

## ФИЛОЛОГИЯ

*А.А. Медведева, М.Н. Моргунова*

*(Южный федеральный университет. г. Ростов-на-Дону, Россия)*

### **Наименования брендов в современном английском языке: структурно-семантические особенности**

Роль и значение бренда в современном обществе потребления довольно высокое. Известно, что неверно оформленный, с лингвистической точки зрения, бренд может вызвать обратный предполагаемому эффект и привести к низким уровням продаж товаров и услуг. Несмотря на повышенный прагматический потенциал имени, многие аспекты брендовой номинации до сих пор не были предметом широкого лингвистического изучения. Представлено исследование брендовых наименований в английском языке, проводится семантико-номинативная классификация, выявляется специфика структурного оформления рассматриваемых лексических единиц, их семантико-мотивационных особенностей, устанавливаются отличительные черты системной организации данной лексической группы. Авторы рассматривают прагматические характеристики брендового наименования, которые наряду с семантическими особенностями составляют сущность бренда.

Ключевые слова: брендовая номинация, семантико-мотивационные особенности, семантико-номинативная классификация, семантико-прагматическая целостность.

*6 апреля 2016 г.*

---