

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ИЗУЧЕНИЯ ЭРГОНИМИИ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ РУСИСТИКЕ

Хохлова Анна Алексеевна

преподаватель, Самарский Государственный Технический
Университет
khokhlova.anna@mail.ru

ANALYTICAL REVIEW OF THE STUDY OF ERGONOMICS IN RUSSIAN LINGUISTICS

A. Khokhlova

Summary: The article is an analytical review of Russian ergonymy. Nine aspects of modern Russian ergonyms are characterized: communicative, semantic, historical, geographical, linguoculturological, lexicographic, sociolinguistic, pragmalinguistic, onomasiological. It is determined that a number of studies on ergonymy are complex, combining the study of several aspects at once. It is shown that pragmalinguistic aspect is divided into linguo-marketing, cognitive-pragmatic and functional-pragmatic ones.

Keywords: ergonym, ergonymy, ergonymics, ergonymics.

Аннотация: Статья представляет собой аналитический обзор исследований российской эргонимии. Дается характеристика основных девяти направлений современных российских исследований эргонимов: коммуникативный, семантический, исторический, географический, лингвокультурологический, лексикографический, социолингвистический, прагмалингвистический, ономасиологический. Определено, что ряд исследований по эргонимии носят комплексный характер, сочетая изучение нескольких аспектов сразу. Показано, что в свою очередь прагмалингвистический подразделяется на лингвомаркетинговый, когнитивно-прагматический и функционально-прагматический.

Ключевые слова: эргоним, эргонимия, эргонимика, эргонимикон.

Предметом рассмотрения в данной статье являются исследования в области современной русской эргонимии в различных аспектах. Цель статьи – осуществить аналитический обзор основных направлений изучения эргонимии в лингвистической русистике описать, раскрыть степень изученности проблем, относящихся к наименованиям предприятий и организаций. Актуальность работы обусловлена научным интересом к исследованию ономастической лексики в целом и эргонимам в частности. Задачи исследования – сбор и анализ исследований по эргонимии в лингвистической русистике.

Освещая историю изучения современных российских эргонимов, считаем важным выполнить краткую характеристику различных аспектов исследования эргонимов. Этот класс онимов изучается в различных аспектах. Перечислим основные выявленные нами аспекты: коммуникативный, семантический, исторический, географический, лингвокультурологический, лексикографический, социологический, прагмалингвистический, ономасиологический. Кроме того, в лингвистической русистике представлен комплексный подход изучения эргонимов, в котором представлены те или иные аспекты. Помимо названных выше это такие аспекты, как этнолингвистический, логический, семасиологический, семиотический, терминологический. Следует отметить, что выбранный исследователем аспект определяется целью, которую ставит перед собой ученый; часто работы содержат в себе сочетание нескольких аспектов.

Перейдем к характеристике основных аспектов исследования эргонимов и их разрядов. Коммуникативный аспект подразумевает изучение эргонимов в качестве

конкретных языковых единиц в условиях определенного коммуникативного акта. В данном аспекте исследуются различия в функционировании языковых единиц в разных коммуникативных условиях. Коммуникативный аспект находит свое отражение в работах [Курбанова, 2015], [Романова, 2008], [Шимкевич, 2002], [Шмелева, 2014].

Семантический аспект исследований и лингвистическая семантика как раздел лингвистики тесно связаны с такими науками как философия и логика. В данном аспекте изучается специфика эргонимов, значения, а так же отношение к таким явлениям как омонимия, полисемия, синонимия и антонимия. Исследованием лексико-семантических особенностей обнаруживается в следующих работах [Копорский, 1969], [Красильникова, 1988], [Канападзе, 1982].

Исторический аспект исследования устанавливает связи между появлением и функционированием эргонимов и определенным историческим периодом развития в связи с историей языка. К историческому аспекту относятся исследования эргонимов Е.С. Отина [Отин, 1999]. Исследование Н.А. Прокуровской связано с городскими онимами в историческом и региональном аспектах [Прокуровская, 1996]. Исторический аспект так же отражен в работах [Ворошилова, 2007], [Разумов, 2003].

