Орехово-Зуевский городской округ
МОУ гимназия №14

Номинация «Гуманитарные науки»

Исследовательский проект на тему:

Эмпоронимы города Орехово-Зуево

Автор: Овечкина Дарья, 8А

Руководитель: Анисимова М. К.

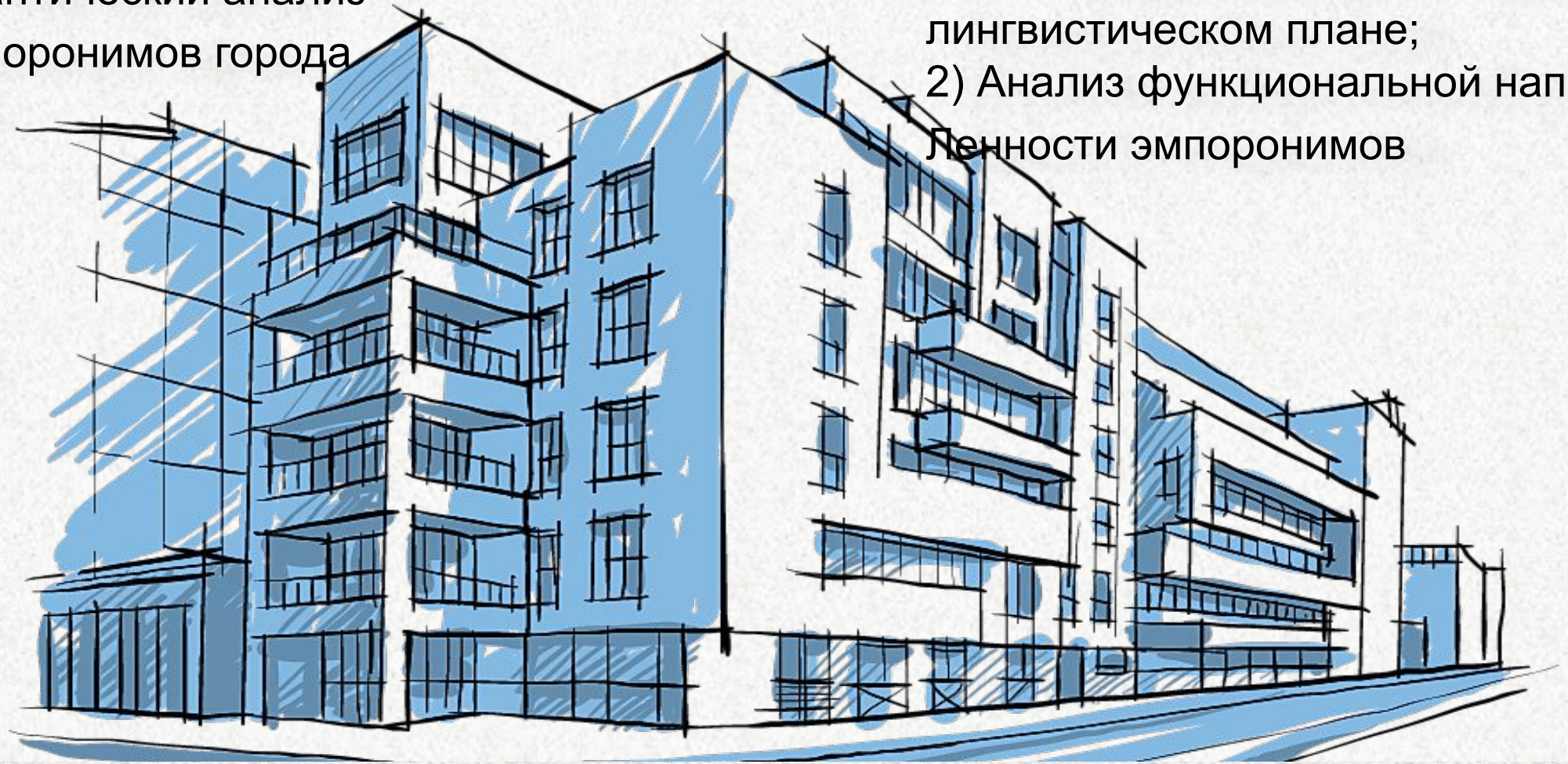
2021-2022 учебный

ЦЕЛЬ:

Комплексный структурно-семантический анализ Эмпоронимов города

задачи:

