

КГУ СОШ № 47 г. Семей ВКО

Вывески как зеркало современной культуры

*Исследовательская работа ученика 11 класса
Асанбаева Даурена.*

Руководитель Бектина Л.А.



Цель работы:

проанализировать названия различных объектов в городе Семей; выяснить, по каким принципам созданы современные вывески-наименования.



Задачи:

- ◆ изучить жанры и общую классификацию наименований – вывесок, пользуясь различными источниками информации;
- ◆ исследовать вывески, существующие в городе;
- ◆ создать мультимедийную презентацию.



Объект исследования:

- ♦ различные источники информации;
- ♦ вывески объектов города Семей.



Методы исследования:

- ◆ наблюдение;
- ◆ описание;
- ◆ изучение литературы;
- ◆ статистика;
- ◆ анализ.



Гипотеза:

исследование названий организаций
города заставляет задуматься о
проблемах культуры общества, а значит
и о судьбе народа и страны.



Что такое вывеска?

Вывеска — конструкция в объемном или плоском исполнении, расположенная, как правило, на фасаде здания рядом со входом, которая информирует об организации или предприятии, находящемся внутри здания.



Общая классификация наименований-вывесок.

- ✓ Мотивированные названия
- ✓ Немотивированные названия
- ✓ Названия, вызывающие «лингвистический шок»



Мотивированные названия

Опираясь на наблюдения, сделанные Н.В. Козловской, и собранные мною материалы, можно выделить следующие группы:

- ❖ **названия, опирающиеся на топонимику;**
- ❖ **названия, мотивированные тематическими связями слов;**
- ❖ **названия, отражающие специализацию городских объектов по функциональному назначению, ассортименту и типу товара;**
- ❖ **названия, позволяющие обнаружить мотивирующие ассоциативные связи с объектом наименования.**









Немотивированные названия

Немотивированные названия не имеют явных ассоциативных связей с объектом наименования и сферой городского бытия, к которой они «приписаны». Среди таких названий можно выделить несколько обширных тематических групп, встречающихся чаще других:

- ❖ **наименования с использованием цифр и чисел (иногда в комбинациях с буквами и другими графическими элементами);**
- ❖ **наименования с использованием имен и титулов;**
- ❖ **буквенные и слоговые аббревиатуры;**
- ❖ **названия животных, птиц, насекомых в составе наименования объекта;**
- ❖ **религиозные, мифологические, сказочные, фантастические человекоподобные существа и волшебные предметы;**
- ❖ **названия растений и других растительных организмов;**
- ❖ **природные явления и объекты;**
- ❖ **использование иноязычной лексики;**
- ❖ **смешение слов из разных языков;**
- ❖ **названия, написанные на иностранных языках.**





BOSS'O! НОЖКА.



