

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

Кафедра русского языка и межкультурной коммуникации

ТЕОРИЯ НОМИНАЦИИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к практическим занятиям для студентов магистратуры
направления подготовки 42.04.02 «Журналистика»
всех форм обучения

Воронеж 2024

УДК 81(07)
ББК 81.2я73

Составитель:
д-р филол. наук С.А. Скуридина

Теория номинации: методические указания к практическим занятиям для студентов магистратуры направления подготовки 42.04.02. «Журналистика» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»; сост.: С. А. Скуридина. - Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2024. - 16 с.

Методические указания разработаны с целью организации практических занятий обучающихся по дисциплине «Теория номинации». Приводится примерная тематика исследовательских работ, кейсовые и тестовые задания, а также прикладные и стандартные задачи.

Предназначены для студентов направления подготовки 42.04.02 «Журналистика» всех форм обучения.

Подготовлены в электронном виде и содержатся в файле МУ_Теор номин_маг_2024.pdf.

УДК 81(07)
ББК 81.2я73

Рецензент - Н.Б. Бугакова, д-р филол. наук, доц. кафедры русского языка и межкультурной коммуникации ВГТУ

*Издается по решению редакционно-издательского совета
Воронежского государственного технического университета*

Целями освоения дисциплины «Теория номинации» является освоение понятий номинации и нейминга; овладение принципами эффективного наименования в массовой коммуникации.

Тематика лекционных и практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела
1	Лингвистическая сущность и аспекты номинации. Роль и место теории номинации в СМИ	Понятие номинации и нейминга. Нейминг как составляющая брендинга.
2	Системно-структурный аспект номинации	Виды наименований. Проблема супплетивизм в системе нормативной деривации. Проблема отнесения предложения к числу номинативных единиц
3	Деривационный аспект номинации	Основные способы русской номинации. Проблема освоения иноязычных номинаций. Сущность и механизмы деривационной номинации. Способы создания аналитических номинаций
4	Прагматический аспект номинации	Прагматические особенности номинативных единиц. Стилистическая специфика номинативных единиц.
5	Когнитивный аспект номинации	Номинация и значение. Роль номинации в формировании языковой картины мира. Национальная специфика русской номинации

6	Медианейминг	Принципы медианейминга. Особенности разработки эффективного названия в СМИ.
---	--------------	--

Образцы тестовых заданий

1. Какое явление изучает теория номинации?
 - А. Процесс называния объектов действительности.
 - Б. Процесс создания новых языковых единиц.
 - В. Процесс образования значений языковых единиц.
 - Г. Процесс изменения звукового облика языковой единицы.

2. Что такое номинация?
 - А. Процесс называния объекта действительности.
 - Б. Результат процесса называния.
 - В. Процесс создания новой языковой единицы.
 - Г. Процесс образования значения языковой единицы.

3. Что является результатом процесса номинации?
 - А. Появление нового слова.
 - Б. Изменение значения слова.
 - В. Изменение звучания слова.
 - Г. Все вышеперечисленное.

4. Что может стать причиной появления нового слова?
 - А. Потребность назвать новый объект действительности.
 - Б. Потребность выразить новое понятие.
 - В. Желание разнообразить свою речь.
 - Г. Все вышеперечисленное.

5. Что может стать причиной изменения значения слова?
 - А. Развитие общества.
 - Б. Изменение потребностей общества.
 - В. Контекст употребления слова.
 - Г. Все вышеперечисленное.

6. Что может стать причиной изменения звучания слова?
 - А. Закономерности развития языка.
 - Б. Влияние других языков.

- В. Различные фонетические процессы.
- Г. Все вышеперечисленное.

7. Какие типы номинации существуют?

- А. Первичная и вторичная.
- Б. Производная и непроизводная.
- В. Свободная и несвободная.
- Г. Все вышеперечисленное.

8. Что такое первичная номинация?

- А. Создание имени для нового объекта действительности.
- Б. Создание имени для уже существующего объекта действительности.
- В. Создание имени для абстрактного понятия.
- Г. Все вышеперечисленное.

