

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ВГУЭС)

---

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –  
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА  
РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXIV международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых  
21–23 апреля 2022 г.

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Владивосток  
Издательство ВГУЭС  
2022

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431  
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-  
И73 восточного региона России и стран АТР :** материалы XXIII между-  
народной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых  
(г. Владивосток, 21–23 апреля 2021 г.) : в 5 т. Т. 1 / под общ. ред. д-ра экон. наук  
Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет экономики и  
сервиса; Электрон. текст. дан. (1 файл: 13,5 МБ). – Владивосток: Изд-во ВГУЭС,  
2021. – 1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium  
(или аналогичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб опера-  
тивной памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свобод-  
ного дискового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat  
Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог. – Владивосток: Изд-во  
ВГУЭС, 2021.

ISBN 978-5-9736-

Включены материалы XXIII международной научно-практической конференции  
студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на раз-  
витие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», со-  
стоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса  
(г. Владивосток, 21–23 апреля 2022 г.).

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431

---

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 13,5 МБ; 5 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High  
Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо  
любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», оформление, 2022

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Компьютерная верстка М.А. Портновой

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 15 октября 2021 г.

Объем 13,5 МБ Усл.-печ. л.

Тираж 300 (I–25) экз.

<i>Михайлова Ю.Ю., Печенкина В.А., Клочкова О.И.</i> Ресурсные ограничения вылова красной рыбы в модели транскритической бифуркации (на примере кеты в Приморском крае) .....	788
<i>Плясовская Н.В.</i> Нечёткий SWOT-анализ алкогольной компании .....	791
<i>Раневская А.С.</i> Анализ статистических данных для ряда групп товарных категорий .....	795
<i>Сабанов Н.В., Галимзянова К.Н.</i> Оптимизация бизнес-процесса доставки готовой еды .....	799
<i>Сдержикова С.В., Галимзянова К.Н.</i> Разработка проекта «Управление затратами по картам рассрочки» для DNS .....	802
<i>Чори В.А., Клочкова О.И.</i> Оценка стоимости коммерческой недвижимости в модели множественной регрессии с использованием RSTUDIO .....	805

**Секция. РУССКИЙ ЯЗЫК И РУССКАЯ КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ:  
К 55-ЛЕТИЮ ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС И 20-ЛЕТИЮ ИНСТИТУТА  
ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ВГУЭС**

<i>Вэй Чинг-Сун, Гончарук Е.Ю.</i> Лингвистические особенности названий памятников и мемориалов в русском языке .....	810
<i>Вэнь Хуэйсинь, Конева Н.В.</i> Особенности описания товаров в интернет-магазинах (на примере описания бытовой техники) .....	813
<i>Гао Чживэй, Антипова С.С.</i> Пословицы и поговорки с компонентами весна и осень в русской языковой картине мира .....	817
<i>Жеонг Ёлебин, Пугачева Е.Н.</i> Русские и корейские фразеологизмы с компонентом «деньги» как отражение национального менталитета .....	821
<i>Лу Цзяюй, Гускина Е.Н.</i> Лингвистические особенности наименований сортов фруктов в русском языке .....	825
<i>Лю Сяожань, Коновалова Ю.О.</i> Фразеологизмы со значением «быстро» в русском и китайском языках .....	828
<i>Люй Хайнин, Борзова Т.А.</i> Концепты МУЖЧИНА и ЖЕНЩИНА в русской и китайской языковых картинах мира .....	832
<i>Ма Хоучэн, Пугачева Е.Н.</i> Структурно-семантические особенности русских и китайских фразеологизмов с компонентом – топонимом .....	836
<i>Сим Бохён, Пилюгина Н.Ю.</i> Интернет-мем как креолизованный текст: принципы описания формы и содержания .....	839
<i>Фань Эньжуй, Криницкая М.Ю.</i> Лингвистические особенности цветоименований (на примере названий строительных материалов) .....	843
<i>Чжан Фанин, Воронина О.А.</i> Билборд как вид креолизованного текста .....	847
<i>Чжан Сяоцзе, Тюрин П.М.</i> Интернет-демотиватор философской тематики как вид креолизованного текста .....	851
<i>Чжан Цяньи, Ли О.Д.</i> Концепт ХАРАКТЕР в русской языковой картине мира .....	856
<i>Чэ Ваньин, Солейник В.В.</i> Семантика фразеологизмов о любви в русском и китайском языках .....	859