Географический аспект устанавливает влияния географического фактора на эргонимы, выявляет местные, диалектные лексемы, фонемы, морфемы, определяет ареал распространения повторяющихся элементов (основ, формантов), типов, моделей. Региональная эргонимия и эргонимы зарубежных стран исследуются в рабо-

тах [Беспалова, 1984], [Дубровина, 1988], [Микина, 1993]. Эргонимия регионов России изучалась в следующих работах [Астафьева, 1996], [Николаева, 1997], [Корпункова, 1997], [Земскова, 1996], [Яловец-Коновалова, 1997], [Яковлева, 1999], [Козлов, 2000]. Исследования ономастического пространства регионов в географическом аспекте представлены в таких работах как [Амирова, 2011], [Беляева, 2010], [Вайрах, 2011], [Донскова, 2004], [Носенко, 2007], [Рабаданова, 2012], [Танаева, 2012] и другие.

Следует отметить, что для последних лет характерен рост научного интереса к исследованию региональной лингвокультуры. Лингвокультурологический аспект изучения эргонимов определяет обусловленность употребления общекультурными, ситуативными и индивидуальными нормами коммуникативного поведения. Данный аспект выявляет отражения культуры и исторической памяти народа в именах собственных, а так же мифологические представления данного народа, национальнокультурную семантику эргонимов, обладающих индивидуальной информацией. Изучение эргонимов, которые отражает национальные формы бытия, основанные на культурных ценностях конкретно-исторического языкового сообщества так же связаны с лингвокультурологическим аспектом. В рамках данного подхода выполнены исследования, [Григорьева, 2018], [Русанова, 2019], [Шаталова, Медведева, 2016], [Питина, 2013], [Романенко, Мизернюк, 2019]. Исследования эргонимов в лингвокультурологическом аспекте с разделением названий объектов на «транснациональные, национальные и региональные» проводит Н.И. Григорьева [Григорьева 2016]. Для региональных эргонимов характерна обусловленность историей, геолокацией, культурной конкретности территориального объекта. Национальнокультурный компонент эргонимов исследуется в работах И.Ю. Русановой [Русанова 2019].

[Лексикографический аспект представляет собой лексикографическую инвентаризацию и исследование эргонимов и их разновидностей, давая характеристику современных российских эргонимов по историко-этимологическому, историческому, этимологическому и справочно-информативному признакам]. В зависимости от необходимости характеризовать тот или иной признак эргонимов, используется соответствующая методика и на ее основе создается словарь определенного жанра, как отмечает Е.С. Отин [Отин, 1999]. Так, «Словарь собственных имен русского языка» под редакцией Ф.Л. Агеенко содержит названия организаций, партий, движений, научных и учебных учреждений; названия промышленных предприятий, торговых фирм, корпораций, концернов, банков; названия театров, библиотек, музеев, концертных залов, картинных галерей, киностудий, археологических и архитектурных памятников; названия спортивных клубов, [Агеенко, 2010]. В лексикографическом аспекте иногда ставится задача составить сло-

вари эргонимов отдельных регионов, напр., [Крат, 2012].

Социолингвистический аспект (социономастика) – это исследование связи эргонимов с обществом, его историческим развитием, социальными изменениями. Воздействие на развитие эргонимов социальными, юридическими, историческими закономерностями, социологическими переменными так же соотносится с данным аспектом. Кроме того, влияния моды на имена собственные, идеологическая, культурологическая направленность общества на формирование эргонимов изучаются в рамках социолингвистического аспекта [Мадиева, 2015]. Социолингвистический аспект представлен в работах [Емельянова, 2007], [Носенко, 2007], [Алиева, 2008], [Врублевская, 2017].

Прагматический аспект представлен широко и в свою очередь подразделяется на различные линии: лингвомаркетинговый, когнитивно-прагматический, функционально-прагматический аспекты. Лингвомаркетинговый аспект исследования собственных имен предполагает изучение эргонимов с точки зрения их рекламного потенциала. Данный аспект выявляет возможности воздействия имен собственных на реципиента с точки зрения рекламы. [Мархеева, 2020]

Модель искусственной номинации в когнитивно-прагматическом аспекте и характеристика номинативных стратегий, тактик и частных моделей искусственного наречения освещены в монографии М.В. Голомидовой. В работе рассматривается взаимодействие искусственной онимической номинации с номинацией естественной, народной, и профессиональной. Кроме того, исследование выявляет архетипы именования, влияющие на процессы современного именотворчества [Голомидова, 1998].

