

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Костромской государственный университет
Волгоградский государственный социально-педагогический университет



ОНОМАСТИКА ПОВОЛЖЬЯ

Материалы XVIII Международной
научной конференции

Кострома, 9–10 сентября 2020 года

Том 2

Кострома
2020

ББК 81.053.16
УДК 413.13
О 59

Издание осуществлено при финансовой поддержке
Российского фонда фундаментальных исследований
(проект № 20-012-22052)

О 59 **Ономастика Поволжья** : материалы XVIII Международной научной конференции. Кострома, 9–10 сент. 2020 г. В 2 т. Т. 2 / науч. ред.: Н.С. Ганцовская, В.И. Супрун; сост. и отв. ред. Г.Д. Неганова; Костром. гос. ун-т. – Кострома : Костромской государственный университет, 2020. – 386 с.

ISBN 978-5-8285-1105-1 (Т. 2)
ISBN 978-5-8285-1103-7

В сборнике представлены материалы XVIII Международной научной конференции «Ономастика Поволжья», состоявшейся в Костроме 9–10 сентября 2020 года. Во втором томе рассматриваются проблемы топонимики и микротопонимики, городского топонимического пространства, сакральной, литературной и фольклорной ономастики, а также ономастической периферии и апеллятивно-ономастического пограничья. В ряде статей освещается место и роль ономастики на учебных занятиях в школе и вузе.

Для филологов, историков, географов, культурологов, краеведов, а также широкого круга читателей, интересующихся именами собственными.

ББК 81.053.16
УДК 423.13

*Ответственность за аутентичность цитат,
правильность фактов и ссылок несут авторы статей*

ISBN 978-5-8285-1105-1 (Т. 2)
ISBN 978-5-8285-1103-7

© Н.С. Ганцовская, В.И. Супрун,
научное редактирование, 2020
© Г.Д. Неганова, составление, 2020
© Костромской государственный
университет, 2020

Содержание

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТОПОНИМИКИ И МИКРОТОПОНИМИКИ	7
<i>Баженова Т.Е.</i> Диалектная лексика земледелия и полеводства в самарской топонимике	7
<i>Беленов Н.В.</i> Географическая топонимная лексика эрзян Самарского Заволжья	14
<i>Васильев В.Л., Вихрова Н.Н.</i> Топонимы и термины <i>городок</i> в новгородско-псковско-тверских землях	21
<i>Дорофеенко М.Л.</i> Топографические маркеры в виконимии Беларуси и Франции	31
<i>Картавенко В.С.</i> Культурно-историческая содержательность региональных топонимов	37
<i>Кичикова Н.А., Джамбинова Н.С.</i> Географические термины <i>балка/сала</i> в топонимии Юга России	43
<i>Костылев Ю.С.</i> Топонимы отантропонимического происхождения на карте острова Врангеля	51
<i>Костючук Л.Я.</i> Топонимы в условиях псковского пограничья (синхронно-диахронный аспект восприятия и исследования)....	58
<i>Мызникова Я.В.</i> Отражение этнокультурного взаимодействия в микротопонимии Симбирского Заволжья	65
<i>Приображенский А.В., [Михайлова Л.П.]</i> Из исторической топонимии Карельского Поморья (село Кереть)	71
<i>Синкевич Т.И.</i> Репрезентация образа Малой Родины в творчестве Марка Шагала	77
<i>Цветкова Е.В.</i> Земледельческая терминология в костромской микротопонимии (название <i>Огнище</i>)	83
<i>Шклярник В.А.</i> Аппелятив <i>пазьбішча</i> в микротопонимии Беларуси – заимствование или местное образование?	89
<i>Шульгач В.П.</i> Заметки по ойконимии Костромской области	93

