

НОМІНАЦІЙНІ МОДЕЛІ НА ПОЗНАЧЕННЯ БОРОШНЯНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Дурдисв Д., гр. МВ-27

Науковий керівник – доц. Л.Я. Сапожнікова

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Дослідження української мови через номінаційні моделі денотатів дозволяє виявити її специфіку, встановити закономірності й типологічність. Таким чином, ми маємо на меті продемонструвати номінаційні моделі в українській мові на прикладі борошняних виробів, оскільки хліб завжди був у великій пошані, а страви з борошна посідали чільне місце на столі.

Образний характер відображення дійсності являє собою один з видів мислення. Мовна картина світу є формою структурування зовнішнього й внутрішнього світу людини, відображає його в дзеркалі мови (спостереження Н.А. Уфимцевої, А.С. Вержбицької), кодує за допомогою мовних знаків. Провідна ознака, покладена в основу номінації того чи іншого предмета або явища дійсності, називається мотивею. Форма випікання є поширеною мотивею для найменування виробів з борошна. Таким чином, ми спостерігаємо в українській мові номени «рогалик», «роги» (розм.), «ріжок», оскільки такі вироби нагадують ріг худоби. З борошна випікають «підківки», що формою повторюють підкови для кінського копита. Ознака вигнутості стала домінуючою в перенесенні назви. В Україні в день Сорока святих готували виріб з тіста, що нагадував пташку жайворонка – провісника весни. Куляста форма послужила мотивуючою ознакою для назви «булка» – «хлібець із пшеничного борошна круглої або овальної форми». Походить з французької *boule* «куля», «хлібець кулястої форми», також відповідник з голландської *bolle* «куля», «булка. Досить часто назви борошняних виробів асоціюються з предметами, що мають різну форму. Назва «шишка» (в українській культурній традиції – це «весільний обрядовий хліб, спеціально випечений та прикрашений», як зазначає В. Жайворонук у словнику «Знаки української етнокультури») відображає схожість за формою з шишкою. Українці мають традицію називання продуктів печива за назвами птахів і тварин: заєць, овечка, котик, тигр (випускає Харківська бісквітна фабрика).

Отже, аналіз найменувань борошняних виробів виявив образний характер мислення українців, відбитий у моделюванні специфічних мовних назв.