БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра русского языка

Аннотация к дипломной работе

«Белорусская эргонимия как отражение лингвокультурных ценностей имядателя (на материале названий магазинов г. Минска)»

Русан Дарья Ивановна

Научный руководитель –
профессор
Ратникова И. Э.

2014

РЕФЕРАТ

Объем – 68 страниц. В данной работе присутствует 8 диаграмм, в библиографическом списке 41 позиция.

Ключевые слова: ономастика, имя собственное, эргоним, бренд, номинация, мотив номинации, внутренняя форма, структурный тип номинации магазинов.

Объектом исследования в работе являются названия торговых предприятий, а именно наименования магазинов одежды и обуви г.Минска; **предметом** – их языковая форма и грамматическая структура, а также мотивы номинации в данной сфере.

Цель дипломной работы – установить структурно-грамматические особенности, а также особенности мотивов номинации в области названий магазинов одежды и обуви.

Материалом для данного исследования послужили наименования магазинов одежды и обуви г.Минска; источником материала – их сайты в сети Интернет, содержащие подробную информацию о различных сериях продукции и конкретных товарах. В работе проанализировано около 240 номинаций.

Практическая значимость данного дипломного исследования состоит в том, что собранный в нем материал и его интерпретация применимы:

а) в теории и практике нейминга – как в области наименований одежды и обуви, так и смежных областях номинации;

б) в дальнейших изысканиях по теории ономастики – в качестве исследования, представляющего сложный и динамичный фрагмент ономастического пространства, отражающий как общие закономерности словесных товарных знаков, так и специфику именуемой предметной сферы (названия одежды и обуви), а также национально-культурную специфику нейминга в Республике Беларусь;

в) в процессе преподавания вузовских курсов по ономастике, рекламе, маркетингу для различных специальностей, имеющих предметом изучения процессы индивидуализирующей номинации.

SUMMARY

A workload is 68 pages. 8 charts and 41 bibliographic literature sources are presented in this work.

Keywords: onomastics, proper name, ergony, brand, nomination, motive of the nomination, internal form, structural type of the nomination of shops.

The object of research in this work is titles of commercial enterprises, specifically (namely) titles of clothing stores and shoe shops in Minsk. **The subject of study** in this work is their linguistic form and grammatical structure, as well as nomination motives in this sphere.

The aim of the thesis is to establish structural and grammatical peculiar properties and motives features of nomination in category of clothing stores and shoe shops titles.

As the material for this research names most often met in Minsk the names of clothing stores and footwear served; material – their sites on the Internet containing detailed information on various series of production and concrete goods. In the work about 240 nominations are analysed.

The practical significance of this thesis is that collected material and its interpretation are applicable:

a) in theory and practice of naming in the sphere of names of clothing and footwear and in related fields nomination;

b) in further investigations on the theory of onomastics as researching, represening a complex and dynamic fragment onomastic space, reflecting both general patterns of verbal trademarks and specificity called objective sphere (clothes and shoes titles), as well as cultural identity of naming in Belarus;

c) in teaching university courses on onomastics, advertising, marketing for various specialties, with the subject of study processes individualizing nomination.