

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра русского языка

Аннотация к дипломной работе
**«Нейминг в сфере парфюмерной продукции:
структурные и семантические модели номинации»**

Нестерова Елена Викторовна

Научный руководитель –
профессор
Ратникова И. Э.

2014

РЕФЕРАТ

Структура дипломной работы. Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, включающего 47 наименований, и приложение. Работа содержит 2 таблицы и 4 диаграммы.

Полный объем работы – 60 страниц печатного текста.

Ключевые слова: ОНОМАСТИКА, СЛОВЕСНЫЙ ТОВАРНЫЙ ЗНАК, ТОРГОВАЯ МАРКА, БРЕНД, НЕЙМИНГ, НОМИНАЦИЯ, НАИМЕНОВАНИЕ, ПАРФЮМОНИМ, ОНОМАСТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО, ЯДРО ОНОМАСТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА, РУССКОЯЗЫЧНЫЕ НОМИНАЦИИ, АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ НОМИНАЦИИ ПЕРИФЕРИЯ ОНОМАСТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА, ТОВАР, ПРОДУКТ, ПОТРЕБИТЕЛЬ, СТРУКТУРНО-ГРАММАТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ, ЯЗЫКОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ, ОДНОСЛОВНЫЕ НОМИНАЦИИ, СИНТАГМАТИЧЕСКИЕ НОМИНАЦИИ, МОРФОЛОГИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ, КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ СОСТАВ, ИМЯ СУЩЕСТВИТЕЛЬНОЕ, ИМЯ ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ, СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИКИ, ГЕНДЕРНЫЙ ПРИЗНАК, ТЕМАТИЧЕСКИЕ ГРУППЫ, НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА.

Цель дипломной работы: выявление ведущих стратегий и моделей номинации парфюмерных изделий российских производителей и сопоставление их с аналогичными параметрами зарубежных (британских+американских).

Объект исследования – собственные наименования парфюмерной продукции российских и зарубежных производителей.

Предмет исследования – языковая форма, грамматическая структура и мотивация ономастических единиц.

Новизна дипломного исследования заключается в том, что данная тема мало изучена, она будет интересна специалистам, исследующим такую область ономастики, как словесные товарные знаки.

Практическая значимость дипломной работы состоит в следующем: в последнее время наблюдается стремительный рост фирм-производителей парфюмерной продукции, и, следовательно, расширяется круг названий товаров, что требует специального изучения. Исследования, посвященные систематизации товарных знаков, в дальнейшем позволят создавать более эффективные и удачные их названия.

Методы исследования. В работе были использованы различные методы. При отборе материала применялся метод сплошной выборки. Характеристика и классификация исследуемого материала проводились с помощью описательного метода. Использовался также статистический метод.

ABSTRACT

The structure of the thesis: the thesis consists of an introduction, three chapters, conclusion and the list of used sources, including 47 items and an annex. It also contains 2 tables and 4 diagrams. The total work includes 60 pages of printed text.

Keywords: ONOMASTICS, WORD TRADEMARK, TRADE NAME, BRAND, NAMING, NOMINATION, NAME, PERFUMONIM, ONOMASTIC FIELD, CORE OF ONOMASTIC FIELD, RUSSIAN-LANGUAGE NAMES, ENGLISH-LANGUAGE NAMES, PERIPHERY OF ONOMASTIC FIELD, GOODS, PRODUCT, CONSUMER, STRUCTURAL-GRAMMAR CLASSIFICATION, USE OF LANGUAGE, ONE-WORD NAMES, SYNTAGMATICAL NAMES, MORPHOLOGICAL FILLING, QUANTITATIVE COMPOSITION, SUBJECT, ADJECTIVE, SEMANTIC CHARACTERISTICS, GENDER FEATURE, THEMATIC GROUPS, NATIONAL CULTURAL SPECIFIC CHARACTER.

The purpose of the thesis: to investigate the main strategies and models of perfume nomination by Russian producers and compare them to the similar characteristics of foreign ones (British and American).

The object of study: own perfume names of Russian and foreign producers.

The subject of investigation: language form, grammar structure and reasoning of onomastic items.

The novelty of the thesis: the given subject is not well-investigated and will be of use for specialists interested in such an onomastic area as word trademarks.

The practical significance of the thesis: there has been a rapid growth of perfume producers recently, therefore the range of goods names is extending and it requires special study. Investigation devoted to the systematization of trademarks will allow to create more efficient and successful names.

Methods: a range of different methods has been used in the thesis. Continuous sampling has been applied while selecting the material. The description and classification have been conducted with the help of a descriptive method. There has also been used a statistical method.