ӘЙЕЛДЕР
БАЛАЛАР
ЕРЛЕР







ВЫЗЫВАЮЩИЕ «ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ

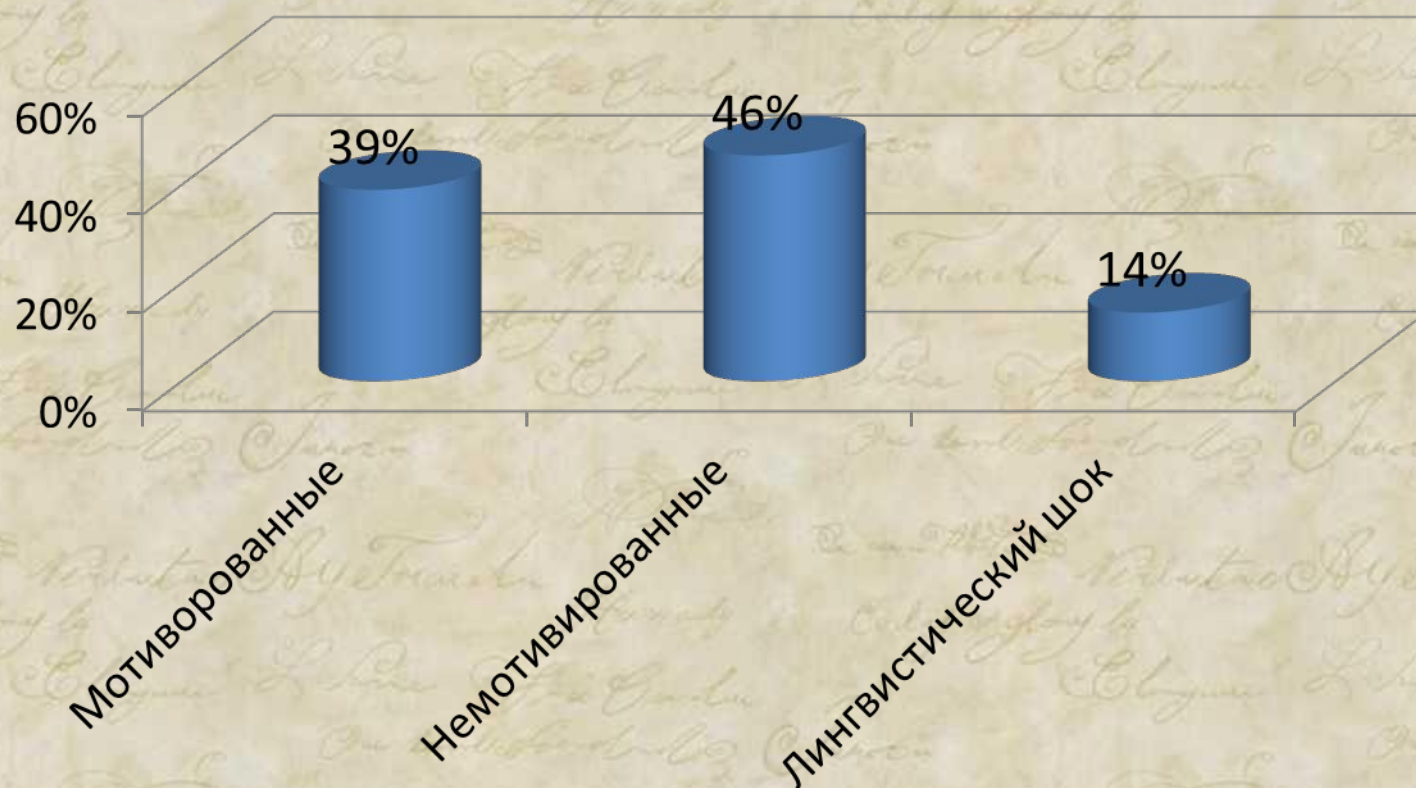
ШОК» по определению профессора В. Белявина) – состояние, вызывающее крайнюю степень удивления, смеха или смущения, возникающее у человека, когда он слышит в речи языковые элементы, звучащие на его родном языке странно, смешно или неприлично.







Количественно-качественный состав исследованных вывесок г.Семей



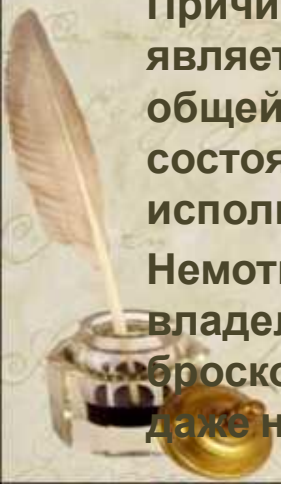
Выводы:

Таким образом, предприниматели Семейя предпочитают немотивированные названия своих предприятий.

Мотивированным название бывает в тех случаях, когда название объекта дается с учетом места расположения, профиля объекта и учитывает лексико-семантические связи слов современного языка. А вот использование иноязычной лексики и смешение в написании слов и букв различных языков, использование имен и титулов, чаще всего приводит к появлению немотивированного названия, так как разрушаются лексико-семантические связи слов, что в свою очередь мешает возникновению необходимых ассоциаций. При этом немотивированные названия обычно не вызывают негативной реакции или недоумения.

К названиям, вызывающим «лингвистический шок», отнесены те, в которых допущены нарушения в словообразовании, орфографии, грамматике. Причиной возникновения немотивированных и шокирующих названий является процесс снижения грамотности современного общества, снижение общей и лингвистической культуры, психологическое и эмоциональное состояние современного человека, необоснованное заимствование лексики, использование в вывесках слов, написанных на иностранном языке.

Немотивированные и шокирующие наименования возникают и тогда, когда владельцы фирмы, салона или другого объекта стремятся к необычности, броскости и оригинальности названия, добиваясь этого любым способом, даже нарушая языковые нормы (часто это делается осознанно).



Использованные ресурсы

1) **Викисловарь** <http://ru.wiktionary.org/wiki>

2) **Википедия**

<http://ru.wikipedia.org/wiki>

3) С. И. Ожегов. Словарь русского языка. Москва, Оникс, -2005

4)

http://www.mihail-zadornov.ru/index.php?option=com_content&task=view&id