ГОРОДСКОЕ ОНОМАСТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО..... 99

<i>Ахметова М.В.</i> Исторический ойконим как альтернативное название города (случай Покровска/Энгельса).....	99
<i>Горяев С.О.</i> Новые ойкодомонимы в авторской мотивировке.....	107
<i>Железнова Ю.В.</i> Национально-культурные и оценочные коннотации эргонима	113
<i>Красовская Н.А.</i> Некоторые народные названия города Тулы	119
<i>Любимова Н.В.</i> Городские микротопонимы в немецкоязычной Швейцарии	125
<i>Одинаев Т.Н.</i> Меморативные названия улиц города Термеза (Республика Узбекистан) в зеркале истории и культуры народа	132
<i>Орлова Е.О.</i> Креативность урбанонимов как форма современной городской народной культуры (на примере Великого Новгорода).....	139
<i>Разумов Р.В.</i> Городская топонимия и личная сфера говорящего.....	145
<i>Рассадин А.П., Ильин В.Н.</i> Ульяновск или Симбирск? (К вопросу о судьбе первичного топонима)	150
<i>Русанова И.Ю.</i> Эргонимы как индикаторы социолингвистической ситуации современного города	158
<i>Семенова В.И.</i> Ономастическое пространство г. Иркутска.....	164
<i>Соколова Т.П.</i> Поликодовые коммерческие наименования в городском онимическом пространстве.....	171
<i>Теркулов В.И.</i> Изучение урбанонимии в лингворегionalных исследованиях.....	177
<i>Ян Ин, Щербак А.С.</i> Урбанонимическое пространство города Тяньцзиня (Китай)	185
САКРАЛЬНАЯ ОНОМАСТИКА	189
<i>Агапкина Т.А., Березович Е.Л., Сурикова О.Д.</i> К изучению собственных имен деревьев в восточнославянских заговорах	189
<i>Горлова Т.В.</i> Особенности функционирования экклезионимов Нерехты в народно-разговорной речи	196

<i>Пахомова С.Н.</i> Табу на имя в контексте трансформации антропосистемы	205
<i>Скляренко О.Н.</i> Об этимологическом различии теонимов славянской мифологии	211
<i>Ховрина Т.К.</i> Наименования дней народного календаря весенне-летнего цикла в ярославских говорах.....	217
<i>Якимов П.А.</i> Религиозный (православный) ономастикон Оренбуржья.....	224
ЛИТЕРАТУРНАЯ И ФОЛЬКЛОРНАЯ ОНОМАСТИКА.....	231
<i>Большакова Н.В.</i> Онимы в псковских сказках (К вопросу издания архивных текстов).....	231
<i>Комлева Н.В.</i> Имена собственные как один из способов выражения авторской позиции в системе средств текстообразования трилогии В.И. Белова «Час шестой»	238
<i>Королева И.А.</i> Прецедентные имена собственные в лирике А.Т. Твардовского	244
<i>Ланге Н.В.</i> Естественные и искусственные имена главных героев трилогии Д.И. Рубиной «Наполеонов обоз»	249
<i>Оборнева О.В.</i> Культура и текст как среда обитания и источник поэтики онимов.....	256
<i>Осипова Е.П.</i> Мифологемы рязанско-мордовского пограничья	263
<i>Пашаева Юнус Ф.Ш., Юнус Я.А.</i> «Никогда не разговаривайте с неизвестными», или Размышления о некоторых антропонимах в романе «Мастер и Маргарита» М. Булгакова.....	271
<i>Сироткина Т.А.</i> Концепт «Югра» в региональной языковой картине мира	276
<i>Скуридина С.А.</i> Ономастические каламбуры Ф.М. Достоевского	282
<i>Слесарева Т.П.</i> Ономастическое пространство романа Н.С. Лескова «Чертовы куклы»: семантический аспект	288
<i>Фадеева Г. М.</i> Имя собственное в переводе сказок.....	293
<i>Фокина М.А.</i> Функции заголовочных антропонимов в рассказе Валентина Распутина «Василий и Василиса»	299

**ОНОМАСТИЧЕСКАЯ ПЕРИФЕРИЯ И АПЕЛЛЯТИВНО-
ОНОМАСТИЧЕСКОЕ ПОГРАНИЧЬЕ..... 305**

Антонов А.В. Особенности фильмонимов детективов
советского периода 305

Виноградова П.П. Словарь костромских топонимов, связанных
с названиями выпечных изделий, как раздел словаря хлебной
лексики Костромского края 311

