольская и др.). А. В. Суперанская и Н. В. Подольская определяют прагматонимы как разряд онимов, под данным термином условно объединены «различные категории имён собственных, имеющие денотаты в прагматической сфере деятельности человека, связанные с практикой, с предметной областью» [3, 110]. Некоторые лингвисты не считают возможным определять словесные товарные знаки как имена собственные по причине множественности именуемых ими объектов, другие называют словесные товарные знаки СТЗ онимоподобными речевыми образованиями, третьи относят их к категории имён собственных однотипного множества предметов. Так, 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, 127].

Объектом данного исследования стали словесные товарные знаки – наименования белорусских хлебобулочных и кондитерских изделий. Фактический материал собирался методом сплошной выборки в каталогах на официальных сайтах хлебозаводов разных областей Беларуси.

На территории Республики Беларуси белорусско-русское двуязычие проявляется во всех областях жизнедеятельности человека, в том числе определяет специфику именования пищевой продукции. Анализируя фактический материал, мы выявили следующие тенденции в оформлении наименований: вся информация о товаре, включая название, подаётся на русском языке (*печенье сахарное «Чайный слодыч люкс», кекс «Лучистый», сушки «Жодинские», хлеб «Полесье» новый, хлеб зерновой «Корабельный» светлый, торт «Фейерверк вкуса»*); в информации о продукции используются два языка, причем собственно название белорусскоязычное (*кекс «Вербны» новый, сушки «Зорачка», торт «Мядовая асалода», хлеб «Панскі», хлеб «Траецкі» ржаной, хлеб «Пажаданы Віцебск» нарезанный*).

В ходе исследования мы выявили некоторые особенности взаимодействия различных культурных кодов с пищевым кодом в прагматическом пространстве Беларуси. Это позволило нам выделить следующие группы СТЗ.

1. Наименования кондитерских и хлебобулочных изделий, репрезентирующие антропоцентрический код культуры (в названиях присутствуют имена людей, исторических персонажей, обозначения людей по профессии, роду занятий родственными отношениям, отношениям с другими людьми, социальной роли, оценочной или поведенческой характеристике, эмоциям, образу жизни и др.): *торт «Наполеон», витушка «Виктория», торт «Марибель», пирожное «Кокетка», печенье растворимое «Знайка-зазнайка», печенье сахарное «Лакомка», хлеб «Купец» с тмином*

весовой, печенье затяжное «Княжна Мария», хлеб «Сваяк», сдоба «Горожанка» с маком, сладости мучные «Дружные соседки», булочки «Шалунья», хлеб «Радзівілаўскі» ржаной, хлеб «Альгерд», хлеб «Кутузов», хлеб «Султан» заварной формовой, хлеб «Несцерка» бездрожжевой, хлеб «Радамір» смачны, хлеб «Чараўнік» с семечками новый, хлеб «Маг» с семечками, хлеб «Юбیلяр» бездрожжевой, пирожное «Смугляночка». В данной группе присутствуют как белорусскоязычные, так и русскоязычные наименования.

2. Группа наименований региональной тематики, репрезентующих пространственный код (названия населенных пунктов, рек и т. д.): батон «Оришца», хлеб «Пажаданы Віцебск» нарезанный, печенье сдобное «Южный сладыч», печенье сахарное «Крымское», хлеб «Мядельский» бездрожжевой, хлеб «Рижские традиции», сушки «Жодинские», кекс «Столичный», торт «Ленинградский», хлеб «Нарочанский» классический, хлеб «Старая Вильня», хлеб «Двинский Ароматный», батон «Гомельский», пирог «Принеманский» с маком, батон «Лучёса» столовый, хлеб «Брест-Литовск» пшеничный, хлеб «Беловежский особый», хлеб «Славия сожская». В этой группе преобладают русскоязычные наименования.

3. Наименования, отражающие временной код культуры (время, поры года): сладости мучные «Минутка» новые, торт «Утренний», хлеб «Вечерок», «Осенний» люкс, «Майский», «Ранак» отрубой, «Кастрычніцкі», «Заря», «Ласковое утро», сушки «Апрельские», хлеб пшеничный «Веснянский», булка «Восеньская», печенье сдобное «К полднику», пирог «Жнівеньскі» новый, печенье «Friday» с карамельным вкусом. Данная группа представлена белорусско-русскими наименованиями.

4. Наименования, мотивированные внешними признаками, свойствами растений, их вкусовыми качествами (растительный код культуры): хлебец диетический «Стебелек» традиционный, хлеб «Злаковое зёрнышко», хлеб пшеничный «Вересковый», торт «Жасминовый», печенье сахарное «Малиновый сладыч», печенье сахарное «Васильковый сладыч», булочка «Буточик», хлеб «Барвинок» бездрожжевой, хлеб пшеничный «Лотос», пирожное «Картошка», торт «Сунічка», торт «Волшебное семечко», торт «Красная звезда», сладость мучная «Листок».

5. Наименования кондитерских и хлебобулочных изделий, репрезентирующие зооморфный код культуры (таких названий в проанализированном нами материале небольшое количество): торт «Бурёнка», пряники заварные «Коровка» с ароматом шоколада, печенье сахарное «Топтыжки», торт «Журавушка», «Любимая птичка», печенье «Птичка».

«Верно подобранное название кондитерского изделия, как «культурный ключ», должно не только апеллировать к положительным эмоци-

ям и впечатлениям целевой аудитории, но и раскрывать основные ценности, существующие в сознании потребителя, давать гарантию отсутствия отрицательных эмоций, при этом отражая высокое качество продукта» [4, с.18]: хлеб «Бабулін пачастунак», хлеб «Счастье в дом», хлеб «Мамин выбор», батон «Радушный», батон «Аппетитный» новый, булка «Ласунак макавы», хлеб «Дивный», хлеб пшеничный «Благодатный со льном», хлеб тостовый «Ласковое утро», хлеб «Пажаданы» новый, хлеб «Самородок» с семечками, набор печенья «Солнца, тепла, улыбок!», пирожное «Магия вкуса» и подобные.

Таким образом, прагматонимы – наименования хлебобулочных и кондитерских изделий – представлены в Республике Беларусь белорусскоязычными, русскоязычными и смешанными названиями. Для лингвокультурологического исследования прагматонимического пространства Беларуси наиболее оптимальной нам представляется его организация в соответствии с классификацией культурных кодов. Представленные группы СТЗ разнообразны и самобытны, поскольку в анализируемых наименованиях эксплицируется культурологическая, социальная, географическая, историческая и иная уникальная информация. Мотивы номинации для русско- и белорусскоязычных прагматонимов могут различаться.

Библиографические ссылки

1. Гачев Г. Д. Национальные образы мира: общие вопросы. Русский. Болгарский. Киргизский. Грузинский. Армянский. М. : Сов. писатель, 1988.
2. Седых А. П., Аматов А. М., Ермакова Л. Р. Глуттонимия и национальный характер русских и британцев: моногр. Белгород : ИД «Белгород», 2013.
3. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд. М. : Наука, 1988.
4. Власова К. А. Знаки культуры в наименованиях кондитерских изделий : на материале наименований конфет : автореферат дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Казан. (Приволж.) федер. ун-т. Казань, 2017.