9. Что такое вторичная номинация?

- А. Использование имени одного объекта для называния другого объекта.
- Б. Использование имени одного объекта для называния его части или признака.
- В. Использование имени одного объекта для называния действия, связанного с этим объектом.
- Г. Все вышеперечисленное.

10. Что такое производная номинация?

- А. Создание имени с помощью словообразовательных средств.
- Б. Создание имени без использования словообразовательных средств.
- В. Использование имени одного объекта для называния другого объекта.
- Г. Все вышеперечисленное.

Задания для решения стандартных задач

Выполните задания теста, обосновав свой ответ

1. Придумайте название для магазина женской одежды.

Варианты ответов:

- А. «Шарм».
- Б. «Модница».
- В. «Престиж».
- Г. «Элегант».
- Д. «Красотка».

2. Придумайте название для магазина детской одежды.

Варианты ответов:

- А. «Малыш».
- Б. «Карапуз».

- В. «Непоседа».
- Г. «Солнышко».
- Д. «Колобок».

3. Придумайте название для магазина игрушек.

Варианты ответов:

- А. «Мир детства».
- Б. «Веселый зайчик».
- В. «Умка».
- Г. «Теремок».
- Д. «Золотой ключик».

4. Придумайте название для магазина спортивных товаров.

Варианты ответов:

- А. «Олимп».
- Б. «Атлет».
- В. «Чемпион».
- Г. «Спринт».
- Д. «Старт».

5. Придумайте название для магазина книг.

Варианты ответов:

- А. «Читай-город».
- Б. «Литера».
- В. «Букварь».
- Г. «Знание».
- Д. «Бестселлер».

6. Придумайте название для магазина косметики.

Варианты ответов:

- А. «Роскошь».
- Б. «Сияние».
- В. «Красота».
- Г. «Шарм».
- Д. «Грация».

7. Придумайте название для магазина парфюмерии.

Варианты ответов:

- А. «Аромат».
- Б. «Восточный экспресс».
- В. «Французский шик».
- Г. «Духи мира».
- Д. «Запах роскоши».

8. Придумайте название для магазина бытовой техники.

Варианты ответов:

- А. «Техномир».
- Б. «Электроника».
- В. «Техно+».
- Г. «Техномаркет».
- Д. «Бытовая техника».

9. Придумайте название для магазина мебели.

Варианты ответов:

- А. «Комфорт».
- Б. «Мебельград».
- В. «Интерьер».
- Г. «Диван Диваныч».
- Д. «Уют».

10. Придумайте название для магазина подарков.

Варианты ответов:

- А. «Подарок».
- Б. «Сувенир».
- В. «Дарите радость».
- Г. «Поздравление».
- Д. «Сюрприз».

Задания для решения прикладных задач

Выполните задание теста, обосновав свой ответ.

1. Выберите наиболее подходящее название для сети магазинов модной одежды:

- а) Мечта о моде;
- б) Модный стиль;
- в) Трендовые люди;
- г) Модная жизнь.

2. Какое название лучше всего подойдёт для магазина женской одежды больших размеров:

- а) Размер королевы;
- б) Большая леди;
- в) Размер плюс;
- г) Женщина XXL.

3. Выберите название для компании, которая занимается производством мебели:

- а) Идея домашнего уюта;
- б) Искусство дерева;
- в) Стиль комфорта;
- г) Дизайн интерьера.

4. Какое название лучше всего подойдёт для ресторана японской кухни:

- а) Дом суши;
- б) Гриль Токио;
- в) Бар рамэн;
- г) Клуб васаби.

5. Выберите название для компании, которая занимается производством и продажей спортивного питания:

- а) Спортивное питание;
- б) Сила питательных веществ;
- в) Магазин протеина;
- г) Энергетический диетный магазин.

6. Какое название лучше всего подойдёт для магазина детских игрушек:

- а) Страна игрушек;
- б) Счастливые дети;
- в) Игровая площадка;
- г) Мир веселья.

