



**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.*

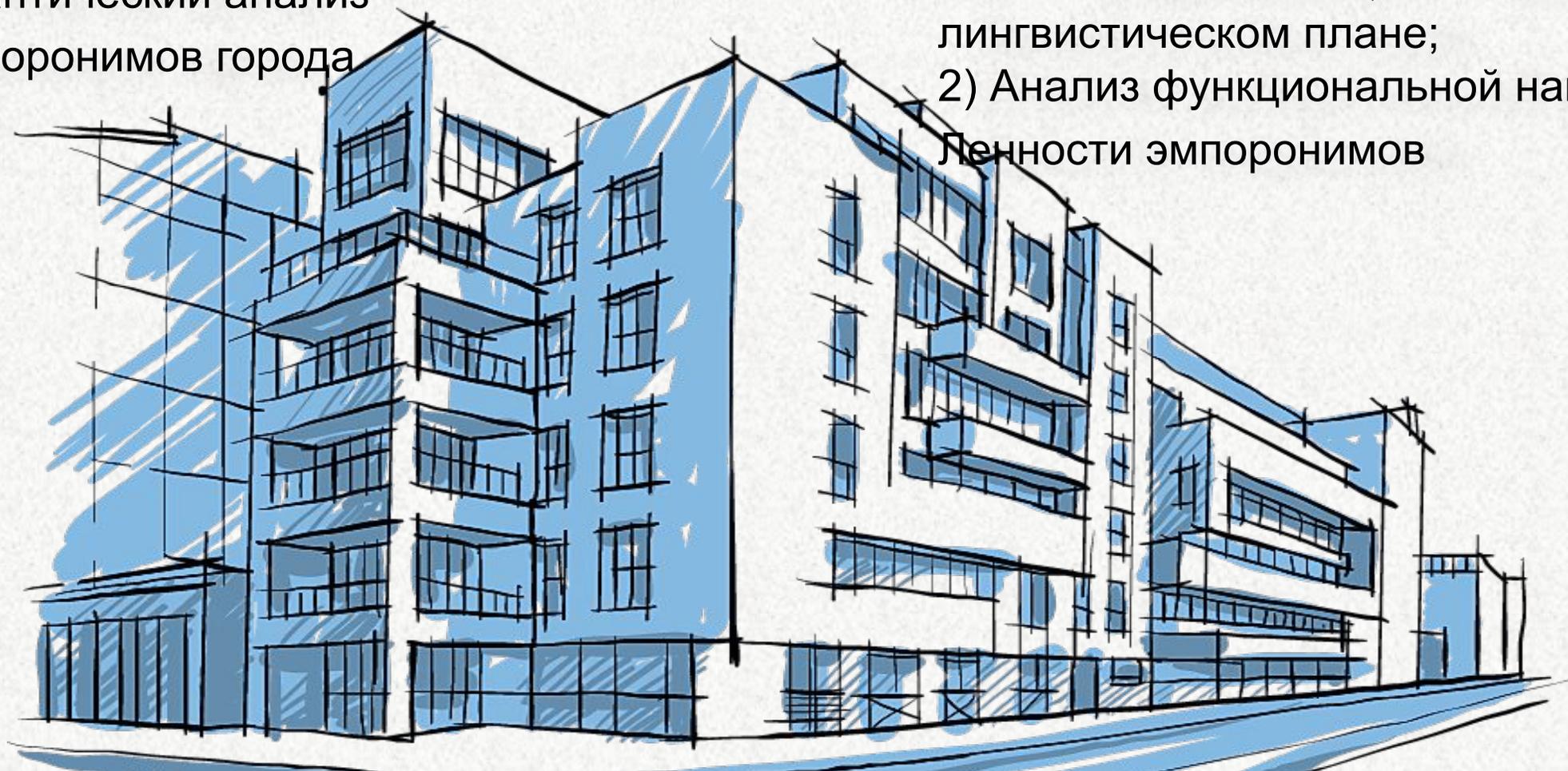
**2021-2022
учебный**

ЦЕЛЬ:

Комплексный структурно-семантический анализ
Эмпоронимов города

задачи:

- 1) Классификация эмпоронимов в семантическом, семиотическом, лингвистическом плане;
- 2) Анализ функциональной направленности 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...».

