

**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.*

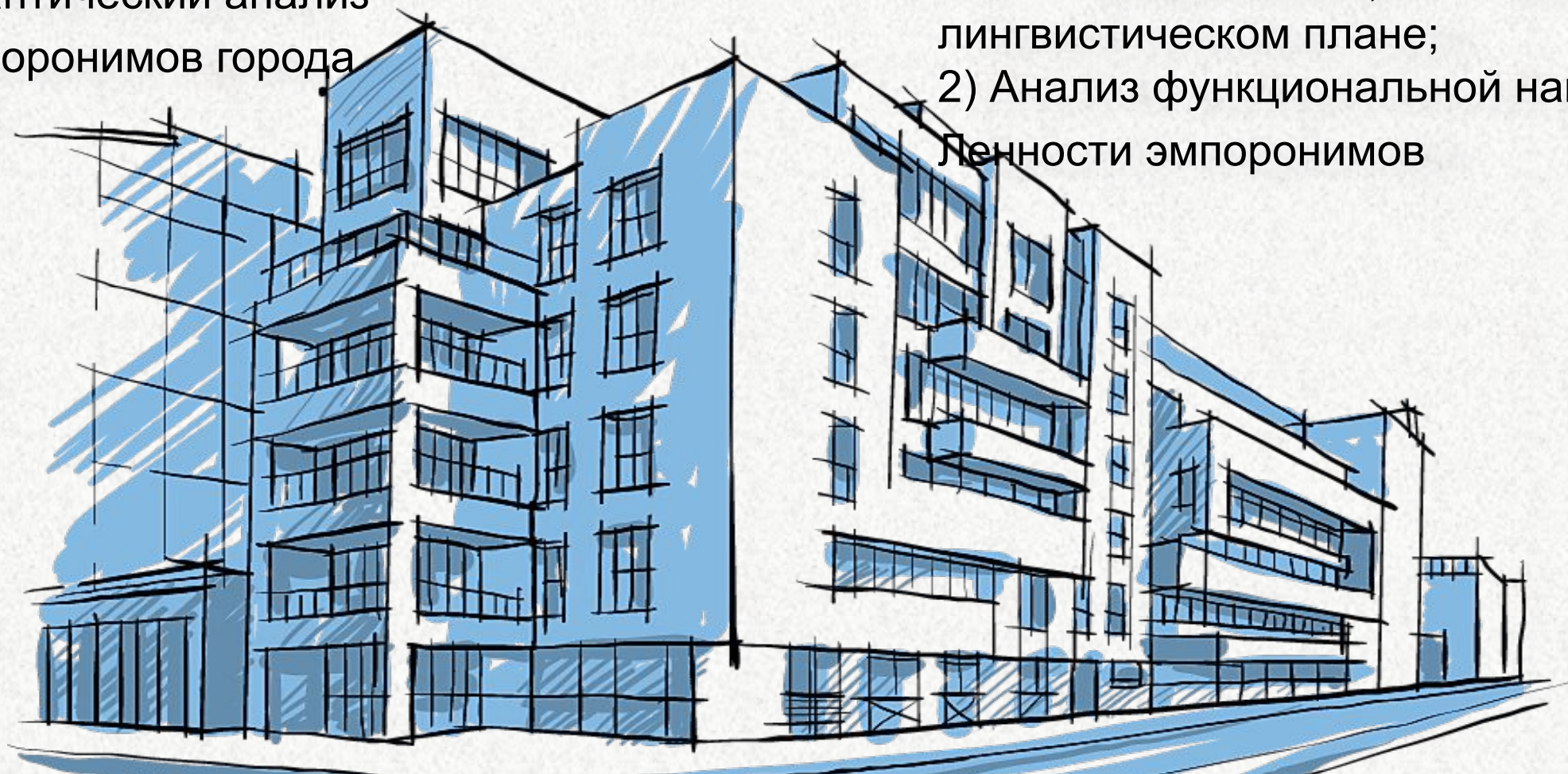
**2021-2022  
учебный**

## 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, «Язык современного русского города как лингвистическая замкнутое социаль-ное пространство», где сочетаются индивидуальные, групповые и общегородские интересы, отношения и формы поведения, в том числе и языкового.**