1) Классификация эмпоронимов в семантическом, семиотическом, лингвистическом плане;
2) Анализ функциональной направ-ленности эмпоронимов



Гипотеза:

эмпоронимия отражает динамические изменения материальной культуры, бытового уклада, социальных отношений во всех сферах жизни города

Проблема

Привлечение внимания к языковому облику современного города;
Активизация процесса создания наименований в области эмпоронимов

актуальность

Повышение интереса к истории родного города; развитие чувства сопричастности к происходящему на малой родине

Ожидаемый результат

Всесторонний лингвистический анализ региональных топонимических единиц

Методы исследования

Наблюдение, классификация, анализ краеведческой и лингвистической литературы

Теоретические аспекты исследования

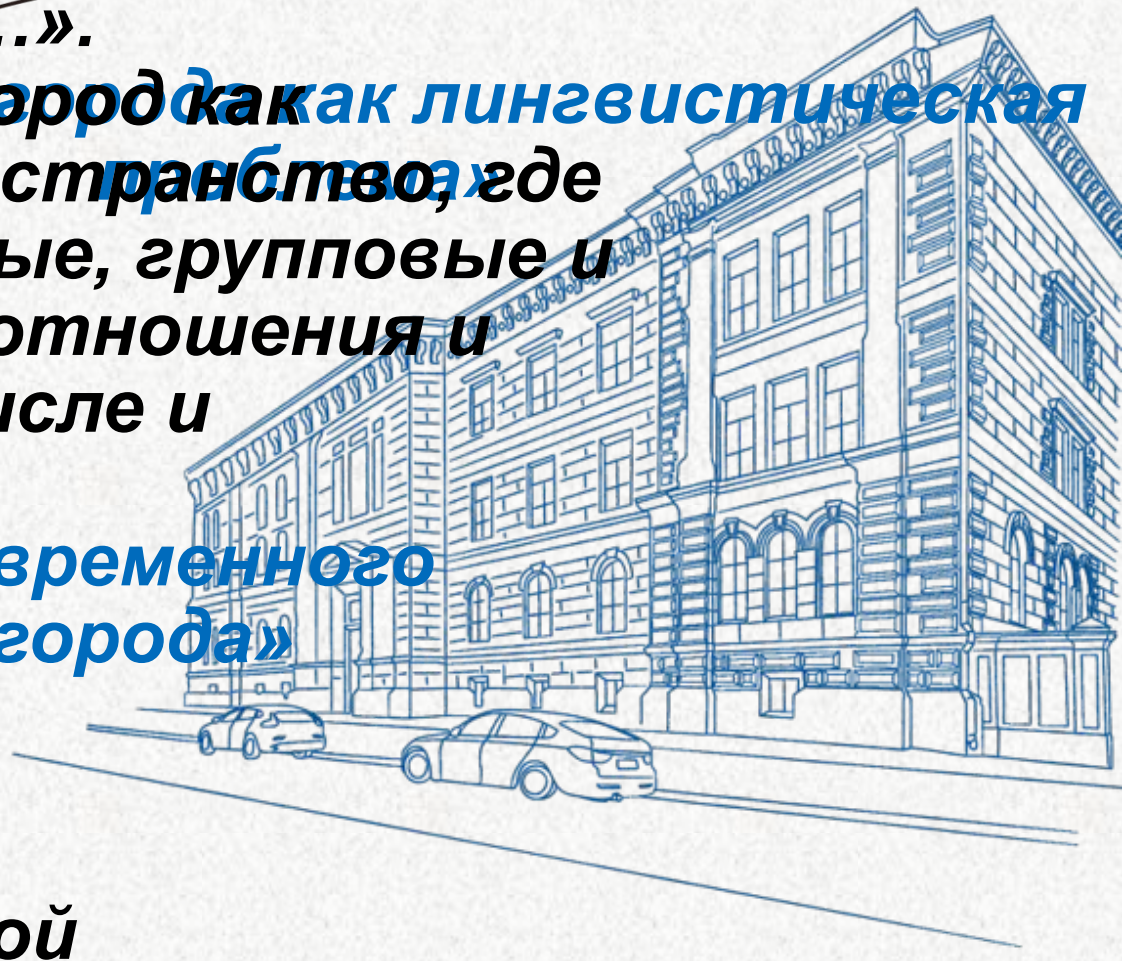
«…город обладает «лингвистическим ландшафтом». При этом изучение языка… определяется требованием «всегда брать язык не как изолированное явление, а как явление, действующее в обществе…».