В функционально-прагматическом аспекте выполнена работа Т.М. Шмелевой. Вводится понятие «урбаноним». Эргоним является подвидом урбанонима и трактуется согласно определению Н.В. Подольской. Классификация идет вглубь, появляются термины «фирмоним», «эмпороним», «трапезоним». Автор отмечает, что «можно соорудить такие термины, опираясь на известные нам латинские или даже русские корни, но это не решит проблему, ведь терминология должна выработываться и приниматься научным сообществом в ходе исследований и обсуждений» [Шмелева 2014, с. 11].

Ономастический аспект в изучении эргонимов находит свое отражение в работах В.М. Лейчика, который отмечает, «что на примере наименования фирм, предприятий и т.п. очень удобно показать различные способы называния объектов собственными именами и дать соответствующие рекомендации» [Лейчик 1992, с. 31]. С другой стороны, в работе анализируются функционирование эргонимов, воздействие на реципиента, устанавливаются отношения между эргонимом и его эф-

фективностью. Исследования эргонимов в ономазиологическом аспекте проводит [Носенко, 2007].

Комплексный подход в исследовании эргонимов является многоаспектным изучением языковых единиц. Целью комплексного подхода является целостный лингвистический анализ эргонимического материала. Так, русская коммерческая эргонимия изучается в прагматическом и лингвистическом аспектах [Шимкевич, 2002]. Эргонимия в структурно-семантическом и ономазиологическом аспектах исследуется в работе [Грибанова, 2002]. Семантический и прагматический аспекты представлены в работе [Трифанова, 2006]. Структурно-семантический и прагматический аспекты нашли свое отражение в работе [Носенко, 2007]. Характеристику эргонимов как микросистемы представляет [Алистанова, 2011]. Структурно-семантический и лингвокультурологический аспекты эргоурбонимии даны в работе [Вайрах, 2011]. В работе [Рабаданова, 2012] эргонимы исследованы в структурно-семантическом, лингвокультурологическом и историческом аспектах. Работа [Курбанова, 2015]

выполнена в семантическом и прагматическом аспектах. Структурно-семантический, коммуникативный и прагматический аспекты раскрывает работа [Хоанг, 2018].