7. Выберите название для фитнес-клуба:

- а) Фитнес-клуб;
- б) Центр гимнастики;
- в) Линия тела;
- г) Спортивная жизнь.

8. Какое название лучше всего подойдёт для магазина товаров для дома:

- а) Декор дома;
- б) Товары для дома;
- в) Домашний стиль;
- г) Магазин интерьера.

9. Выберите название для компании, которая занимается производством и продажей нижнего белья:

- а) Бельевая мода;
- б) Интимная одежда;
- в) Магазин нижнего белья;

г) Кружевной секси.

10. Какое название лучше всего подойдёт для магазина косметики и парфюмерии:

- а) Мир красоты;
- б) Рай косметики;
- в) Магазин парфюмерии;
- г) Магазин макияжа.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Лингвистические науки, изучающие специфику номинации.
2. Ономастика, теория номинации, нейминг: особенности взаимодействия.
3. Основные способы русской номинации
4. Особенности номинативной деривации.
5. Когнитивный аспект номинации.
6. Аналитические номинации.
7. Прагматический аспект номинации.
8. Системно-структурный аспект номинации.
9. Рекламное имя как факт языка. Его основные функции и специфика.
10. Правила создания эффективных рекламных имен.
11. Заголовок и слоган в рекламном тексте: проблемы соотношения.
12. Роль паралингвистических компонентов в создании рекламного имени.
13. Особенности номинаций в разных профессиональных сферах.
14. Медианейминг.
15. Прецедентное имя и его функции.

Кейсы

Кейс-метод обучения - это техника, которая использует описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них.

Применение кейс-метода позволяет:

- реализовать проблемное обучение;
- оценить сформированность компетенций;
- развивать междисциплинарные знания и умения;
- развивать метапредметные знания и умения, в том числе коммуникативные навыки и soft skills: умение работать в команде,

проявлять гибкость, улаживать конфликтов, умение убеждать и искать компромиссы.

Кейсы помогут студентам понять, как применять методы журналистики данных на практике, развить навыки работы с данными, научиться делать выводы на их основе, освоить новые методы анализа и визуализации данных, а также научиться работать с большими объемами информации.

Кейс 1

Анализ лексической номинации

1. Исследуйте историю возникновения и эволюции термина «глобализация» в различных языках. Какие смысловые оттенки этот термин приобрел со временем?
2. Проведите анализ концепта «дом» в разных культурах и языках. Как значение этого понятия меняется в зависимости от контекста?

Кейс 2

Отражение социальных процессов в номинациях

1. Проанализируйте, как отражаются социальные процессы в создании новых терминов в области информационных технологий. Приведите примеры новых терминов и объясните их происхождение.
2. Рассмотрите, как изменение социального статуса женщины влияет на использование терминов, связанных с профессией и карьерой. Приведите конкретные примеры из английского и русского языков.

Кейс 3

Лексическая синонимия и антонимия

1. Изучите различные способы создания синонимов и антонимов в русском языке. Приведите примеры из различных областей знаний и поясните их смысл.
2. Исследуйте влияние исторических и культурных факторов на формирование синонимов и антонимов в русском языке. Приведите примеры и объясните их происхождение.

Кейс 4

Полисемия и омонимия

1. Проанализируйте примеры полисемии и омонимии в русском языке. Каковы причины появления этих явлений?
2. Рассмотрите случаи, когда употребление многозначных слов может привести к недоразумениям. Приведите примеры из литературы или повседневной речи.

Кейс 5

Социальная оценка через номинации

1. Проанализируйте, как социальная оценка отражается в номинациях, связанных с деятельностью известных личностей. Приведите примеры

положительных и отрицательных оценок в отношении одной и той же личности.

2. Рассмотрите, как социальные стереотипы влияют на выбор номинации для определенных групп людей. Приведите примеры и объясните их значение.

Кейс 6

Номинативные процессы в современном мире

1. Исследуйте, как новые технологии и инновации влияют на создание новых терминов и понятий. Приведите примеры из области робототехники, искусственного интеллекта и других современных направлений науки и техники.