**Секция. LANGUAGE, CULTURE. COMMUNICATION: К 55-ЛЕТИЮ  
ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВГУЭС**

<i>Андреянова Е.А., Королева В.К.</i> Особенности обучения чтению на английском языке в начальной школе .....	865
<i>Белошапко А.А., Чернышева А.С.</i> Британцы и французы: все еще любят ненавидеть друг друга? .....	868
<i>Бурцева И.В., Королева В.К.</i> Использование технологии «перевернутый класс» при обучении практике речи на уроках английского языка .....	872
<i>Бутко А.С., Данилина Е.К.</i> Самостоятельное изучение английского языка с помощью отечественных мобильных приложений .....	876
<i>Ворон-Ковальская А.О., Чернышева А.С.</i> Сравнительный анализ положения женщин в Соединенных Штатах Америки и Российской Федерации .....	879
<i>Гарянина А.Д., Налетка О.А.</i> Виды развивающих игр в обучении английскому языку .....	883
<i>Долгая Е.П., Морозова Ю.В.</i> Учимся с Билли Айлиш: онлайн курс разговорного английского языка .....	886
<i>Маринченко И.А.</i> Символические признаки концепта ЖЕЛЕЗНАЯ ДОРОГА в песенных текстах англоязычных авторов .....	889
<i>Мережко У., Гаврилова Т.В.</i> Smart-технологии (вебинар и социальные сети) в преподавании иностранного языка в общеобразовательной школе .....	892

## РУССКИЕ И КОРЕЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ «ДЕНЬГИ» КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА

**Жеонг Ыебин**  
бакалавр  
**Е.Н. Пугачева**  
ст. преподаватель

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток. Россия*

*Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью сопоставительного анализа фразеологических систем русского и корейского языков и выявления в них национально-культурных сходств и различий. В настоящее время в связи с быстрым развитием современной экономики и культуры связи между Республикой Корея и Россией становятся все более тесными, а информационные, политические и культурные обмены все более частыми. Различия в языке, культуре, обычаях и т.д. между нашими странами привлекают все больше внимания. Носители языка используют в своей речи не только отдельные слова, но и устойчивые сочетания, или фразеологические обороты, которые в качестве готовых образований извлекаются из сознания, как и слова. В целях содействия обмену и углублению понимания культуры России и Республики Корея ученые все больше внимания уделяют изучению основных единиц языка. Слова и фразеологические обороты являются основными единицами языка, его «строительным материалом». В данной работе исследуются структурно-семантические особенности русских и корейских фразеологизмов, в состав которых входит компонент «деньги», выявляются культурные, социальные особенности функционирования указанных фразеологизмов.*

**Ключевые слова:** фразеологизм, фразеологическая картина мира, лингвистика, лингвокультурология.

## RUSSIAN AND KOREAN PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE COMPONENT "MONEY" AS A REFLECTION OF THE NATIONAL MENTALITY

*The relevance of the chosen topic is due to the need for a comparative analysis of the phraseological systems of the Russian and Korean languages and the identification of national and cultural similarities and differences in them. Currently, due to the rapid development of the modern economy and culture, ties between the Republic of Korea and Russia are becoming closer and closer, and information, political and cultural exchanges are becoming more frequent. Differences in language, culture, customs, etc. between our countries are attracting more and more attention. Native speakers use in their speech not only individual words, but also stable combinations, or phraseological turns, which are extracted from consciousness as ready-made formations, just like words. In order to facilitate the exchange and deepen the understanding of the culture of Russia and the Republic of Korea, scientists are increasingly paying attention to the study of the basic units of the language. Words and phraseological phrases are the basic units of the language, its "building material". This paper examines the structural and semantic features of Russian and Korean phraseological units, which include the component "money", identifies cultural and social features of the functioning of these phraseological units.*

