

4. Смик О. І. Якою мовою говорять у раю. Тернопіль: ТзОВ «Терно-граф», 2014. 152 с.
5. Смик О. І. До неба і вище. Тернопіль: Підручники і посібники, 2012. 160 с.
6. Смик О. І. Карамельки світу. Тернопіль: ТзОВ «Терно-граф», 2015. 112 с.
7. Мойсієнко А.К. Заголовок як конструктивний елемент сонетного тексту. *Мова: класичне, модерне, постмодерне*. Київ 2021. Вип.7. С.22-34.

Христина Сагайдак,
магістрантка
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка;
науковий керівник - кандидат філологічних наук,
доцент Галина Бачинська

СТРУКТУРНО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Назви харчових продуктів, особливо кондитерських виробів, виконують не лише функцію позначення товару, а й виступають важливим засобом маркетингу. Вони мають привертати увагу, вирізнитися милозвучністю та легко запам'ятовуватися. Саме тому їхній лінгвістичний аналіз становить науковий інтерес.

Мовні особливості комерційних назв солодоців розглядалися у працях зарубіжних та українських ономастиків (Г. Бачинська, М. Тишковець, Л. Сапожнікова, Н. Сизоненко та ін.).

У сучасних найменуваннях кондитерських виробів виразно переважають іменникові форми, що зумовлено їхньою основною номінативною роллю. Саме іменник становить ядро назви, тоді як інші елементи (прикметники, означення, уточнювальні компоненти) виконують функції конкретизації або надання експресивності. Аналіз зібраного матеріалу показав, що більшість назв представлена або простими іменниками, або синтаксично організованими словосполученнями з іменником у ролі головного компонента.

Найпростішими за будовою є моноксемні (однокомпонентні) назви, які можуть бути як кореневими, так і суфіксальними. До корневих, зокрема,

належать «Ліщина», «Ромашка», «Ластівка», «Буревісник», «Ажіотаж», «Стимул», «Гулівер», «Любимов». Основою таких найменувань часто слугують апелювативні іменники або власні назви (антропоніми, міфоніми), що виконують брендову функцію: «Наполеон», «Кара-Кум», «Карпати» тощо.

Особливо продуктивними є суфіксальні утворення, які надають назвам емоційного забарвлення. Наприклад, «Корівка» (корінь корів- + суфікс -к-а), «Ягідка», «Бджілка», «Вишенька», «Полуничка», «Зернятко» (суфікс -ятк-), «Насіннячко» (-нн- + -ячк-), «Горішок» (-ок), «Білочка» (-очк-), «Ведмедик» (-ик), «Купідончик» (-чик). Суфікси -к(а), -ик, -очк-, -еньк-, -оньк- виконують не лише словотвірну, а й прагматичну функцію: вони створюють відтінок «лагідності», «домашності», «дитячості», що підсилює маркетингову привабливість назв.

До монолексемних належать і запозичені найменування: «Мафін», «Брауні», «Трюфель», «Фондан». У таких випадках простежується або повне запозичення без змін, або часткова адаптація до української фонетико-морфологічної системи. Зокрема, «трюфель» має французьке походження (truffe), але функціонує в українській мові як іменник чоловічого роду.

Двокомпонентні назви є найпродуктивнішими (приблизно 45%). Найчастіше вони будуються за моделлю прикметник + іменник: «Червоний мак», «Лісова ягідка». У таких прикладах прикметник виконує роль семантичного уточнювача (вказує на смак, колір, асоціації або локалізацію). Інший різновид становлять конструкції типу іменник + іменник або іменник із прикладкою: «Цукерки Грибочки» (метафора за формою), «Морські камінчики», «Ведмедик у лісі», «Слава князів Острозьких», «Гостинець з Рівненщини». Зокрема, у назві «Ведмедик у лісі» використано синтаксичну модель із прийменником, де компонент «у лісі» конкретизує локативну ознаку й формує образність. Поширеними є також конструкції з уточнювальними елементами: «Чорнослив з горіхом», «Курага з горіхом», «Персик з горіхом», «Яблуко з журавлиною». У цих випадках реалізується модель іменник + прийменникова група, яка відображає склад продукту.