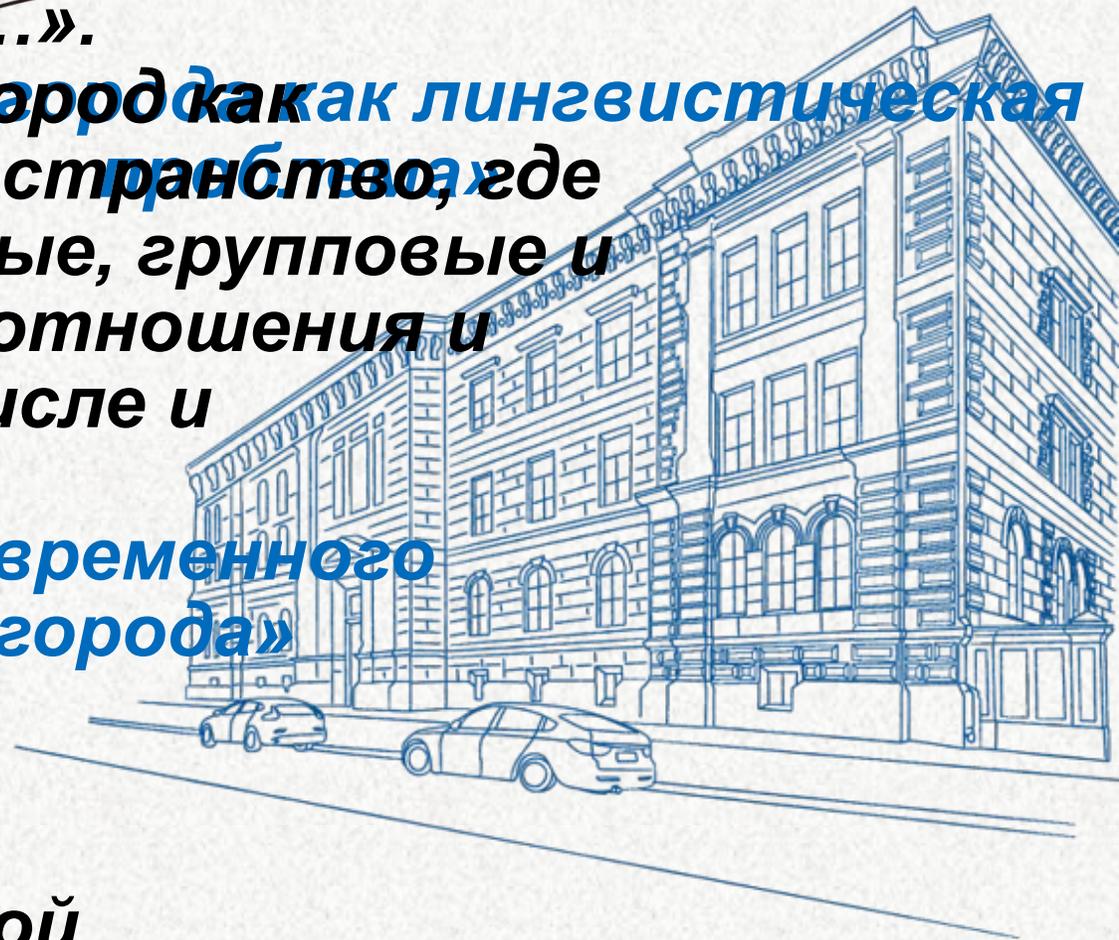


С.В. Красный «Современный российский город как лингвистическая замкнутое социаль-ное пространство, где сочетаются индивидуальные, групповые и общегородские интересы, отношения и формы поведения, в том числе и языкового.



Б.А. Шарифуллин, «Язык современного города: **русского города**»

- 1) устная городская речь;
- 2) лингвистическое градоведение (изучение текстов городской





**Татьяна
Викторовна
Шмелева,
доктор
филологич
еских наук**



**Татьяна
Павловна
Романова,
кандидат
филологич
еских наук**

Эмпороним–

**термин для
обозначения
названий
торговых
предприятий
(от названия
названия кафе
клуба**

**клуба. Наименования
Магазинов». 1989 год**



Функции

Эмпоронимов:

- 1. Номинативная
(идентификация
объекта).**

2.

**Информационная и
рекламная**

**«Проблемы
эмпоронимии».**

Тематические группы эмпоронимов орехово-зубево



Модель построения:
номенклатурное название + собственно эмпороним

Типология наименований

35%

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

25%

Эмпоронимы, образованные от имен собственных: «Косоухофф», «Марина», «У Палыча», «Алла»

10%

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

Общепотребительные 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%): «Тум», «Лето Сити», «Ситилинк»;

Объекты, продающиеся в графиках (1,5%):

«Садовый кувалда», «МФ Сантехника для воды»

Субъект (тот, кто продает):

«ИП Булушева Е.И.», «Алла», «Дом

Беркаусова» Адресат (тот, кто покупает):

«МАМ Антенки», «Я сам», «Модная Пышка»

79,5%

4%

16,5%

20%

4%

3%

2%



Способы образования названий

Сложение:

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

Нарицательное слово → имя собственное:

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

Суффиксация:

Составные наименования

Прилагательное + существительное:

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

Существительное + существительное:

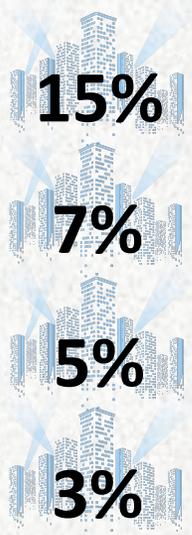
«Мир красок», «Дом маляра», «Царство золота»