Подводя итоги, отметим, что современная русская эргонимическая лексика активно исследуется в различных аспектах. Осуществленный нами аналитический обзор позволил выявить девять основных аспектов изучения: коммуникативный, семантический, исторический, географический, лингвокультурологический, лексикографический, социолингвистический, прагмалингвистический, ономазиологический. При этом прагмалингвистический аспект, в свою очередь, представлен лингвомаркетинговым, когнитивно-прагматическим и функционально-прагматическими аспектами. Комплексный подход в изучении эргонимов так же широко представлен в отечественных исследовательских работах по эргонимии. Можно утверждать, что проведенный анализ выявил тенденции использования комплексных исследований и изучение эргонимов, сочетающих различные аспекты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеенко Ф.Л. Словарь собственных имен русского языка: ударение, произношение, словоизменение. М: Мир и Образование, 2010. 877 с.
2. Алистанова Ф.Ф. Эргонимы современного русского языка как микросистема: специальность 10.02.01 «Русский язык»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук – Махачкала, 2011. – 23 с.
3. Алиева Г.Н. Эргонимы современного русского языка в лексикографическом аспекте / Г.Н. Алиева, Ф.Ф. Алистанова // Научное мнение. – 2011. – № 3. – С. 7-11.
4. Вайрах Ю.В. Эргоурбонимия города Иркутска: структурно-семантический и лингвокультурологический аспекты исследования: автореферат дис. кандидата филологических наук: 10.02.01. - УУ;БГУ, 2011. - 24 с.
5. Врублевская О.В. Языковая мода в эргонимии как социолингвистическая проблема / О.В. Врублевская // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 5(35). Ч. II. – С. 45–49
6. Голомидова М.В. Урбанонимы в контексте культуры современного города // Ежегодник НИИ русской культуры УрГУ 1994. Екатеринбург: 1995. С. 76-86.
7. Горяев С.О., Бугешу А. Коммерческое имя в мировой ономастике: современное состояние // Коммуникативные исследования. 2018. №3 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommercheskoe-inya-v-mirovoy-onomastike-sovremennoe-sostoyanie> (дата обращения: 16.12.2022).
8. Григорьева Н.О. Проекция лингвокультуры: эргонимы в коммуникативном пространстве города // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. - Спб.; ОПРЯЛ, 2016. №5. С.142-145.
9. Донскова Г.А. Сравнительно-сопоставительная характеристика динамики эргонимической номинации Нижнего Поволжья и Западного Казахстана. автореферат канд. филол. наук. Уральск, 2004. 246 с.
10. Земскова С.В. Лексико-семантический и словообразовательный анализ эргонимов г. Тольятти Самарской области Российской Федерации: Авто-реф. дисс. канд. филол. наук. М.: РУДН, 1996. 20 с.
11. Кайгородова И.Н., Курбатова М.Г. К вопросу о функции языкового воздействия эргонимов // Гуманитарные исследования. - А.: АГУ, 2012. - №1 (41). - С.25-29.
12. Крат Д.А. Специальный словарь-справочник эргонимов правобережья города Красноярск с учетом интенций номинатора и оценок адресата / Д.А. Крат, Е.О. Пастарнакова, И.В. Ревенко // Язык и социальная динамика. – 2012. – № 12-2. – С. 12-17.
13. Козлов Р.И. Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики: автореф. дис. ... канд. филол. наук [Текст] / Р.И. Козлов. – Екатеринбург, 2000. – 23 с.
14. Крюкова И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности: дис. д-ра филол. наук: 10.02.19 / И.В. Крюкова. – Волгоград, 2004. – 360 с.
15. Крыжановская В.А. Эргонимы с элементами графической трансформации (структурно-семантический и прагматический аспекты): специальность 10.02.01 «Русский язык»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Крыжановская Валентина Александровна. – Краснодар, 2017. – 22 с.
16. Курбанова М.Г. Эргонимы современного русского языка: семантика и прагматик: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Курбанова Малика Гумаровна; [Место защиты: Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т]. - Волгоград, 2015. - 24 с.
17. Мархеева Т.В. Лингвомаркетинговый подход в изучении эргонимии (на материале эргонимов г. улан-удэ) // Вестник БГУ. Язык, литература, культура. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvomarketingovyy-podhod-v-izuchenii-ergonimii-na-materiale-ergonimov-g-ulan-ude> (дата обращения: 18.12.2022).

18. Николаева Т.И. Новые названия в старой Вятке / Т.И. Николаева, В. А. Коршунков // Русская речь. – 1997. – № 4. – С. 85-92.
19. Новичихина М.Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации: автореф. д-ра филол. наук / М.Е. Новичихина. Воронеж, 2004. – 40 с.
20. Е.С. Отин. Словарь коннотативных собственных имен / Е. С. Отин. – Москва; Донецк: А Темп; 2006. – 435 с.
21. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Отв. ред. А. В. Суперанская – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Наука, 1988. 192 с.
22. Прокуровская Н.А. Город в зеркале своего языка (на языковом материале г. Ижевска) / Н.А. Прокуровская. – Ижевск, 1996. – 228 с.
23. Романова Т.П. Этнокультурный маркер в логотипах российских фирм как рекламный стимул адресата // Медиалингвистика. – СПб.; СПГУ, 2018. –Т. 5. – №4. – С. 521-533.
24. Русанова И.Ю. Проблемы выявления и описания национально-культурного компонента в структуре значения эргонима / И.Ю. Русанова // Ономастика Поволжья: Материалы XVII Международной научной конференции, Великий Новгород, 17–20 сентября 2019 года / Составитель и редактор В.Л. Васильев. – Великий Новгород: ООО «ТПК «Печатный двор», 2019. – С. 95-99. – DOI 10.34680/2019.onomastics.95.
25. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного / А.В. Суперанская. М.: ЛКИ, 2007. – 368 с.
26. Шаталова Ю.Н. Нейминг в региональном аспекте (на материале названий продовольственных магазинов г. Белгорода) / Ю. Н. Шаталова,
27. Медведева А.Н. // Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2016. № 5-1 (59). С. 167-171.
28. Шимкевич Н.В. Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.0; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002. – 22 с.
29. Шмелева, Т.В. Ономастикон российского города / Т.В. Шмелева. –Германия: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. 144 с.

© Хохлова Анна Алексеевна(khokhlova.anna@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»