2. Проанализируйте, как изменения в общественной жизни и культуре влияют на развитие новых номинаций в литературе, музыке и других видах искусства. Приведите примеры и объясните их значимость.

Кейс 7

Языковая игра и креативная номинация

1. Изучите примеры языковой игры в современной рекламе и массовой культуре. Как создатели используют игру слов для привлечения внимания аудитории?

2. Рассмотрите, как творческие подходы к созданию имен могут способствовать успешному продвижению товаров и услуг. Приведите примеры из практики маркетинга.

Кейс 8

Эволюция научных терминов

1. Исследуйте историю происхождения научного термина «эволюция». Как менялось его значение и применение в различных научных дисциплинах?

2. Проанализируйте, как современные научные достижения и открытия влияют на создание новых терминов и понятий. Приведите примеры из биологии, физики и других наук.

Кейс 9

Концептуальный анализ номинаций

1. Проведите концептуальный анализ термина «демократия» в различных культурах и языках. Как понимание этого понятия отличается в разных контекстах?

2. Рассмотрите, как понятия, связанные с экологией, интерпретируются в различных языковых сообществах. Приведите примеры и объясните их различия.

Кейс 10

Компаративный анализ номинаций

1. Сравните способы создания терминов в различных языках. Приведите примеры из русского, английского и китайского языков.
2. Проанализируйте, как названия одних и тех же объектов могут отличаться в разных языках. Приведите примеры и объясните причины таких отличий.

Кейс 11: Номинация и межкультурная коммуникация

1. Исследуйте, как культурные особенности влияют на восприятие и использование номинаций. Приведите примеры из различных культур и объясните их значение.
2. Рассмотрите, как перевод текстов на разные языки может повлиять на понимание.

Темы для научного исследования

1. Исследуйте историю возникновения и эволюцию термина «глобализация» в различных языках. Какие смысловые оттенки этот термин приобрел со временем?
2. Проведите анализ лексемы «дом» в разных культурах и языках. Как значение этого понятия меняется в зависимости от контекста?
3. Проанализируйте, как отражаются социальные процессы в создании новых терминов в области информационных технологий. Приведите примеры новых терминов и объясните их происхождение.
4. Рассмотрите, как изменение социального статуса женщины влияет на использование терминов, связанных с профессией и карьерой. Приведите конкретные примеры из английского и русского языков.
5. Изучите различные способы создания синонимов и антонимов в русском языке. Приведите примеры из различных областей знаний и поясните их смысл.
6. Исследуйте влияние исторических и культурных факторов на формирование синонимов и антонимов в русском языке. Приведите примеры и объясните их происхождение.
7. Проанализируйте примеры полисемии и омонимии в русском языке. Каковы причины появления этих явлений?
8. Рассмотрите случаи, когда употребление многозначных слов может привести к недоразумениям. Приведите примеры из литературы или повседневной речи.
9. Проанализируйте, как социальная оценка отражается в номинациях, связанных с деятельностью известных личностей. Приведите примеры положительных и отрицательных оценок в отношении одной и той же личности.

