

С. Козарь

КОММУНИКАТИВНАЯ РОЛЬ НЕЙМИНГА В МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКЕ КОМПАНИИ

Название товаров и услуг – важная составляющая успеха фирмы на рынке, поскольку удачное имя это, прежде всего, закрепление в сознании потребителей образа продукта или услуги, создание ассоциаций товара с определенными эмоциями у потенциальных покупателей.

Нейминг является частью процесса брендинга в сфере маркетинговой политики любой компании.

Наше исследование посвящено возможностям *коммуникативной роли* нейминга белорусских товаров, что, по нашему мнению, является наиболее важным фактором конкурентоспособности самого товара.

Нами было отобрано методом сплошной выборки из торговых сайтов Интернета 31 название товаров белорусского производства. Далее все названия были проанализированы в соответствии со способами образования коммерческих имен, разработанными Джеймсом Уолтером Томпсоном. Им был создан целый ряд современных рекламных технологий, в том числе и брендинга.

Наиболее частотный способ образования коммерческих имен оказался ассоциативный нейминг (15 наименований, 51,6 % от всего корпуса исследуемых единиц). Например: *Світанак (Svitanak); Лідскае; Belwest; Mark Formelle* и др.

Вторым по частотности оказался именной способ (всего 9 наименований, 29 % от всего корпуса исследуемых единиц). Например: *Milavitsa (Мілавіца); Elema; Марко; Serge; Marusya* и др.

Всего было найдено 3 примера подстройки (Банк *Дабрабыт; Conte Spa; Атлант*) и 1 пример лингвистического способа образования коммерческих имен (*Bulba Ventures, World of Tanks*), что составляет 6,4 % и 3,2 % всей выборки.

В нашей выборке не содержалось таких примеров образования нейминга, как гиперонимы, нейминг неологизмами, лично-преимущественный нейминг, лично-ассоциативный нейминг, web-нейминг, метод превосходства, апелляционный нейминг, нейминг рифмованием, каламбур, дореволюционная орфография. Скорее всего, это можно объяснить культурологическим фактором. Считаем, что продолжение исследования на материале названий товаров и брендов других стран происхождения, равно как и увеличение корпуса исследуемого материала белорусских производителей, поможет точнее ответить на этот вопрос.