

родном языке, сохраняя культуру и традиции своей страны. Процесс ассимиляции мигрантов, то есть их постепенное слияние с принимающим обществом и усвоение его языка и культуры, может быть сложным и долгим.

Изменения в образовании и их влияние на лингвокультурную среду. Образование также играет важную роль в сохранении и развитии лингвокультурной среды. Современные образовательные реформы направлены на формирование межкультурной компетентности и толерантности к культурному многообразию. Все больше образовательных программ предлагают обучение на нескольких языках, что способствует развитию толерантности и пониманию других культур.

Таким образом, развитие лингвокультурной среды – это сложный и многогранный процесс, который требует постоянного изучения и анализа. Глобализация, цифровые технологии, миграция и изменения в образовании – это лишь некоторые из факторов, оказывающих влияние на этот процесс. Язык и культура взаимосвязаны, они отражают динамику изменений в обществе и помогают понять, как эти изменения влияют на личность и идентичность. Лингвокультурная среда становится полем, где сталкиваются традиции и инновации, создавая новые формы общения и культурного самовыражения.

Источники

1. Хантингтон, С. Столкновение цивилизаций и преобразование мирового порядка / С. Хантингтон. – М. : АСТ, 2004.

2. Касаткина, Н.А. Глобализация и язык: вызовы и перспективы / Н.А. Касаткина. – М. : Просвещение, 2019.

Ли Юйхао

Li Yuhao

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.В. Фурс

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НОМИНАЦИИ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

National-cultural features of the nomination of Belarusian dairy products

Процесс номинации в языке неразрывно связан с национально-культурными особенностями общества. Национально-культурные факторы влияют на то, как формируются новые слова и выражения, какие понятия получают названия и каким образом эти названия отражают уникальность культуры. **Цель данного исследования** заключается в выявлении национально-культурных особенностей номинации молочной продукции в Республике Беларусь на примере компании «Бабушкина крынка».

Нами был проведен анализ ассортимента продукции компании «Бабушкина крынка» с целью выявления национально-культурной специфики в номинации молочной продукции, на основании которого можно отметить, что наибольшее количество продукции представлено под брендами «Бабушкина крынка» и «Свежие новости». Эти бренды предлагают широкий спектр продукции, охватывающей различные категории, такие как молоко, кисломолочные продукты, творог, йогурты, сметана и сыры.

Бренд «Бабушкина крынка» несет в себе богатый национальный и культурный подтекст, связывающий современную молочную продукцию с традиционными ценностями белорусского сельского быта. Название «крынка» (глиняный сосуд) напрямую ассоциируется с домашним молоком, натуральностью и ручным трудом. Слово «бабушкина» усиливает ассоциативный образ, вызывая у потребителей ощущение семейного тепла, уюта и близости к природе. Этот бренд создает эмоциональную связь с потребителями через культурный код, понятный белорусам. Бабушка символизирует не только хранительницу традиций, но и заботу о качестве и натуральности продуктов, что особенно ценно в контексте семейных ценностей и национальной идентичности.

Название «Свежие новости» вызывает ассоциации с актуальностью и новизной, что делает бренд динамичным и современным. При этом простота и понятность названия позволяют ассоциировать его с домашней едой, заботой о здоровье и натуральности. В культурном аспекте бренд может восприниматься как поддерживающий ценности семейного питания, так как молочная продукция в Беларуси традиционно является частью ежедневного рациона. Таким образом, бренд не только предлагает продукт, но и создает эмоциональную связь, предлагая «свежие» моменты, которые можно разделить с семьей за завтраком или ужином.

Название бренда «Веселые внучата» вызывает ассоциации с детством, семейными ценностями и теплыми эмоциями. Оно вызывает в воображении образ счастливого ребенка, окруженного заботой и вниманием семьи. Использование слова *внучата* подчеркивает связь поколений, обращаясь к традиции передачи опыта и любви от старшего поколения младшему. Бренд «Веселые внучата» ориентирован на родителей, которые выбирают лучшее для своих детей и заботятся о здоровом питании. Продукция позиционируется как качественная и безопасная, что особенно привлекательно для родителей, стремящихся обеспечить сбалансированный рацион для своих детей. Яркая, привлекательная упаковка, дружелюбное название и акцент на детском сегменте делают бренд легко узнаваемым и выделяющимся на полках магазинов. Это помогает «Веселым внучатам» укрепить позицию бренда, ориентированного на семейные ценности и заботу о подрастающем поколении.

Национально-культурные факторы влияют не только на выбор названий, но и на восприятие брендов потребителями. Учитывая уникальный менталитет, ценности и приоритеты каждой культуры, компании могут эффективно позиционировать свои товары и услуги на рынке, устанавливая эмоциональную связь с потребителем и повышая конкурентоспособность.