Современный российский город как замкнутое социаль-ное пространство, где сочетаются индивидуальные, групповые и общегородские интересы, отношения и формы поведения, в том числе и языкового.

Изучение языкового облика города:
1) устная городская речь;
2) лингвистическое градоведение (изучение текстов городской

Е.В. Красильникова, «Язык города как лингвистическая среда»

В.Ж. Шарифуллин, «Язык современного российского города»



Татьяна Викторовна Шмелева, доктор филологических наук

Татьяна Павловна Романова, кандидат филологических наук

Эмпороним– термин для обозначения названий торговых предприятий (относят названия кафе, клубов

«Язык города. Наименования магазинов». 1989 год

Функции эмпоронимов:

1. Номинативная (идентификация объекта).
2. Информативная и рекламная

«Проблемы современной эргонимии». 1988 год

Тематические группы эмпоронимов орехово-зуево

Модель построения:
номенклатурное название + собственно эмпороним

Типология наименований

35% ***В основе эмпоронима - предметная лексика: «Люстры», «Семена», «Фейерверки», «Обувь»***

25%

10% ***Эмпоронимы, образованные от имен собственных: «Косоухофф», «Марина», «У Палыча», «Alla»***

15,5% ***Названия, имеющие «природную» семантику: «Березка», «Метелица», «Радуга», «Каштан»***

3%

1,5% ***Названия, одноименные с фирмой-производителем: «Kari», «Francesco Donni», «Incity», «Glance»***

5,5%

0,5% ***Лексика с пространственным значением: «Перекресток», «Модный уголок»***

2%

2% ***Эмпоронимы, называющие отвлеченные понятия: «Уют», «Формула комфорта», «Экзотика»***

Лексический анализ эмпоронимов

79,5%

4%

16,5%

20%

4%

3%

2%

Общеупотребительные слова:
«Фасоль», «Лента», «Цветы», «Твой», «Обои»

Разговорная лексика:
«Золотце», «Садовые штучки», «Подружка»

Заимствованная лексика:
слова, пишущиеся в графике языка-источника (7%): «Stillini», «Husqvarna», «O'STIN», «Colin's»; пишущиеся на русском языке (8%): «Рум», «Лего Сити», «Ситилинк»;

Основа мотивированного наименования

Объект (то, что продают):
«Садовый инвентарь», «МФСантехник»

Объект (то, что продают):
«Рыбокружка», «Мир сантехник»

Субъект (тот, кто продает):
«ИП Булушева Е.И.», «Alla», «Дом Беркаусова»

Адресат (тот, кто покупает):
«МАМАнтенок», «Я сам», «Модная Пышка»

7%

38%

3%

2%

Способы образования названий

Сложение:

«Ореховохлеб», «Вино-град», «Строй-Двор»

Нарицательное слово → имя собственное:

«Уют», «Камея», «Трио», «Авокадо», «Статус»

Суффиксация:

«Чижик», «Ко

Составные наименования

15%

7%

5%

3%

Прилагательное + существительное:

«Хлебная лавка», «Теплый дом», «Русский лен»

Существительное + существительное:

