*Специальный курс «Актуальные вопросы морфодеривации и этимология»*

*2 курс, «Русская филология. Языкознание»*

**Практическое занятие № 8**

**ЭТИМОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ АНАЛИЗА ОНИМОВ.**

**ЭТИМОЛОГИЯ ТОПОНИМОВ. СОВРЕМЕННОЕ РЕКЛАМНОЕ ИМЯ**

1. **Подготовить ответы на следующие вопросы:**
   1. Топонимика как лингвистическая дисциплина.

1.1. Связь топонимики с другими разделами языкознания.

1.2. Классификации топонимов: 1) по характеру именуемых объектов; 2) по происхождению (исторически сложившиеся и искусственные); 3) по размеру и степени известности именуемого объекта; 4) по семантике топонимов (названия от имен людей, по ремеслам, этническим группам и др.); 5) топонимы-метки и топонимы-описания; 6) топонимы-регистраторы и топонимы-пожелания; 7) топонимы по структуре; 8) по характеру топоосновы (отапелллятивного; отантропонимного и отгидронимного происхождения).

2. Современное рекламное имя (эргонимы, гемеронимы и др.) как периферия ономастической системы современного русского языка.

2.1. Структурные типы (однословные, многословные); способы образования (лексико-семантический: онимизация (простая, метафорическая, метонимическая, символическая), трансонимизация, заимствование; лексико-синтаксический; словообразовательный, комплексный; специфические) рекламных имен.

2.2. Рекламные имена в зависимости от типа номинации: 1) отобъектные, 2) отсубъектные, 3) отадресатные.

**ІІ. Выполнить следующие задания:**

**Задание 1. Объясните этимологию топонимов:** *Брест* (город в Беларуси), *Минск* (город в Беларуси), *Гродно, Витебск, Могилев, Гомель; Мухавец, Буг* (река).

**Задание 2. Выполните следующие упр.** по кн. «Белорусская ономастика. Топонимия» под. общ. ред. А.М. Мезенко. (Белорусская ономастика. Топонимика : учеб. пособие / А.М. Мезенко [и др.] ; под общ. Ред А.М. Мезенко – Минск : Элайда, 2012. – 260 с.)

- упр. 1 (стр. 32) – письменно;

- упр. 24 (стр. 43–45) – письменно;

- упр. 26 (стр. 45–47) – письменно. Ойконимы см.в упр. 7 (стр. 34–35).

**Задание 3. Определите, к какой группе рекламных имен** (прагматоним, эргоним, гемероним, геортоним) **относятся следующие названия**: *«Чабаток, «Певческое поле-96», «Полесские вкусняшки», «ЖурФАКТЫ», «Музы Несвижа», «ПлаSтформа», «Краковская особая», «Диван Диваныч», Республиканский фестиваль национальной драматургии им. В.И. Дунина-Марцинкевича, «Белорусские фанфары», КОП, «Голас часу», «Веснік Брэсцкага ўніверсітэта», «Перья», «Жниво», «Секрет от мясника», «Айболит», Белтепломашстрой, «Беларусь».* **Прокомментируйте свой выбор.**

**Задание 4. Определите способ образования следующих прагматонимов** (*печенье «Браво», печенье «ALPELLA»*, *пряники «Ностальжи», хлеб* *«Знаёмы»*, *печенье «Валентинки»*, *сушки «Белоснежка», «Ячменный колос», набор пирожных «На удачу», кекс «Сладушка»*)**и эргонимов** *(клуб «Олимп», (ГУО «Брестский областной центр детско-юношеского туризма и экскурсий», ЗАО «Западгазсервис», салон плитки «Квадрат», газета «Компьютерра», ЦУМ, магазин «Супертрубы», сеть супермаркетов «Евроопт», «Блестящие», выставка-продажа «Шубамания», напиток «Fanta», фабрика крупяных изделий «Крупно», капли «Длянос», компьютерный клуб «КамЧАТка», кафе «Угощай-ка», магазин «Твойдодыр», газета Автобизнес-Weekly, магазин для будущих мам и детей «Kenga.ru»*

**Задание 5. Определите тип рекламного имени в зависимости от принципа номинации товара:** *салон «Елена», свадебный салон «Медовый месяц», магазин «Ковры», группа «Чиж & Со», ресторан «Брест», компания OPEL, магазин «Могилёвский текстиль», мастерская Виктории Фетисовой, агентство «Ваш праздник», свадебный салон «Золушка», предприятие по изготовлению мебели «Гудвин».*

**Задание 6. Приведите примеры интересных, на Ваш взгляд, рекламных имен (из ономастического пространства города Бреста, Беларуси), которые иллюстрируют установку на языковую игру.**

**Задание 7. Дайте имя новым объектам:** *парфюмерной фабрике, фирменной продукции этой фабрики, молодежной телепередаче, фестивалю студенческих команд КВН.* **Опишите особенности номинативной ситуации, в которой происходит присвоение названия, мотивируйте выбор принципа номинации и способа образования онима, а также выбор паралингвистических средств.**

**Задание 8. Оцените, насколько удачны следующие рекламные имена:** *конфета «Му-му», крем «Калодерма», магазин «Кураре», водка «Холодный рай», турфирма «Асама», батончик сливочный «Мордоклейка», кондитерская фабрика «Меньшевик».*

Доцент Л.А. Годуйко