**Keywords:** phraseology, phraseological picture of the world, linguistics, linguoculturology..

В настоящее время отечественные и зарубежные исследователи в области языка и культуры (В.И. Карасик, Н.Ю. Караулов, А.А. Кибрик, В.В. Красных ) проявляют активный интерес к изучению языка как проекции национального мировидения. Исследователи разных областей знаний (культурологи, психолингвисты, философы и другие) широко используют в своих работах термин *картина мира*, который репрезентует языковые, речевые аспекты категоризации и концептуализации мира, являющиеся результатом познавательной деятельности человека.

Картина мира – это «отраженные в языковых формах и категориях, текстах концепты, мнения, суждения, представления народа, говорящего на данном языке, о действительности, об отношении человека к действительности, отражают культурное своеобразие народа» [1].

Язык – важнейшее средство общения, которое используется человеком для достижения определенной цели. Язык оказывается тем инструментом, которым человек регулирует взаимоотношения с людьми, воздействуя на них в той или иной степени.

Языковая картина мира – это «исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определенный способ концептуализации действительности» [2].

Фразеологизмы, на наш взгляд, наиболее ярко отражают мировидение, миропонимание носителей языка, их культуру. В нашей работе мы придерживаемся такого определения фразеологизма – это общее «название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые, в отличие от сходных с ними по форме синтаксических структур, не производятся в соответствии с общими закономерностями выбора и комбинации слов при организации высказывания, а воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определённого лексико-грамматического состава» [3].

На наш взгляд, фразеологизмы играют важную роль в выявлении национально-культурной специфики, так как они фиксируют и передают от поколения к поколению культурные установки, эталоны и стереотипы народа, а также отражают в своей семантике длительный процесс культурного и исторического развития.

В настоящее время в отечественном и зарубежном языкознании существует несколько подходов к изучению фразеологизмов и выявлению их национально-культурной специфики. В рамках лингвострановедческого подхода, например, выделяются и классифицируются безэквивалентные экстралингвистические факторы, отраженные в компонентном составе фразеологических единиц. Реалии, характерные для данной культуры и принадлежащие к фоновым знаниям носителей языка, определяют национально-культурное своеобразие фразеологизмов [4]. Под фразеологической картиной мира мы вслед за исследователями понимаем «представления человека о себе и окружающем его мире, фиксируемые фразеологическими средствами языка и рассматриваемые как явление национально-культурного наследия» [4, с 51].

Итак, в нашей работе фразеологическая картина мира рассматривается как часть целостной языковой картины мира. Под ней подразумевается картина мира, выраженная фразеологическими средствами языка.

Цель: описание этнокультурных особенностей русских и корейских фразеологизмов с компонентом «деньги».

Фразеологизм – это устойчивое (несвободное) сочетание слов, воспроизводимое в речи носителей русского и корейского языков в качестве готовых и целостных единиц [5].

Задачи:

1. Рассмотреть русские и корейские фразеологизмы, содержащие в своей структуре компонент «деньги»

2. Выявить этнокультурную специфику употребления русских и корейских фразеологизмов с компонентом «деньги»

В Корее есть записи о том, что деньги использовались со времен Силла (одно из трех корейских государств, 57 год до н.э.). В династии Корё есть запись, что деньги Гунвон Чжунбо, сделанные из железа, были отлиты в 996 году. Во время династии Чосон использовались деньги Чосун Тонбо, но они не использовались широко, и они начали широко использоваться, когда были отлиты Санпхён Тонбо в 1633 г. В настоящее время после создания Банка Кореи используется нынешнее «вон» через несколько денежных единиц. В настоящее время существуют Ыи Сун-син в корейской валюте (рисунок генерала на копейке), Ли Хван (известный учёный-неоконфуцианец в Корее) в банкнотах по 1000 вон, И И (известный учёный-неоконфуцианец в Корее) в банкнотах по 5000 вон, император Седжонг в банкнотах по 10 000 вон и Шин Саймданг (известная женщина-каллиграф в Корее) в банкнотах по 50 000 вон [7].

