

Имена собственные в названиях продуктов питания немецкого и русского языков

Научный руководитель – Хомутская Наталья Ивановна

Борисова Полина Павловна

Студент (бакалавр)

Государственный социально-гуманитарный университет, Коломна, Россия

E-mail: forstudy.borisova@yandex.ru

В настоящее время в связи с ростом промышленного производства в Германии и России, новыми формами торгово-экономических отношений значительно увеличилось число автомобилей, продуктов питания, косметических, лекарственных средств, парфюмерии, табачных изделий и т.д. Все эти товары нуждаются в собственных именах. Исходя из этого, стоит говорить о проблеме номинации, которая встает остро не только перед производителями, но также перед лингвистами. Номинация, по мнению ученых, - «это процесс, постоянно сопутствующий познанию человеком окружающего мира» [2], то есть наличие так называемой избирательной заинтересованности, которая состоит в преимущественном выделении одних свойств, признаков, качеств предметов по сравнению с другими.

Для обозначения названий товаров пищевой продукции вслед за Н.В Подольской [3], будем использовать термин *прагматоним* (от греч. «предмет», «вещь»). Стоит указать, что данным термином обозначается «номен для обозначения сорта, марки, товарного знака» [4]. Специфика подобных омонимов состоит в том, что они: «маркируют серию, тип однотипных продуктов» [1], относятся как к определенному элементу, так и к серии в целом; используются в сфере производства и торговли, что предполагает собой наличие аттрактивной и рекламной функции.

Итак, можно предположить, что названия продуктов питания немецкого и русского языков имеют общий состав, исходя из рассмотрения нижестоящих функций, которые они выполняют будучи прагматонимами.

Прагматонимы, являясь особенными единицами ономастического пространства, выполняют следующие функции: дифференцирующая, информативная, охранная, гарантийная, психологическая

«Пройдемся» вдоль магазинных полок немецкого магазина «Kaufland» и русского «Лента» и остановим свое внимание на продуктах и их названиях.

Отметим, что рассматривать продукты питания будем по следующим категориям [2]: названия, в которых отражается завод или компания, которая производит тот или иной продукт; названия, в которых отражается место производства [5]; названия - имена собственные («Аленка»); продукт, названный в честь основателя, названия, отражающие в себе внешний вид продукта; названия, отражающие вкус продукта.

1) завод или компания, которая производит тот или иной продукт:

шоколад «Halloween Kugeln», ореховая паста, нуга «George Lemke GmbH&Co KG, кофе «Jacobs», чай «Melmer», шоколад «Schogetten», молоко, сыр, йогурты «OMIRA», молоко, сыр, йогурты «Andechser Natur», яйцо «Окское», шоколад «Озерский сувенир», шоколад «Бабаевский», колбаса «Черкизово», молоко «Лиаонозовское»;

2) место производства:

молоко, масло «Вологодское», пряник «Тульский», пастила «Коломенская», сгущенное молоко «Рогаческое», паштет «Егорьевский», горчица «Московская», бройлер «Рязанский», печенье «Тверское», мороженое «Ленинградское», сыр «Bavaria Blu», жареная колбаска «Thüringer Bratwurst», жареная колбаска «Sächsische Bratwurst», пиво «Bayerisches

Bier», пиво «Münchener Bier», вино «Thüringer Wein», молочная продукция «Bayernland», шоколад «Halleoren Kugeln»;

3) имена; основатели производства:

шоколад «Аленка», шоколад «Коркунов», конфеты «Джек», сырок «Б. Ю. Александров», майонез «Махеев», торт «От Палыча», творог «Маруся», шоколад «Lindt», шоколад «Feodora», шоколад «Erich Namann», продукты быстрого приготовления «DR. WILLI KNOLL», мед «DR. KRIEGER'S», хлеб «DR. KARG'S», чипсы «Lisa's», кофе «Tchibo»;

4) внешний вид продукта:

сыр «Мраморный», копченый сыр «Косичка», печенье «Дамские пальчики», печенье «Сердечки», печенье «Рогалики», конфеты «Стеклышки», конфеты «Шоколадки», пряник «Грибочек», шоколадные конфеты «Halleoren Kugeln», торт «Schwarzwälder Kirschtorte», шоколад «Goldhase», печенье «Taler Minze», мармелад «Weisse Mäuse», конфеты «Goldmünzen», шоколадный бисквит «Katzenzungen», конфеты «Weiß Kugeln», печенье «Die Kleine», печенье «ABC»;

5) вкус продукта:

конфеты «Кислинка», конфеты «Сладко», печенье «Кофе», майонез «Нежный», печенье «Маковое», помадка «Сливочная», вафли «Шоколадные», чай «Лимонный», конфеты «Kola Kracher», пицца «Salami», конфеты «<https://www.paul-schrader.de/pralinen-gebaeck-suessigkeiten/pralinen-schokolade/pfefferminz-pralinen-mit-zartbitterschokolade>», конфеты «Praline Trüffel-Auslese mit Alkohol», чай «Früchtetee Granatapfel-Zitrone», сыр «Trüffel-Camembert», мармелад «Waldfrüchte».

Итак, можно заметить, что больше всего соответствий приходится на молочные продукты и сладости, таким образом можно распределить отобранные нами продукты питания на следующие категории:

1. Молочная продукция
2. Сладости
3. Другое: колбаски, напитки и т.д.

Уместным следует отметить, что сладости имеют не только большее количество в двух продуктовых магазинах, но также занимают на полках «почетное» первое место, среди взятых нами других продуктов. Следует подчеркнуть, что подавляющее число сладостей, как в русском, так и в немецком языке, называют по принципу внешнего вида.

Интересно также и то, что среди трёх категорий (другое: чай, кофе, колбасы и т.д.), не было найдено соответствий к 4 пункту (внешний вид).

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что анализ продуктовых магазинов показал: общий состав имен собственных в русском и немецком языках приходится на наименование сладостей (печенье, шоколад, конфеты, мармелад). Русская молочная продукция, исходя из анализа, может брать свое название опираясь на различные критерии (вкус, форма, место производства), что нельзя сказать о немецкой продукции.

Источники и литература

- 1) Бондалетов В. Д. Русская ономастика / В. Д. Бондалетов — М: Просвещение, 2013 — 114с;
- 2) Осильбекова Д. А. О чем говорят названия продуктов питания? / Д. А. Осильбекова — 2000. — с.57-59;
- 3) Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская — М: 1988;
- 4) Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская — М: Просвещение, 2012;

5) <https://adindex.ru/publication/tools/2011/09/8/71348.phtml>