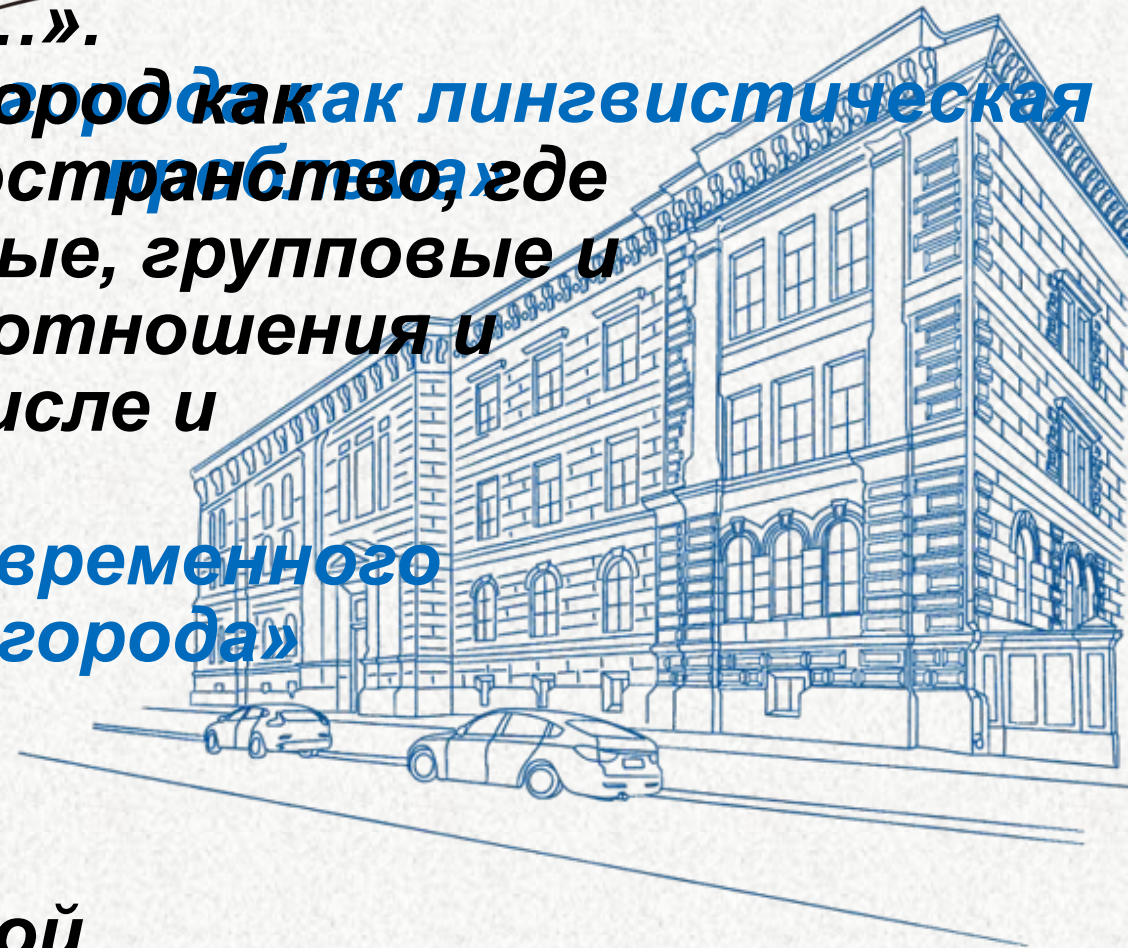


**И.А. Шарифуллин, «Язык современного города: лингвистическое градovedение (изучение текстов городской**

**1) устная городская речь;**

**2) лингвистическое градovedение**

**(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**

**«Проблемы  
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 кувалдар», «МФ Сантехника для воды»

Субъект (тот, кто продает):

«ИП Булушева Е.И.», «Алла», «Дом

Беркаусова» Адресат (тот, кто покупает):

«МАМАntenок», «Я сам», «Модная Пышка»

79,5%

4%

16,5%

20%

4%

3%

2%





## Способы образования названий

**Сложение:**

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

**Нарицательное слово → имя собственное:**

«Уют», «Каменя», «Трио», «Авокадо», «Статус»

**Суффиксация:**

## Составные наименования

**Прилагательное + существительное:**

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

**Существительное + существительное:**

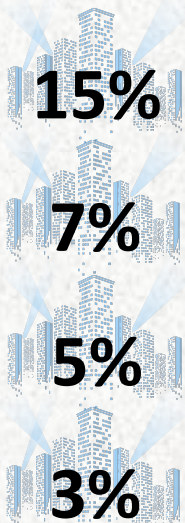
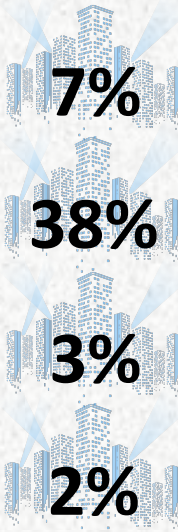
«Мир красок», «Дом маляра», «Царство золота»