Общеизвестно, что в России детям на Новый год дарят подарки. Однако в Корее существует культура, при которой семьи и родственники дают маленьким детям карманные деньги вместо подарков в течение Нового года, с этим связано особое отношение корейцев к деньгам, как к дару, счастью.

Вместе с возникновением первых древнерусских поселений в конце VIII – начале IX века на территориях этих поселений появились иностранные монеты – это серебряные монеты (дирхамы), которые в больших количествах завозились мусульманскими купцами с Ближнего Востока и из Средней Азии и их торговыми партнерами и посредниками из Хазарского каганата, а с X века – и из Волжской Булгарии.

Выпуск первых русских монет, получивших названия златников и сребреников, был осуществлен при князе Владимире Святославиче (Владимире Великом).

Для прояснения значения слова «деньги» мы обратились к этимологии слова в русском и корейском языках. В русском языке слово происходит от древнерусского «деньга» (в грам. 1361 г.), также тенка «монета» (Афан. Никит.). В корейском языке 돈- этимология не ясна, но этимология, связанная с ним, разнообразна. Она описывалась как происходящая от «돌다 долда (кружиться) [回]» или комбинации звуков «동 донг (медь) (銅)» и «은 ын (серебро) (銀)». Таким образом, мы обнаружили сходство в русской и корейской этимологии слова.

Языковым материалом нашего исследования послужили русские и корейские фразеологизмы с компонентом «деньги». Мы собрали и проанализировали 13 корейских и 22 русских фразеологизма. Рассмотрим некоторые из них.

돈을 까먹다 «растрачивать деньги». Фразеологизм имеет отрицательное значение «получив легкие деньги, быстро потратить»: существующие деньги тратятся и удаляются без особых усилий. Его интерпретируют как избавление от денег, как будто есть конфеты, поэтому это выражение, основанное на метафоре, которое сравнивает деньги с едой. Фразеологизм соответствует русскому фразеологизму «деньги как вода».

돈이 떨어지다 «Падают деньги(с неба)» – в большинстве случаев данный фразеологизм имеет хорошее значение – внезапное получение денег, как удача. Это фразеологизм, относящийся к случаю, когда деньги внезапно попадают в руки, как если бы хурма упала в рот, когда она лежала под деревом хурмы. Данный фразеологизм соответствует русскому фразеологизму «деньги падают с неба».

돈을 날리다 «потерять или уничтожить все имущество и материалы». Значение – «тратить деньги впустую»: деньги улетели, как лист, лист бумаги или птица, – это метафора чего-то, что имеет свойство летать. Деньги сравнивались с предметом, который имеет свойство «улетать». На самом деле бумажные деньги могут улетать, потому что они легкие, а иногда они уносят деньги. Соответствует русскому фразеологизму «бросать деньги на ветер».

Бросать деньги на ветер – фразеологизм означает «тратить деньги на что-то пустое, ненужное, бессмысленное». В русском и корейском языках этот фразеологизм имеет одинаковое отрицательное значение, но отношение людей к нему разное: для кого-то, купить воздушный шарик и отпустить в воздух – пустить деньги на ветер, а для кого-то – это значит доставить кому-то огромную радость, почувствовать восторг. Выражение может означать и вклад денег в дело, которое не принесёт никакой прибыли и будет убыточным. Иногда говорят «кидать или швырять деньги направо и налево», но это уже означает легко тратить деньги, по легкомыслию или показать другим своё богатство.»