Существительное + числительное:

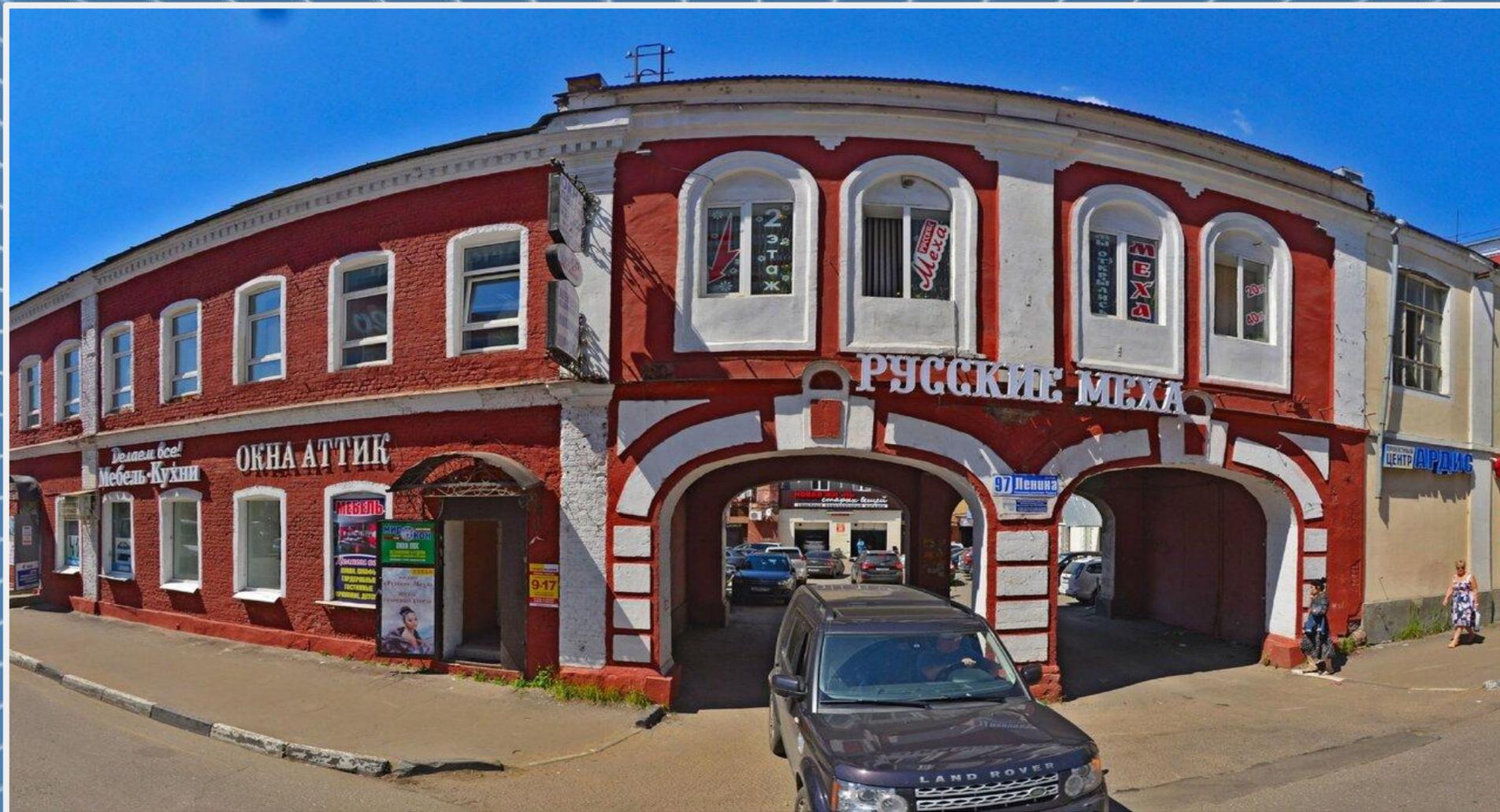
«Три Гнома», «1000 мелочей», «Ломбард

«Чижик», «Колос»

«МЮЗ», «DNS»



Региональные особенности эмпоронимов



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



Функциональные особенности эмпоронимов



Номинативная функция



рекламная функция



информативная функция

Название, выделяющее объект из ряда подобных:

Яркое, необычное название привлекает покупателя:
«Меридиана» «Касатка» «Якудза»
«Медая»

В названии – информация об объекте продажи:
«Комильфо» «Да!» «Эльдорадо»
«Эксклюзиво»

большинство названий магазинов выполняет рекламную функцию,
в меньшей степени – номинативную и информативную функции
«Оптика», «Спецодежда», «Мебель»,
«Цветы»



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!