

На правах рукописи

Соколова Инесса Альбертовна

**ЭРГОНИМИЯ ПОЛИЛИНГВАЛЬНОГО ГОРОДСКОГО
ПРОСТРАНСТВА: ЭТНОСОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
(на материале г. Набережные Челны, Республика Татарстан)**

Специальность 5.9.8. – Теоретическая, прикладная и сравнительно-
сопоставительная лингвистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Ижевск – 2026

Работа выполнена на кафедре романской филологии, второго иностранного языка и лингводидактики ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»

Научный руководитель: **Зеленина Тамара Ивановна**,
доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры романской филологии,
второго иностранного языка и
лингводидактики ФГБОУ ВО «Удмуртский
государственный университет»

Официальные оппоненты: **Голомидова Марина Васильевна**,
доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры интегрированных
маркетинговых коммуникаций ФГАОУ ВО
«Уральский федеральный университет»
Кириллова Людмила Евгеньевна,
кандидат филологических наук,
старший научный сотрудник отдела
филологических исследований Удмуртского
института истории, языка и литературы
ФГБУН «Удмуртский федеральный
исследовательский центр Уральского
отделения Российской академии наук»

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Тамбовский государственный
университет имени Г.Р. Державина»

Защита состоится «25» июня 2026 г. в 10.00 часов на заседании диссертационного совета 24.2.420.01 при ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» по адресу: 426034, г. Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 1, к. 003.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научной библиотеке им. В. А. Журавлева ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» (г. Ижевск, ул. Ломоносова, 4Б). Автореферат размещен на официальном сайте ВАК Минобрнауки РФ <https://vak.gisnauka.ru/> и на сайте ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» <https://dissovet.udsu.ru/board/24-2-420-01>.

Автореферат разослан «__» _____ 2026 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Л.А. Юшкова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая диссертация посвящена изучению эргонимов в полилингвальном городском пространстве в многонациональном регионе – Республике Татарстан.

Актуальность исследования. Экономика, политика, современный процесс глобализации, научно-технический прогресс оказывают заметное влияние на сферу эргонимии, изучающей собственные имена деловых объединений, организаций, предприятий, учреждений, созданных для деятельности в различных сферах социума. Эргонимия, тесно связанная с историей проживания людей на тех или иных территориях, интегрирована в этноязыковое наследие. Особое значение изучение эргонимов приобретает в полилингвальном регионе, в частности в городском пространстве, отличающемся культурным многообразием.

В поле исследовательского интереса были эргонимы таких городов, как Казань (Д.А. Салимова, 2023), Махачкала (Г.Н. Алиева, 2023), Уфа (А.М. Емельянова, 2024), Брест (И.Л. Ильичева, 2023), Париж (Д.Р. Сабирова, 2023), Шеффилд (А.В. Цапова, 2023) и др. Специальных комплексных исследований эргонимии г. Набережные Челны – второго по величине города Татарстана – не проводилось. Между тем эргонимия Набережных Челнов имеет свою уникальность, обусловленную особенностью зарождения и развития города, история которого ведет своей отчет с середины XX века как город-завод, возникший на пересечении индустриальной и национальной культур, что и придало ему полилингвальный характер. Эти факторы определили актуальность данного исследования.

Степень разработанности проблемы. Основу исследования ономастики составляют идеи, заложенные в трудах А.М. Селищева, А.А. Белецкого, А.В. Суперанской, С.Б. Веселовского, В.А. Никонова, Ю.А. Карпенко, Н.В. Подольской, В.Д. Бондалетова, О.Н. Трубачева и др.

Теоретические положения этносоциолингвистики составляют закономерности, выявленные в работах Т.В. Аниховской, Н.А. Габдулиной,

Н.И. Данилиной, Д.В. Мухиной, Л.Б. Никольского, Е.Ю. Поздняковой, Н.И. Толстого, В.Н. Топорова, Н.В. Шимкевич и др.

