

Автор:

Ивашёва Александра Евгеньевна

ученица 10 «Б» класса

Научный руководитель:

Машина Ольга Юрьевна

канд. филол. наук, доцент,

учитель русского языка и литературы

МАОУ «СОШ №31»

г. Великий Новгород, Новгородская область

НАЗВАНИЕ КАК РЕКЛАМА

Аннотация: статья посвящена функциональному анализу современных названий магазинов, учреждений. Отмечается рекламная роль названий, выделяются приёмы их создания.

Ключевые слова: анализ, функция, название, приём, эффект рекламы.

В статье нами рассмотрены основные приёмы создания современных названий магазинов и учреждений, предоставляющих услуги населению, имеющих свойства рекламы. Для исследования этого вопроса нами были собраны названия этого вида в Псковском микрорайоне г. Великий Новгород.

Актуальность темы заключается в широком использовании рекламной функции слова в современном публицистическом языке и распространении названия-рекламы.

Предметом исследования являются названия современных магазинов и учреждений, предлагающих услуги населению.

После составления и анализирования списка названий, мы сформулировали *гипотезу исследования:* названия современных магазинов, парикмахерских, салонов, ателье и т. п. служат рекламой товара или услуги, они воздействуют на читателя эмоционально, порождают положительные ассоциации, способствующие приобретению товара и получению услуги.

В ходе исследования нами были выявлены следующие *признаки и свойства названий с точки зрения наличия в них признаков рекламы*: образность, наглядность, ассоциативность, яркость, неожиданность. Масса названий рекламного типа неоднородна: в ней можно выделить группы наименований с тем или другим способом создания названия-рекламы (НР): иностранные слова, слова в образном значении, имена владельцев малых предприятий, крылатые слова, рифмованные сочетания, использование названия производителя.

После анализирования названий из полученного списка мы смогли разделить их на *11 основных групп*:

1. Русские слова с образным значением.

Например:

- «*Полушка*», сеть универсальных магазинов;
- «*Диадема*», парикмахерская.

2. Название – именование производителя.

Например:

- «*Ивановский текстиль*», магазин текстильных изделий;
- «*Великолукский мясокомбинат*», магазин мясных изделий.

3. Слова со значением, индивидуализирующим потребителя.

Например:

- «*Особа*», парикмахерская;
- «*Персона*», ресторан.

4. Слова со значением обобщения товара и услуги.

Например:

- «*Всенародная аптека*», аптека.

5. Слова со значением, соединение индивидуального и общего, оксюморон.

Например:

- *Семья (Всенародная семья)*

6. Название иностранных производителей.

Например:

- «*Европейская обувь*», магазин обуви.

7. Образы из литературных произведений.

Например:

- «Бахус», магазин алкогольной продукции;
- «Умка», магазин детских игрушек.

8. Иностранные слова.

Например:

- «My kitchen», ресторан;
- «Life-fitness», фитнес-центр.

9. Имена личные.

Например:

- «Амелия», цветочный магазин;
- Швейное ателье «Лора».

10. Рифмованные сочетания.

Например:

- «Хата ламината», магазин строительных материалов;
- «Мисс-каприз», магазин женской одежды.

11. Возвращение устаревшего слова, называющего магазин, или старого правописания.

Например:

- «Галантерейная лавка», магазин галантерейных товаров;
- «Салон-ломбардъ», салон-ломбард.

Для достижения этой цели нами решены следующие задачи:

1. Рассмотрены основные эффекты рекламы, описанные в лингвистических исследованиях, выбраны те эффекты, которые достигаются названием-рекламой.

2. Изучены приёмы создания названия современного предприятия, способствующие получению эффектов рекламы.

3. Выделены основные группы названий по выбранным приёмам их создания.

Изучение имён собственных, названий помогает понять языковую культуру наших дней. *Тема нашего исследования может быть развита в дальнейшем, более подробном изучении отдельных способов создания современных названий.*

Список литературы

1. Гиржева Г.Н. Культура речи / Г.Н. Гиржева, В.И. Заика. – Великий Новгород, 2012. – 72 с.
2. Кохтев Н.Н. Десять эффектов рекламы // Русская речь. – 1991. – №1.
3. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М., 2003.