

РУССКИЙ ЯЗЫК

Автор:

Маёрова Диана Павловна

ученица 6 «А» класса

Руководитель:

Синица Александра Игоревна

магистр, учитель

ГБОУ СОШ №531 Красногвардейского района

г. Санкт-Петербург

УМЕНЬШИТЕЛЬНОСТЬ КАК РЕКЛАМНЫЙ ХОД

Аннотация: в данной работе рассмотрены вопросы уменьшительности и ласкательности в речи, использования диминутивов в наименованиях различных товаров и услуг. Представленный материал может быть интересен как педагогам школ, выступающим в роли научных консультантов, руководителям учебно-исследовательских и проектных работ, так и самим учащимся, обращающим внимание на современные языковые тенденции.

Ключевые слова: тенденция, транскрипция, диминутив, оттенок уменьшительности и ласкательности, уменьшительно-ласкательный суффикс.

В современном русском языке, особенно среди молодёжи, появилась тенденция смягчать свою речь в характеристике какой-либо ситуации или какого-либо предмета. Например, *гламурненько* – «гламур» – это всего лишь русская транскрипция английского *glamour*, что переводится как «шарм», «обаяние», «очарование», красиво, шикарно. Я обратила внимание на тенденцию использования диминутивов в русском языке, а точнее в рекламных наименованиях и брендах. Но что же такое диминутив, и в чем его особенность?

«Диминутив – уменьшительное имя, производное существительное или прилагательное, имеющие значение чего-либо малого. Диминутивы образуются при помощи суффиксов субъективной оценки. Такие слова имеют добавочный

эмоционально-экспрессивный оттенок ласкательности, сочувствия или, наоборот, уничижительности, пренебрежения в зависимости от контекста» [1, С. 31].

В русском языке диминутивы образуются с помощью суффиксов, выражающих оттенки уменьшительности, ласкательности, а именно:

-ек, -ик, -чик

например: орешек, ковшик, ящичек, ключик.

-ец, -иц-а

например: хлебец, метелица.

-ец-о, -иц-е

например: письмецо, зданьице.

-оньк-, -еньк-

например: березонька, реченька.

-ечк- -ичк-

например: семечко, пальчик.

-ышк-, -ушк-, -юшк-, -ишк

например: солнышко, кумушка, волюшка, шалунишка.

Современное поколение предпочитает смягчать своё обращение друг к другу, например, вместо обращения «дорогой» используют «дорогуша», не взирая на оттенок значения данного слова; реагируя на разные внешние события, слово опять же может приобрести уменьшительно-ласкательный оттенок – «дождик начинается», «солнышко светит». Стоит вспомнить киевского князя Владимира Святославича, который стал одним из героев многочисленных былин и сказок под именем «Владимира Красное Солнышко». Раньше традиция смягчать свою речь была оправданной, ласковые обращения друг к другу – голубушка, любушка, сейчас же не все ситуации использования уменьшительно-ласкательных суффиксов оправданны, да и не всегда они смягчают речь, чаще всего они вызывают неприязнь своей слащавостью. По мнению А. Вежбицкой, в русском языке «не существует запретов, мешающих им выразить свою любовь к взрослому человеку, и поскольку мужчины у них в этом отношении не отличаются от

женщин» [2, С. 58], ласкательные формы слов (диминутивы), которые большей частью использовались для обращения к детской аудитории, перешли в обращение между представителями обоих полов независимо от возраста. Отсюда следует вывод, что «в русской культурной традиции исключительно важную роль играет степень интимности личных отношений» [2, С. 58].

Использование диминутивов в обществе полностью отражается через уменьшительность в рекламе. Обратимся к современным брендам, например, «*Малышок*». Данное слово образовано с помощью суффикса –ишк со значением уменьшительности. Такой способ словообразования можно считать оправданным, так как с помощью данного смягчения обыгрывается направленность данной продукции: «*Малышок*» – это линия продуктов для детей с рождения. В наименованиях своих товаров Бренд «*Малышок*» используют формы слов с уменьшительно-ласкательным оттенком. Примеры: детское печенье, пшенично-овсяная кашка, яблочко для детей, яблочки. Такое словообразование обычно используют родители в обращении к своим детям. Необходимость использования диминутива определяет чрезвычайно широкое его употребление в детской речи, а также в речи, обращенной к детям. уменьшительные имена морфологически однотипны, а значит, проще усваиваются и становятся базой для дальнейшего словообразования. Кроме того, детской речи свойственно и обратное словообразование. Обратимся к следующему примеру. Питьевая вода «*Росинка*» — очень интересное и удачное название для воды. Стоит обратить внимание на замысел создателей такого названия, а именно на то, какие же значения имеет данное слово, и какое из этих значений имелось ввиду. Обратимся к определению из Толкового словаря русского языка под редакцией Д.Н. Ушакова:

Росинка, росинки, ж. 1. Капля росы. Стенки горшка покрыты росинками, точно бисером. Тургенев. 2. Крупица, крупинка, зерно (обл.). Маковой росинки (или ни росинки) во рту не было (разг.) – ничего не ел. *Я ведь и забыл: у меня нынче с утра во рту маковой росинки не было.* Гончаров.

Следующий пример – это популярная шоколадка «Алёнка». Шоколад «Алёнка» – молочный шоколад, изготавливавшийся в СССР с 1965 года, а позднее производимый в России. Почему же молочная шоколадка носит именно такое название? Конечно, главное стремление – выделяться на рынке одноименных товаров и услуг. Так почему же не создать такое название, которое запомнится всеми, будет иметь более приятное на слух название, пусть даже сопоставимое с романтическим русским именем.

Данные примеры подтверждают слова А. Вежбицкой: «русские считают крайне важным передать все оттенки возникающих между людьми чувств и все перемены и колебания в отношениях между ними» [2, С. 58]. Использование уменьшительно-ласкательных форм в рекламе помогает влиять на выбор покупателя, привлекая внимание своим названием. В моей картотеке собрано еще несколько примеров диминутивов в рекламных названиях продуктов и брендов: сахарная вата «Вкусняшка», питьевая вода «Росинка», крем для рук «Бархатные ручки», магазин обуви «Обувной дворик», шампунь для детей «Моё солнышко», сеть ресторанов «Теремок», жевательные конфеты «Пчёлка», молочная смесь «Малютка», средство для снятия лака «Дамский пальчик», детское питание «Малышок», детская группа «Грибочки».

Список литературы

1. Варбот Ж. Ж., Журавлев А. Ф. Краткий понятийно-терминологический справочник по этимологии и исторической лексикологии // [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://etymolog.ruslang.ru/doc/etymology_terms.pdf
2. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М.: Русские словари, 1996, С. 33 – 88.
3. Толковый словарь русского языка / Под. ред. Д. Н. Ушакова. Т. 1 – 4. – М., 1935 – 1940.