10. Рассмотрите, как социальные стереотипы влияют на выбор номинации для определенных групп людей. Приведите примеры и объясните их значение.
11. Исследуйте, как новые технологии и инновации влияют на создание новых терминов и понятий. Приведите примеры из области робототехники, искусственного интеллекта и других современных направлений науки и техники.
12. Проанализируйте, как изменения в общественной жизни и культуре влияют на развитие новых номинаций в литературе, музыке и других видах искусства. Приведите примеры и объясните их значимость.
13. Изучите примеры языковой игры в современной рекламе и массовой культуре. Как создатели используют игру слов для привлечения внимания аудитории?
14. Рассмотрите, как творческие подходы к созданию имен могут способствовать успешному продвижению товаров и услуг. Приведите примеры из практики маркетинга.
15. Исследуйте историю происхождения научного термина «эволюция». Как менялось его значение и применение в различных научных дисциплинах?
16. Проведите анализ концептуальной структуры имени собственного города.
17. Опишите, какие языковые средства используются для создания коннотаций в названиях улиц вашего города.
18. Проанализируйте названия различных учреждений и организаций в вашем городе с точки зрения их семантики и прагматики.
19. Исследуйте, как изменялись названия географических объектов в вашей местности со временем и почему.
20. На основе анализа названий продуктов питания определите, какие аспекты их характеристики выражаются в наименовании.
21. Опишите основные способы образования русских фамилий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Использование аббревиатурного метода в нейминге / И. П. Лапинская, М. А. Денисова // Актуальные проблемы профессионального образования: подходы и перспективы, научно-практическая конф. Материалы 9-ой международной, научно-практической конференции "Актуальные проблемы профессионального образования: подходы и перспективы" (31 мар. - 1 апр. 2011). - Воронеж : Научная книга, 2011. - С. 161-163.
2. Косых Е. А. Русская ономазиология : учебное пособие / Е. А. Косых ; Е. А. Косых. Русская ономазиология ; 2026-01-07. - Барнаул : Алтайский государственный педагогический университет, 2016. - 99 с. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 07.01.2026 (автопродлонгация). - ISBN 978-5-88210-819-8. URL: <http://www.iprbookshop.ru/102773.html>
3. Нейминг в Воронеже как отражение динамического состояния языка (по данным анкетирования) / И. П. Лапинская, М. А. Денисова // Инновационные процессы в лингводидактике. - Воронеж : ФГБОУ ВПО "Воронежский государственный технический университет", 2014. - Вып. 12. - С. 14-23.
4. Нейминг в динамике синхронии языка / И. П. Лапинская, Т. И. Буковшина, М. А. Денисова // Инновационные процессы в лингводидактике. - Воронеж : ГОУВПО "Воронежский государственный технический университет", 2010. - Вып. 8. - С. 60-71.
5. Скуридина С.А. Ономастический код художественных текстов Ф.М. Достоевского. - Воронеж, 2022. - 341 с.
6. Становление семантики коммерческих номинаций (по материалам нейминга в Воронеже) / И. П. Лапинская, М. А. Денисова, Т. И. Буковшина // Инновационные процессы в лингводидактике. - Воронеж : ФГБОУ ВПО "Воронежский государственный технический университет", 2012. - Вып. 10. - С. 9-17.
7. Статус мотивированного признака номинации в языке рекламы / И. П. Лапинская, М. А. Денисова // Инновационные процессы в лингводидактике. - Воронеж : ФГБОУ ВПО "Воронежский государственный технический университет", 2015. - Вып. 13. - С. 13-19.
8. Стиль рекламы: речевые формы : Монография / И. П. Лапинская ; под ред. Лапинской И.П. - Воронеж : ФГБОУ ВО "Воронежский государственный технический университет", 2016. - 161 с. - ISBN 978-5-7731-0465-0
9. Что в имени? : Монография / М. А. Денисова ; под ред. Лапинской И.П. - Воронеж : ФГБОУ ВО "Воронежский государственный технический университет", 2016. - 219 с. - ISBN 978-5-7731-0463-6 : 300-00; 150 экз.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Тематика лекционных и практических занятий.....	3
Образцы тестовых заданий	4
<hr/>	
Задания для решения стандартных задач.....	5
Задания для решения прикладных задач.....	7
<hr/>	
Вопросы для подготовки к зачету.....	9
Кейсы.....	9
Темы для научных исследований.....	12
<hr/>	
Библиографический список.....	14

ТЕОРИЯ НОМИНАЦИИ
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к практическим занятиям для студентов магистратуры
направления подготовки 42.04.02 «Журналистика»
всех форм обучения

Составитель:

Скуридина Светлана Анатольевна

Издается в авторской редакции

Компьютерный набор С.А. Скуридиной

Подписано к изданию 11.10.2024.
Уч.-изд. л. 1,5.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»
394006 Воронеж, ул. 20-летия Октября, 84