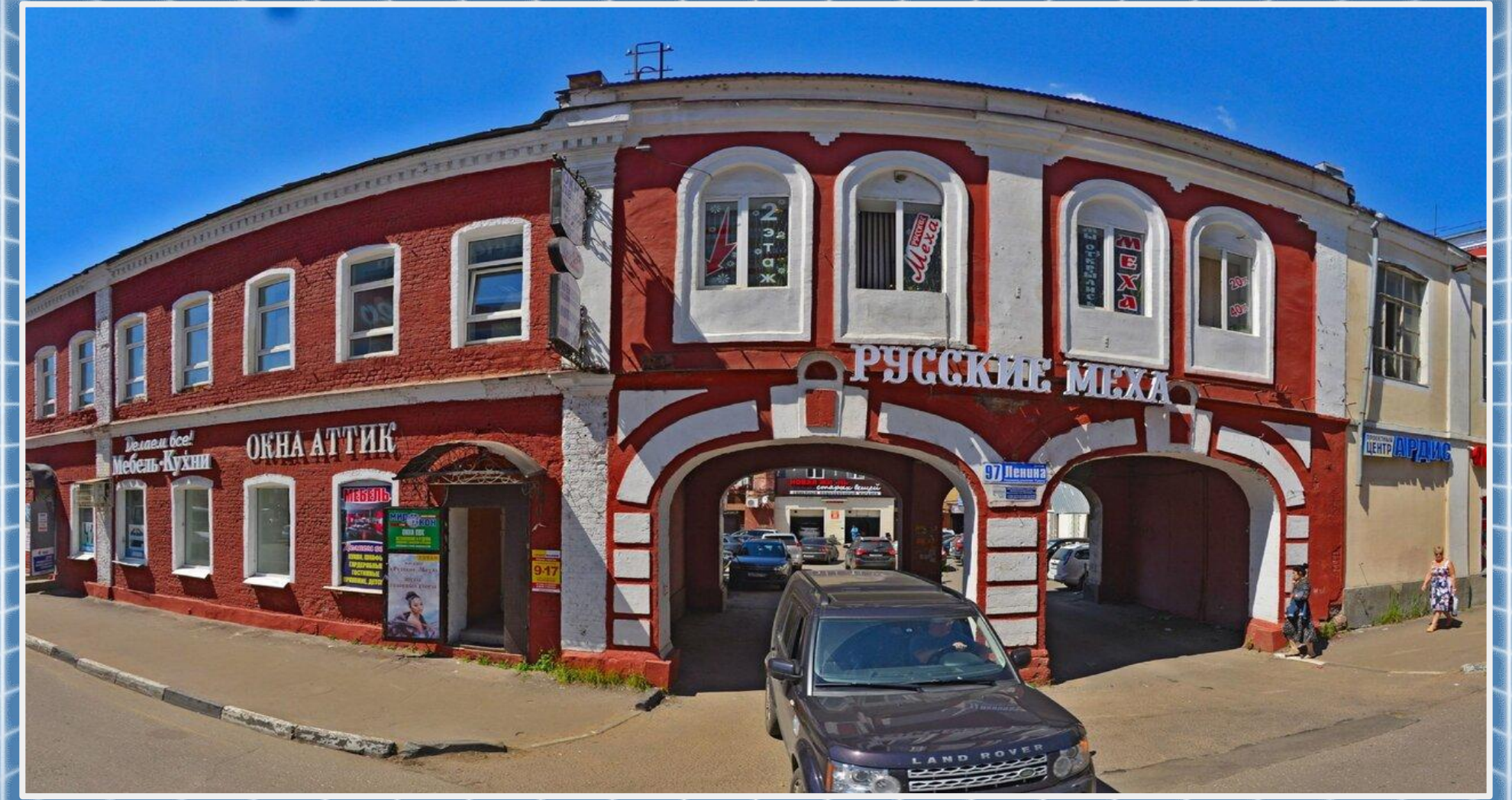
«Мир красок», «Дом маляра», «Царство золота»

Существительное + числительное:

«Три Гнома», «1000 мелочей», «Ломбард

«МЮЗ», «DNS»

Региональные особенности эмпоронимов



«Английский пассаж», «Морозовский», «Никольский»

Функциональные особенности эмпоронимов

- Номинативная функция
- рекламная функция
- информативная функция

Название, выделяющее объект из ряда подобных:
«Меридиана», «Касатка», «Якудза», «Медая»

Яркое, необычное название привлекает покупателя:
«Компьфо», «Да!», «Эльдорадо», «Эксклюзиво»

В названии – информация об объекте продажи:
«Оптика», Спецодежда», «Мебель», «Цветы»

большинство названий магазинов выполняет рекламную функцию,
в меньшей степени – номинативную и информативную функции

Заключение. Выводы

- **Эмпоронимы являются своеобразным «лицом» любого города**
- **Одиночные наименования (70%); переход нарицательного слова в имя собственное (38%); сочетания «прилагательное + существительное» (15%)**
- **Объем лексики, используемый в названии торговых предприятий города Орехово-Зуево, достаточно разнообразен**
- **Преобладает информативная функция эмпоронимов города**
- **Присутствие в эмпоронимии города Орехово-Зуево иноязычных**

эмпоронимия отражает динамические изменения материальной культуры, бытового уклада, социальных отношений во всех сферах жизни современного города

Спасибо
за
внимание!