

Торговые эргономы города Североморска

**Исследовательская работа
обучающейся 8 Б класса
МОУСОШ № 10
г. Североморска
Белоусовой Ксении**

Научный руководитель: Рожкова Е.В.

Цель работы –

выявить специфику и основные тенденции употребления названий торговых предприятий Североморска.

Задачи:

- - изучить перечень названий торговых предприятий;
- - классифицировать их по тематическим группам;
- - выявить специфику каждой группы;
- - исследовать основные тенденции в выборе названий

Предмет изучения – эргонимы города Североморска. (Эргонимы – собственные наименования деловых объединений людей, предприятий, фирм, обществ.)

Объект изучения – названия торговых предприятий города Североморска.

Методы:

- - метод анализа;
- - сравнения;
- - обобщения;
- - классификации;
- - метод опроса

Гипотеза:

- названия торговых предприятий Североморска отражают реалии северного региона.



Основная часть

Названия торговых предприятий города

Североморска

Глава 1

Современное состояние эргонимии

Плохо подобранное название всегда
будет помехой, сколько бы средств ни
вложили в рекламу...

Дж. К. Веркман

Глава 2

«Товарные» эргонимы города Североморска

- Среди названий магазинов Североморска часто встречаются такие, которые отражают особенности северного региона.



- Особое место занимают названия, характеризующие **ассортимент** предлагаемых **товаров**.



- В названиях торговых предприятий Североморска встречается много **антропонимов** : магазины называют своими именами или именами близких и дорогих людей.



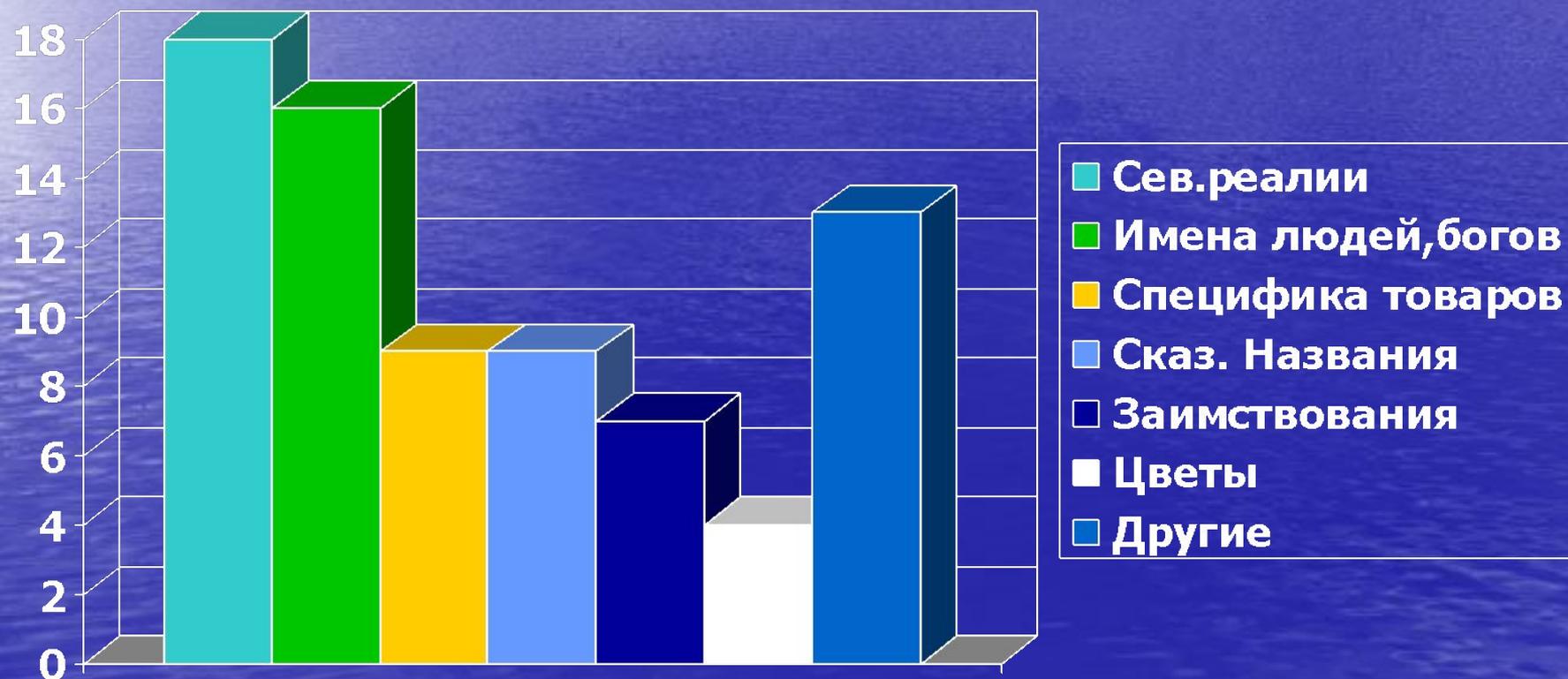
- В Североморске есть магазины, названные в честь древних богов и мифологических существ: Юнона , Гермес, Пан, Гриф. Такие названия, по мнению владельцев, являются залогом успеха предприятия.



Классификация торговых эргонимов г. Североморска

Северные реалии	Имена людей	Имена богов	Сказочные названия	Заемствованные названия	Специфика товаров	Цветы	Другие названия
Арктический	Аня	Гермес	Багира	Ветеран	Инструменты	Гиацинт	5М
Белый медведь	Влад	Гриф	Кенгуру	Гарант	Мебель	Крокус	Дом торговли
Боцман	Каролина	Пан	Лев	Имидж	1000 мелочей	Цветы Заполярья	Лидер
Бриз	Катюша	Юнона	Малыш и К ^о	Миллениум	Двери – Окна	Эдельвейс	Лунный
Ваенга	Катя	Эолис	Пеликан	Рубикон	Евросеть		Луч
18	11	5	9	7	9	4	13

- Подсчитав количество наименований в каждой группе, мы пришли к выводу, что **наиболее частотными** являются названия, **В** основе которых – **реалии Крайнего Севера.**



Результаты рейтинг- опроса

На вопрос о том, какое из названий магазинов самое оригинальное, покупатели ответили так:

- «Лунный» – 33%
- «Имидж» 20%
- «Эльф» – 16%
- «Эвита» – 14%
- «Гермес» – 7%
- «Юнона» – 3%
- «Пирамида» – 2,5%
- «Коника-Север» – 2,5%
- «Ваенга» – 2%

Эти названия определяют успешность и популярность торговых предприятий.

Заключение

- Названия торговых предприятий Североморска выполняют **рекламную** функцию, привлекают внимание покупателей.
- Среди эргонимов **наиболее частотными** являются названия, отражающие **особенности региона** , **антропонимы, специфику продаваемых товаров.**
- Группа эргонимов, отражающих специфику северного региона, представлена названиями, которые связаны с **местоположением края, его флорой и фауной, природными явлениями.**
- **Эргонимы**, отражающие **специфику** продаваемых **товаров** традиционны, в названиях использованы **однозначные слова.**