Фразеологизм в русском языке строится на метафоре и своей образностью сохраняет культурную память народа. Возникновение фразеологизмов в корейском языке, в основном, связано с верованиями, обрядами, ритуалами, укладом жизни, постоянными деятельностными практиками человека. Предметы, действия, явления, их существенные характеристики, онтологические свойства, сопряженные с обрядами, ритуалами и др. непосредственно «входят» в образ фразеологизма, становятся его основой. Таким образом, источником культурной интерпретации фразеологизмов становится тип знаний: культура, этнос, миропонимание, стереотип, эталон, ритуал и т.д.

Проделанный анализ языкового материала позволил нам прийти к следующим выводам. В русском и корейском языках разное количество фразеологизмов с компонентом «деньги». В корейском языке 13 фразеологизмов: четыре фразеологизма с положительным значением, девять – с отрицательным. В русском языке двадцать два фразеологизма: восемь положительных и четырнадцать отрицательных. И русские, и корейские фразеологизмы имеют более отрицательное значение, чем положительное.

Продемонстрируем это на таких фразеологизмах: «Деньги не пахнут» (рус.) – «деньги пахнут» (кор.); «Крутить деньги» (в рус. и в кор.), «Деньги к деньгам» (рус.) – «деньги получают деньги» (кор.).

В русском и в корейском языках нами были выявлены одинаковые фразеологизмы:

돈방석에 앉다 «Сидеть на мешке с деньгами». Значение у данных фразеологизмов разное: в корейском языке «неожиданно стало много денег», в русском языке – «занимать прибыльное место». В обоих языках фразеологизм имеет положительное значение. «Деньги как вода» – в русском языке

значение «быстро тратятся», а в корейском языке имеется в виду та легкость, с которой они тратятся. В обоих языках фразеологизм имеет отрицательное значение.

Русский фразеологизм «Деньги льются как из рога изобилия» имеет интересную историю: фразеологизм является переводом латинского оборота *Cornu copiaе* и относится к древнегреческим мифам о вскармливании Зевса вскармливала молоком козы Амалфея, рог которой обернула листьями нимфа, и Зевс пообещал, что из этого рога нимфы будут получать любые блага. Сейчас фразеологизм употребляется в речи в положительном значении «без всяких ограничений, в большом количестве» и отражает веру русских людей в то, что деньги могут появиться свыше, вдруг, в знак особой благодарности.

В корейском языке -돈을 굴리다 «Крутить деньги» – значит «увеличивать прибыль, давая деньги туда и сюда». Фразеологизм отражает национальное восприятие к деньгам: корейцы считают, деньги нужно зарабатывать, деньги даются собственным трудом.

Русские используют фразеологизм «крутить деньги» в другом значении: «получать деньги от дополнительного оборота, например, (получить процент) от банковской операции»

Корейцы считают деньги счастьем: они думают, что могут быть счастливы с деньгами и жить лучше в будущем. Они думают, что деньги – это то, что им нужно, то, что они хотят, и то, что они ожидают получить как можно больше.

Русские фразеологические единицы состоят из различных по своим морфологическим свойствам слов, а большинство корейских фразеологизмов составляют сочетания, за которыми закрепились либо мифология, либо литературные произведения, либо исторические события и т.д.

Проделанный анализ позволяет нам сформулировать представление о том, как носители русского и корейского языков осмысливают окружающую действительность, а также свидетельствует о богатстве образных средств в их составе.

---

1. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. – Текст: электронный. – Москва: Издательство ИКАР, 2009. – URL: [https://methodological\\_terms.academic.ru/606/%D0%9A%D0%90%D0%A0%D0%A2%D0%98%D0%9D%D0%90](https://methodological_terms.academic.ru/606/%D0%9A%D0%90%D0%A0%D0%A2%D0%98%D0%9D%D0%90)  
Дата обращения: 24.03.20.

2. Кибрик А.А. Языковая картина мира // Энциклопедия Кругосвет. – Москва, 2002.