Исследование эргонимии с позиции определенной тематической группы (кафе и рестораны, салоны красоты, магазины и др.) проводят Е.М. Ахмадсафина, А.А. Бурченкова, Т.В. Васильева, А.В. Вовк, З.Д. Жалмурзина, Е.А. Миронова, С.А. Рябцева, С.А. Скуридина, А.А. Талицкая, А.В. Цапова.

Некоторые наблюдения в эргонимии сделаны на языковом материале многих городов России, Белоруссии, Казахстана, Кыргызстана и др.: Архангельск (М.А. Аверкиева, 2023), Астана (К.М. Абдрахманова, 2023), Бишкек (А.А. Байсаева, 2022), Брест (И.Л. Ильичева, 2024) и др. Этот научный опыт дает основу для дальнейшего описания эргонимов определенной территории.

Объектом исследования выступает эргонимия полилингвального городского пространства.

Предметом исследования является эргонимия г. Набережные Челны, ее социальная мотивация и языковая репрезентация.

Цель работы – комплексное изучение эргонимии полилингвального городского пространства г. Набережные Челны, систематизация способов образования эргонимов и выявление их этносоциолингвистической специфики.

Для достижения поставленной цели потребовалось решить следующие **задачи**:

- 1) анализ и обобщение подходов к исследованию эргонимов в современной лингвистике;
- 2) классификация изучаемых эргонимов на основе изучения внешних и внутренних признаков;
- 3) выявление социо- и этнолингвистических особенностей эргонимов г. Набережные Челны;

4) представление динамики изменения эргонимов полилингвального городского пространства на уровне словообразования, графического оформления, семантического и этнолингвистического содержания.

Материал исследования. Языковой материал, относящийся к сфере услуг г. Набережные Челны, выявлялся в следующих источниках: Приложение 2 GIS, Телефонный справочник «МОИ Челны», электронные справочники организаций города Набережные Челны РФАДРЕС и Chelny.info. Общий корпус эргонимов составляет 2652 единицы (2001 – 2025 гг).

Методологической основой исследования являются труды отечественных исследователей

– по *ономастике*: А.В. Суперанская (1973), Н.В. Подольская (1978), А.М. Емельянова (2007), М.В. Голомидова (2019), Л.М. Бражник (2022), Л.В. Грибанова (2022), Ф.Ф. Алистанова (2023) и др.;

– по *этнолингвистике*: Н.И. Толстой (2013), Т.В. Шмелева (2014), М.В. Аулина (2016), В.А. Крыжановская (2017), К.А. Тагиева (2021), О. Фелекан (2021), М.В. Голомидова (2022), Э.В. Фомин (2022);

– по *эргонимии полилингвального городского пространства*: Казань – М.И. Солнышкина (2015), Е.В. Варламова (2022), И.Г. Иванова (2025); Альметьевск – Ф.Ф. Товалович (2018), Елабуга – К.Ю. Юрикова (2024), Набережные Челны и Нижнекамск – И.С. Зотин (2024);

– по *способам образования эргонимов*: М.Г. Курбанова (2015), К.М. Абдрахманова (2023), И.Т. Вепрева (2023), Е.Ю. Черкун (2023), Ю.М. Ятманова (2023), Т.А. Зуева (2024), Е.Д. Кобзева (2024) и др.

Таким образом, необходимость комплексного изучения эргонимов с позиции отражения языковой ситуации представляет актуальную проблему, имеющую важное значение для социоллингвистики, теории номинации, лингвокультурологии и этнолингвистики.

Методы исследования. В работе задействованы общенаучные методы: описание, сопоставление, классификация, интерпретация, обобщение, а также количественный и синхронный (изучение эргонимов определенного периода)

анализ данных. Для раскрытия особенностей отражения языковой ситуации в эргонимии используются специальные лингвистические методы: *ономастиологический* и *этнолингвистический* анализ эргонимов, *контент-анализ*, *срезовой метод*.