**Существительное + числительное:**

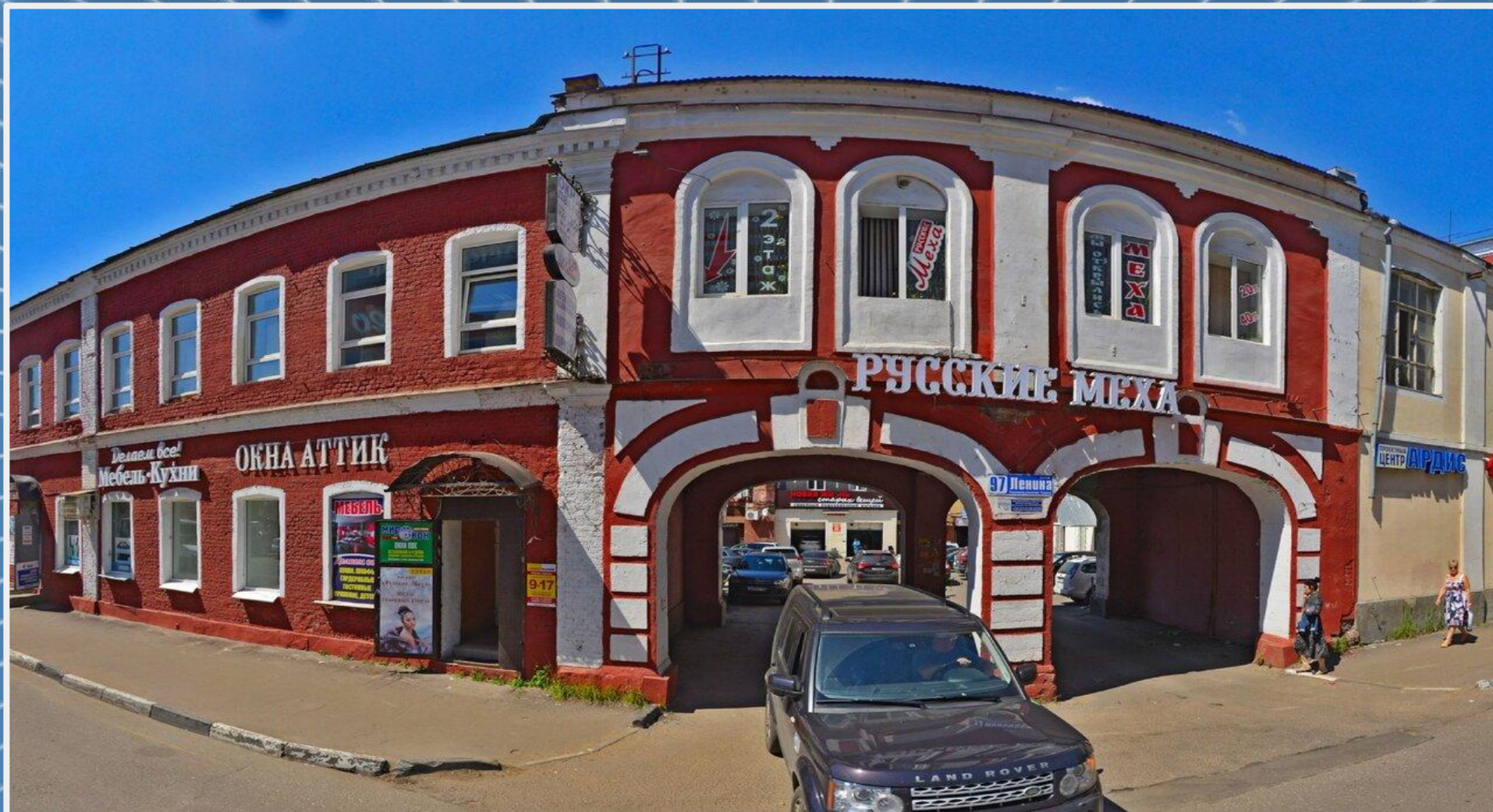
«Три Гнома», «1000 мелочей», «Ломбард

«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!