3. Шкатова В.В. Запутанные истории. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskaya-kartina-mira-kak-obekt-lingvisticheskogo-izucheniya/viewer>

4. Веренич Т.М. Черты национального характера во фразеологической картине мира (на материале французского и русского языков) // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы Междунар. науч. конф. – Москва, 2012. – С. 51–53.

5. Лингвистический энциклопедический словарь. – Текст: электронный. – URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary/linguistic-encyclopedia/articles/232/frazeologizm.htm>.

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЙ СОРТОВ ФРУКТОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Лу Цзяюй  
бакалавр  
Е.Н. Гускина  
преподаватель

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток. Россия*

*В данной работе рассматривается специфика наименований сортов фруктов в русском языке. Рассматриваются понятия ономастики, онимов (имен собственных), словесных товарных знаков, прагматонимов. Приводится структурная классификация названий сортов фруктов в русском языке, анализируются особенности данной классификации. Делаются выводы о системе русскоязычных наименований сортов фруктов с точки зрения принадлежности к словесным товарным знакам.*

**Ключевые слова:** *ономастика, оним, имя собственное, прагматоним, словесный товарный знак, структурная классификация.*

## LINGUISTIC FEATURES OF THE NAMES OF FRUIT VARIETIES IN THE RUSSIAN LANGUAGE

*This paper examines the specifics of the names of fruit varieties in the Russian language. The concepts of onomastics, onyms (proper names), verbal trademarks, pragmatonyms are considered. The structural classification of the names of fruit varieties in the Russian language is given, the features of this classification are analyzed. Conclusions are drawn about the system of Russian-language names of fruit varieties from the point of view of belonging to verbal trademarks.*

**Keywords:** *onomastics, onym, proper name, pragmatonym, verbal trademark, structural classification.*

Все вещи и явления в мире имеют названия. Кроме этого, люди стремятся дать особенное имя другому человеку, предмету или явлению, чтобы сделать его особенным, отличающимся от других, а также отразить особенности вещи или явления в названии. Называние, именованье, присвоение имени, процесс наименования – это номинация [5, с. 91]. В процессе наименования образуются имена собственные, или онимы. Оним (собственное имя) – это слово или словосочетание, которое служит для выделения именуемого им объекта среди других объектов: его индивидуализации и идентификации [Там же, с. 95] Онимы являются объектом изучения ономастики. Это комплексная наука собственного имени, а также сами имена собственные [6, с. 5]. Для лингвистики важно изучение структуры и семантики имен собственных. Например, В.Д. Бондалетов считает, что «в структурно-языковом плане специфика имени собственного дает себя знать обычно в области семантики» [3, с. 20].

Среди большого количества онимов, которым уделяется большое внимание лингвистов (антропонимы, топонимы, зоонимы, фитонимы, эргонимы, космонимы и др.), выделяются прагматонимы – номены для обозначения сорта, марки, товарного знака [5, с. 113]. Изучение прагматонимов особенно актуальны в настоящее время: во всем мире практически ежедневно появляется множество новых товаров и услуг самой разной направленности. Естественно, что каждый производитель чего-либо стремится назвать свой товар наиболее оригинальным и запоминающимся образом, чтобы потребитель сделал выбор именно этого продукта, а, кроме того, в дальнейшем вернулся к нему. К прагматонимам относятся в том числе словесные товарные знаки. Товарный знак – это «словесное (или иное) обозначение марки товара или вида бытовых услуг данного мастера или предприятия, охраняемое законом» (Там же, с. 134-135). Ономастику интересуют лишь словесные товарные знаки [Там же].

Важность прагматонимов, или словесных товарных знаков, состоит в том, что они выполняют важные функции, а именно: дифференцирующую (индивидуализация и различение товара разных производителей), информативную (доведение до потребителя информации о производителе продукта и о его качестве), охранную (защита оригинального товара на рынке), гарантийную (товар под данным торговым знаком должен соответствовать стандарту) и психологическую (привлечение внима-