Генералова Е.В. Культурологическая и историческая
информативность оттопонимических единиц
(диахронический аспект) 315

Дмитрук Л.А. Этнодиалектные особенности костромских
примет, связанных с названиями птиц, зверей
(по материалам В.И. Смирнова) 321

Дулова Ю.В. Репрезентация временного кода культуры
в артионимии Белорусского Поозерья 329

Зорина Л.Ю. Употребление имен собственных в составе
формул народного речевого этикета..... 335

Ильина Е.Н. Ономастикон русской былины в «богатырских»
мультфильмах 339

Сулейман М.М. Прагматика названий детских телепередач..... 343

Теуш О.А. Ономастические и отономастические наименования
в рыболовецкой диалектной лексике Прикамья 349

**ОНОМАСТИКА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ..... 355**

Дулов А.Н. Место и роль ономастики в системе подготовки
преподавателя истории..... 355

Соколова А.А. Топонимия России в системе занятий РКИ
в военном вузе 361

Черногрудова Е.П. Антропонимика как основа для организации
межпредметной проектной деятельности школьников
(на материале ономастикона русских князей) 368

Юе Цюй. Топонимическая база данных с лингвокультурным
компонентом как инструмент РКИ 374

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....378

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ И ОЦЕНОЧНЫЕ КОННОТАЦИИ ЭРГОНИМА

Ю.В. Железнова

Удмуртский государственный университет

Ижевск, Россия

yuliageleznova@gmail.com

В статье представлены результаты анализа национально-культурных и оценочных коннотаций эргонимических единиц по данным свободного ассоциативного эксперимента. Актуальность подобного анализа обуславливается лингвокультурологической направленностью интерпретации языкового материала. В результате делаются выводы о влиянии видового названия предприятия на коннотативное содержание эргонима.

Ключевые слова: эргоним; ассоциативный эксперимент; коннотация; национально-культурные коннотации; оценочные коннотации

ETHNICAL AND EVALUATIVE CONNOTATIONS OF ERGONYM

Yu.V. Zheleznova

Udmurt State University

Izhevsk, Russia

The article presents the results of the analysis of ethnic and evaluative connotations of ergonyms through association experiment. The relevance of such an analysis is determined by the linguoculturological orientation of the interpretation of linguistic material. As a result, conclusions are drawn about the commercial name influence on the connotative substance of the ergonym.

Keywords: ergonym; association experiment; connotation; ethnic connotations; evaluative connotations

Эргонимия на сегодняшний день является актуальной и активно развивающейся областью ономастики. Многочисленные исследования последних лет посвящены изучению структурных особенностей данных единиц (Л.А. Ласица [Ласица 2015], Н.Н. Сафонова, Т.А. Ермаковская [Сафонова, Ермаковская 2019: эл. ресурс] и др.), коммуникативно-прагматическому аспекту их функционирования (Т.И. Зеленина, Н.В. Буторина [Зеленина, Буторина 2016: эл. ресурс] и др.), анализу мотивационных установок, используемых при выборе эргонима (М.Г. Курбанова [Курбанова 2015], К.В. Овсянникова [Овсянникова 2016] и др.).

Других лингвистов привлекают семантические аспекты данного класса онимов (В.А. Крыжановская [Крыжановская 2017] и др.). Развивая изыскания, предпринимаемые в данном направлении, в настоящей статье предпринимается попытка рассмотреть эргоним с точки зрения его лингвокультурного потенциала. Иначе говоря, эргоним может быть определен как особая единица, которая облигаторно является частью культурной модели мира лингвосоциума, осуществляющего номинацию. В частности, в статье приводятся результаты анализа национально-культурных и оценочных коннотаций (эмоциональных и экспрессивных в том числе) эргонимических единиц и лексем, лежащих в основе их названия.

В качестве метода был выбран ассоциативный эксперимент (АЭ), который позволяет исследовать мотивации индивидуума и выявить ассоциации, актуализирующие его предшествующий опыт. В ходе свободного АЭ информантам предлагалось письменно ответить первым, пришедшим в голову словом-реакцией (R), на слова-стимулы (S), ничем не ограничивая ни формальные, ни семантические особенности слова-реакции (R). Количество реакций не ограничивалось. В эксперименте принимали участие студенты и магистранты УдГУ в возрасте от 18 до 26 лет, обучающиеся по точным и гуманитарным направлениям.