Научная новизна работы заключается в следующем:

- впервые предпринято комплексное описание эргонимов г. Набережные Челны в контексте изменений, происходящих в языковой ситуации полилингвального города;
- разработана классификация эргонимов городского пространства;
- проведено разграничение признаков эргонимов на «внешние» и «внутренние»;
- получен и обобщен новый исследовательский материал за более чем 20-летний период.

Теоретическая значимость исследования определяется вкладом в теорию ономастики и этносоциолингвистики. Конкретизированы «внешние» и «внутренние» признаки эргонимов. Систематизированы типологические и специфические черты эргонимов в лингвистическом ландшафте города с применением срезового метода. Раскрыт этнолингвистический потенциал эргонимии полилингвального городского пространства.

Практическая значимость диссертации заключается в перспективе применения полученных данных в сравнительных исследованиях эргонимии поликультурных регионов, в лексикографической практике при создании этнолингвистических изданий, в образовательном процессе при подготовке учебных материалов по лингвистическим дисциплинам (лексикология, лингвокультурология, социолингвистика, прагмалингвистика, этнолингвистика). Результаты исследования дают возможность обогатить учебные материалы по этноязыковой ситуации города Набережные Челны.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Эргонимия городского пространства служит ключом для декодирования социальных, этнокультурных и языковых процессов,

происходящих в городе. Эргоним является не только словесным обозначением, но и инструментом взаимодействия между продавцом и потребителем. Основная цель эргонима – создание имиджа и обеспечение коммерческой успешности в экономическом пространстве.

2. Внешние признаки классификации эргонимов отражают изменения в структуре, словообразовании и графике номинаций, связанные с развитием рекламы: произошло существенное увеличение количества наименований с использованием графических средств на основе латиницы, комплексного способа словообразования, а также появились новые тенденции в виде графической игры, контаминации и отклонения от норм орфографии.

3. На уровне внутренних признаков, в рамках семантического способа образования эргонимов, за 20-летний период предпочтение смещается от простой онимизации к метафорической. Очевидна прагматическая направленность большинства современных эргонимов.

4. Этносоциолингвистический подход к изучению эргонимии полилингвального городского пространства позволяет выявить, как многоязычие г. Набережные Челны отражается в этнолингвистическом содержании эргонимов, свидетельствующих о родной (русской / татарской) или иностранной принадлежности.

Апробация основных положений диссертационного исследования осуществлялась на таких международных и российских конференциях, как: внутривузовская «Итоговая научная конференция профессорско-преподавательского состава» (г. Набережные Челны, Набережночелнинский институт (филиал) ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», 2016–2025 гг.), III международная научно-практическая конференция «Ермаковские чтения в Набережных Челнах. Культурно-историческая и социально-экономическая динамика регионов: вызовы и возможности» (г. Набережные Челны, Набережночелнинский институт (филиал) ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», 2023), международная конференция «International Technology, Education and

Development Conference» (Испания, Валенсия, 2017–2020 гг.), международная научно-практическая конференция «Правовые основы функционирования государственных и региональных языков в условиях дву- и многоязычия (мировой опыт реализации языковой политики в федеративных государствах)» (г. Казань, ГУ Институт языка, литературы и искусства им. Г. Ибрагимова академии наук Республики Татарстан, 11.12.2019 г.).

Основные результаты и положения исследования освещены в 16 статьях, из них 5 опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ, 2 – индексируются в Web of Science, 9 – в изданиях РИНЦ.

Структура и объем диссертации. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы (184 источника), приложения в виде списка эргонимов сферы услуг г. Набережные Челны. В текст работы включены 14 таблиц и 9 рисунков. Общий объем без приложения составляет 188 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во *введении* представлена характеристика основных параметров исследования: обосновывается актуальность избранной темы, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, указывается методологическая основа, характеризуются методы и материал, раскрываются научная новизна диссертации, ее теоретическая и практическая значимость, формулируются основные положения, выносимые на защиту, даются сведения об апробации и структуре работы.

Первая глава «Теоретические основы исследования эргонимии» состоит из 3-х разделов.