Багатокомпонентні (полілексемні) назви характеризуються складнішою синтаксичною структурою й виконують передусім інформативну функцію. Наприклад: цукерки «*Ma'cherie Чорнослив з волоським горіхом*», торт «*Крем-мус вишня-мак*», «*Заварні тістечка з ванільним кремом*», печиво «*Delicia Джулія цукрове зі смаком пряженого молока*». Такі найменування мають багаторівневу організацію, поєднуючи бренд, індивідуальну назву та описові характеристики продукту. Окрему групу становлять редульковані назви: «*Ко-Ко*», «*Цьом-Цьом*», «*Му-Му*», «*Бом-Бом*», «*Fru-Fru*», «*Mi-mi*». Їхня структура базується не на афіксації, а на повному чи частковому повторенні кореня. Завдяки цьому досягається ритмічність, звукова виразність і підвищена експресивність.

У формуванні назв значну роль відіграють словотвірні механізми, засновані на метафоричних і метонімічних перенесеннях. Метонімія в таких найменуваннях реалізується через різні семантичні ознаки, зокрема:

- за смаковими характеристиками («*Ванільне*», «*Банан*», «*Горіхові ласощі*»);
- за складом продукту («*З кокосом*», «*Метеорит арахісово-медовий*»);
- за територіальною або культурною прив'язкою («*Українське*», «*Рівненщина туристична*»);
- за формою чи різновидом («*Асорті*», «*Мультимікс*»).

Окремо вирізняється використання архаїзованої лексики в назвах, як от «*Пані Валевська*», «*Чорний граф*», «*Князів Острозьких*», «*Кайзервальд*», «*Бернардинка*», «*Фрау Цимер*». Такі найменування створюють ефект історичної або культурної стилізації, надаючи продукту додаткового символічного змісту.

Сучасні найменування кондитерських виробів вирізняються впорядкованістю та чіткою прагматичною орієнтацією. У їхній будові домінують іменникові моделі — як однокомпонентні, так і двокомпонентні. Водночас активно залучаються зменшувально-пестливі суфікси, прийоми редулькації, а також іншомовні запозичення. Система назв кондитерських виробів формується під впливом не лише мовних, а й маркетингових чинників.

Вона поєднує інформативність із емоційною виразністю, що сприяє створенню привабливого образу продукту та підсилює його конкурентоспроможність на ринку.

Список використаної літератури

1. Бачинська Г. В., Тишковець М. Фонетичні та лексико-семантичні особливості прагмонімів (на матеріалі кондитерських виробів). *Наукові записки Тернопільського нац. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка. Серія: Мовознавство*. 2019. Вип. 1(27). С. 22–26.
2. Борисова А. О., Сапожнікова Л. Я. Структурні та мотиваційні типи номінації кондитерських виробів. *Наукові записки Нац. ун-ту «Острозька академія». Серія «Філологія»*. 2019. Вип. 6(74). С. 133–135.
3. Карпенко Ю. О. Структурні та словотвірні особливості власних назв / Ю. О. Карпенко. *Філологічні студії*. 2015. Вип. 12. С. 56–63.
4. Каленюк О. В., Воронюк О. М., Сизоненко Н. М. Структурно-граматичні моделі назв кондитерських виробів. *Наукові записки з мовознавства*. 2017. № 10. С. 78–85.

Єва Серкіз,
магістрантка,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка;
науковий керівник – кандидат філологічних наук,
доцент Галина Бачинська

ОНОМАСТИЧНИЙ ПРОСТІР ЯК ЗАСІБ ХУДОЖНЬОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ У РОМАНІ ЖАННИ СЛОНЬОВСЬКОЇ «ОСТРІВ»

Мова художнього тексту є складною системою виражальних засобів, серед яких важливе місце посідає пропріальна лексика. Використання власних назв у художній літературі не є випадковим, а зумовлене авторською інтенцією. У тексті оніми виконують не лише номінативну, а й стилістичну, символічну та семантичну функції, формуючи цілісний художній простір.

Власні назви у художніх творах є об'єктом дослідження багатьох науковців. У сфері літературної ономастики активно працювали й працюють