Практическим материалом для свободного ассоциативного эксперимента стали коммерческие наименования деловых объединений, локализованных в Казани и выявленных путем сплошной выборки с информационно-справочных порталов (TemaKazan.ru, 2gis.ru) за период январь – февраль 2020 года. Определяющим критерием при отборе практического материала был факт наличия потенциальных, культурных и символических «со-значений» у лексем, входящих в состав эргонима. В данной статье представлены результаты анализа реакций на слова-стимулы, представляющие собой эргонимические единицы, в состав которых входят лексем, актуализирующие культурные символы *медведь*, *дракон*. Выбор в пользу региональных единиц с удаленным «фактическим адресом» от места проведения опроса был

осуществлен намеренно, во избежание давления личных, прагматических ассоциаций над лингвистическими характеристиками слова-стимула у информантов.

Первой контрольной группе были предложены слова-стимулы, представляющие собой название делового объединения без видового компонента. Второй группе опрашиваемых в качестве слов-стимулов были даны следующие полносоставные эргонимические единицы: *Магазин натуральных продуктов Медведь*, *Частное охранное предприятие Медведь*, *Частное охранное предприятие Дракон*, *Суши-бар Дракон*.

Результаты ассоциативного эксперимента

Проанализируем реакции, полученные на стимулы *медведь* и *дракон*. Образ медведя передает устоявшийся русский автостереотип. Он закреплен в русском фольклоре, фразеологии, паремологии и, по мнению культурологов, воплощает ключевые черты национального характера – силу, доброту, мудрость, простоту. В ассоциативном поле стимула *медведь* были выделены такие логико-понятийные ассоциации, как: среда обитания – *мед* (3), *лес* (2), *лиса*, *заяц*, *волк*, *тайга*, *берлога*, *малина*; внешний вид – *бурый*, *сила*. К культурно маркированным реакциям отнесены *балалайка* (2), *хозяин*, *Тедди*, *Тучка*, *Кеша*, *Медведев*, *Россия*, *Шишкин Утро в сосновом бору*, *водка*, *русский символ*. В целом, ассоциатами передаются преимущественно нейтральные оценочные коннотации, а также положительные, за счет присутствия в поле имен художественных персонажей.

Дракон представляет собой одно из распространенных мифологических существ, упоминавшихся в творчестве народов Западной, Южной и Восточной Азии, доколумбовой Америки, а также в поздней европейской культуре. Эти фантастические ящеры в разных традициях символизировали власть, богатство, силу, мудрость, зло и добро. При анализе ассоциативного поля слова-стимула *дракон* были выделены следующие логико-понятийные ассоциаты: сказочное чудовище – *огонь* (2), *золото* (2), *принцесса*, *рыцарь*, *змея Горыныч*, *замок*. Национально-культурные коннотации передаются следующими реакциями: восточная

мифология – *год дракона (2), китайский новый год, восточный гороскоп, четыре стихии*; страна – *Китай, китайцы, чай*; медиакультура – *он дракон (фильм), мультфильм Мулан, Дейнерис Таргариен*. Собираемый образ, реконструируемый по данным ассоциаций, получается скорее нейтральный.

Перейдем к описанию реакций, полученных от второй группы участников эксперимента, которым в качестве слов-стимулов были предъявлены эргонимы деловых объединений общественного питания и торговли, а также организаций, обеспечивающих безопасность с одноименными лексемами в их составе.

При рассмотрении ассоциативных полей отмечается факт появления предметных ассоциатов и ассоциатов-представлений, относящихся к профилю деятельности организации (см. табл. 1).