В разделе 1.1 *«Эргонимы в ономастической системе»* изучен понятийный аппарат эргонимии. Эргонимика является разделом ономастики – направления языкознания, изучающего фонетические, морфологические, словообразовательные, семантические, этимологические и другие аспекты онимов. Языковое пространство города состоит из городских номинаций

(наименования улиц, площадей, районов, микрорайонов, отдельных городских объектов, коммерческих предприятий и т. п.), а также речевого общения горожан (устное и письменное, официальное и неофициальное). Городская среда представляет собой разновидности текстового ландшафта города (реклама, вывески). Ономастическое пространство города – комплекс городских собственных имен всех разрядов, употребляемых данным народом в данный период.

Виды онимов: имена живых существ (антропонимы, зоонимы, мифонимы), неодушевленных предметов (топонимы, космонимы, астронимы, фитонимы), собственные имена комплексных объектов (эргонимы, документонимы) и др.

Эргоним – вид онимов, относящийся к коммерческой номинации. Коммерческая номинация – процесс создания названий организаций, направленный на достижение коммерческих целей и получение коммерческого эффекта: увеличение прибыльности и продвижение продуктов и услуг на рынке. Внешние признаки эргонимов: структура (однокомпонентные, поликомпонентные), словообразование (непроизводные; производные: морфемная деривация, аббревиация, усечение, индексация, игровая деривация), графика (буквенные: кириллица, латиница; небуквенные: знаки препинания, апостроф, цифры, символы; комбинированные: сочетание буквенных и небуквенных средств; графическая игра). Внутренние признаки: семантика (семантическая онимизация: простая, метонимическая, метафорическая; асемантическая онимизация), стилистика (активная и пассивная лексика), этимология (исконная лексика, заимствования).

В разделе 1.2 «*Этносоциолингвистический подход к изучению эргонимии*» представлены основные понятия этносоциолингвистики и признаки этноязыковой принадлежности. Этносоциолингвистический аспект эргонимии рассматривает отношения между языком и народом, социальными группами, взаимодействие социальных и этнических факторов в развитии языка. Данная дисциплина исследует язык в его соотношении с этническим и социальным

факторами и использует понятийный аппарат и методы социолингвистики и этнолингвистики. В общении между номинантом и адресатом эргонимы выполняют ряд функций: номинативная, информативная, прагматическая (рекламная), эстетическая, аттрактивная и др. Данный разряд ономастики позволяет определить специфику, выявить тенденции развития лексики и словообразования конкретного региона под влиянием коммерческой активности в разные временные отрезки. Этноязыковая (этнолингвистическая) принадлежность – чувство общности, основанное на национальных (культурных, исторических, социальных) и языковых характеристиках. Этнолингвистические признаки эргонимов представляют: обозначение традиций и мировоззрения (религиозные и духовные мотивы, традиционная деятельность, быт), исконность лексики, мотивированность именем собственным (имена исторических личностей, литературных героев, названия произведений искусства, географические названия), связь с природой.

В разделе 1.3 «*Эргонимы в языковой политике полилингвального региона*» изучаются лингвистические работы по эргонимии полилингвального региона, а также меры поддержки по сохранению многоязычия и полиэтничности в Татарстане. С точки зрения этноязыковой ситуации Республика Татарстан является ярким примером полилингвального региона. В данном регионе проживает более 170 национальностей, носителей разных языков: государственные русский и татарский языки, а также чувашский, удмуртский, мордовский, марийский, башкирский и др. На 1 июля 2023 г. численность населения составляла 3 902 888 чел. Национальная структура жителей Республики Татарстан распределена следующим образом: татары – 2 076 336 чел. (53,2%), русские – 1 549 447 чел. (39,7%), чувашаи – 120 990 чел. (3,1%), представители башкирской, марийской, украинской, мордовской, удмуртской и других национальностей – 156 116 чел. (4%).