Таблица 1

Стимул	Ассоциативное поле
Магазин натуральных продуктов Медведь	Продукты – <i>клюква, мясо, сало, жир, белок</i>
Суши-бар Дракон	Продукты – <i>еда (3), роллы, соевый соус, вкусные роллы, вкусная еда, горькое васаби, огромный ролл Дункан, удон</i> . Помещение – <i>качественный дизайн, тарелки, бамбуковые палочки, темные ценники, китайские фонари, восточная музыка, яркие картинки</i>
Частное охранное предприятие Медведь	Люди, осуществляющие деятельность – <i>большие люди, здоровяк с большими бицухами, сильные мужчины в очках, чоповцы с сильными мужчинами крупных габаритов, суровые люди</i> . Деятельность – <i>кастет, решетка</i>
Частное охранное предприятие Дракон	Люди, осуществляющие деятельность – <i>охранник (4), спецодежда, азиаты телохранители, казахи, росгвардия, из него выходят люди в смокингах и солнцезащитных очках</i> . Деятельность – <i>охрана, работа, бронированные автомобили, работают на важных людей</i>

Что касается, логико-понятийных ассоциаций, содержащихся в реакциях информантов, то они также присутствуют и частично совпадают с ассоциатами, полученными от первой группы (см. табл. 2).

Таблица 2

Стимул	Ассоциативное поле
Частное охранное предприятие Медведь	Берлога
Частное охранное предприятие Дракон	Старинный замок
Суши-бар Дракон	Огонь (2), красный дракон с чешуей, полет, чешуя, величественный, большой, жара, сила, свет, сказки, фольклор, мифология

Национально-культурные и оценочные коннотации эргонимов перекликаются с символическим содержанием оригинального названия и обогащаются за счет их сочетания с видовым названием организации. Так, реакции информантов на эргонимы с компонентом *медведь* – *патриотизм, честность, отечественность, великая сила русского духа* (магазин) и *наглость, сильное, смелое, надежно, мужество, злость* (ЧОП), актуализируют как положительные, так и неодобрительные эмоции, возникшие в результате их восприятия. При этом негативные коннотации обуславливаются, на наш взгляд, логическим развитием признака *сила*, трансформировавшегося в агрессию.

В реакциях на эргонимы с компонентом *дракон* отмечается появление ассоциатов, указывающих на более разнообразный круг национальных сообществ, связываемых с эргонимом. Так, информантами были даны две реакции *япония*, появившиеся под влиянием видового названия организации суши-бар. Ряд реакций передают ассоциаций восточной культурой – *азиаты телохранители, казахи, кунг-фу*. Оценочные коннотации отличаются вариативностью и положительной направленностью – *крутое название, комфорт, дорогой, слишком пафосное название*.

В целом, при моделировании ассоциативных полей приведенных слов-стимулов было выявлено три направленности ассоциатов:

- 1) вызванные скорее только именем организации (28 %);
- 2) вызванные скорее только видовым названием организации (31 %);
- 3) смешанные (21%).

Таким образом, на примере анализа вышеописанных эргонимов можно увидеть, что сочетание видового названия организации с ее оригинальным именем вызывает более вариативные ассоциации у потенциального адресата. Эргонимические единицы характеризуются наличием более разнообразных оценочных коннотаций, возникающих за счет более сильного, эмоционального воздействия.

Литература и источники

Зеленина Т.И., Буторина Н.В. Коммуникативно-прагматический аспект эргонимов (на материале русского языка) // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология», 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativno-pragmaticheskiy-aspekt-ergonimov-na-materiale-russkogo-yazyka> (дата обращения: 25.03.2020).

Овсянникова К.В. Особенности номинации предприятий общественного питания: на примере коммерческих названий г. Воронежа и г. Москвы: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. Воронеж, 2016. 24 с.

Курбанова М.Г. Эргонимы современного русского языка: семантика и прагматика: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2015. 23 с.

Крыжановская В.А. Эргонимы с элементами графической трансформации: структурно-семантический и прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2017. 26 с.

Ласица Л.А. Языковые и структурные особенности иноязычных эргонимов города Оренбурга // Вестник Оренбургского государственного университета. 2015. № 11 (186). С. 95–100.

Сафонова Н.Н., Ермаковская Т.А. Особенности эргонимии города Сургута в начале XXI века (на материале коммерческих эргонимов) // Вестник урведения. 2019. Т. 9, № 2. С. 260–270.