В целях поддержки многоязычия на государственном уровне проводятся многочисленные мероприятия и реализуются программы, направленные на сохранение и распространение языков и культурных традиций. Среди

документов, регламентирующих данные процессы, основным является Конституция Республики Татарстан, на которую опираются нормативно-правовые акты по поддержке многоязычия. Концепция полилингвальности является важным аспектом развития многоязычия и культурного разнообразия. Сегодня в Татарстане данная концепция приобрела популярность благодаря гимназии «Адымнар – путь к знаниям и согласию», которая расположена в городе Казани. Аналогичные комплексы имеются в следующих городах: Елабуга, Набережные Челны, Альметьевск, Нижнекамск и Актаныш. В любом из данных учреждений на основании используемых принципов полилингвальности изучаются три и более языков: русский, татарский и иностранный язык.

Выводы по главе 1. Эргонимика как научная дисциплина предоставляет комплексный инструментарий для изучения названий деловых объектов, рассматривая их через призму структуры, словообразования, графики, семантики, стилистики, этимологии и других лингвистических аспектов в рамках ономастики. Эргоним является не только коммерческим обозначением, но и важным этнолингвистическим маркером. Языковая политика и социальный контекст напрямую определяют характер эргонимии. Ярким примером служит Республика Татарстан, где государственная поддержка многоязычия и полиэтничности находит непосредственное отражение в номинациях объектов, делая эргонимы индикатором сложившейся этнолингвистической ситуации.

Таким образом, эргонимы представляют собой точку пересечения лингвистики, социологии и этнологии, демонстрируя, как язык фиксирует и транслирует идеи культурного разнообразия и национальной идентичности. Следовательно, эргонимия является динамичным и социально обусловленным пластом лексики, изучение которого выходит за рамки чистой лингвистики и требует учета междисциплинарного контекста.

Во *второй главе «Социолингвистический аспект эргонимии г. Набережные Челны»* исследуется социальный фактор эргонимии города

Набережные Челны на примере двух отдельных временных отрезков: 2001 г. и 2025 г. Эргонимы представлены пятью тематическими группами, заключающими в себе девять видов услуг: 1) сфера торговли (продуктовые магазины, магазины мебели, магазины одежды); 2) медицинские услуги (аптеки, медицинские центры); 3) кредитно-финансовая сфера (банки, агентства недвижимости); 4) кафе и рестораны; 5) салоны красоты.

В разделе 2.1 «Набережные Челны: социально-исторический портрет города» анализируются социально-исторические предпосылки полилингвального пространства города. В советский период (основание – 1930 г., на берегу Камы) языковой ситуации была присуща двойственность: татарский язык доминировал в бытовой и культурной сфере, а русский – в официальной. Индустриальный этап (1970-е гг.) знаменуется ключевым поворотом в судьбе города – решением о строительстве Камского автомобильного завода (*КАМАЗ*). В короткие сроки в город прибыло множество людей, произошла массовая миграция со всех территорий СССР. Это привело к доминированию русского языка как универсального средства общения в новой полиэтничной среде и формированию особого языка города, впитавшего диалектные особенности мигрантов. Период постсоветской трансформации (с 1990-х гг.) характеризуется обретением Татарстаном государственного суверенитета, а также началом интеграции города в глобальный контекст, что отразилось в проникновении англицизмов, особенно в коммерческой и технологической сферах. Тема индустриализации, предопределенная ролью градообразующего Камского автомобильного завода (*КАМАЗ*), проявляется в нескольких типах названий. Наиболее прямой является связь с именем самого завода, как и в случае с названием продуктового магазина *Аргамак-Камаз*, где индустриальный символ сочетается с местным колоритом (*аргамак* – скакун). Промышленная принадлежность также кодируется через указание на главную водную артерию – реку Каму, что отражено в названиях банков: *Камский коммерческий банк*, *Камский горизонт*. Дух промышленного развития и прогресса транслирует такое названия, как *Автоградбанк*.

В разделе 2.2 «Тематические группы эргонимов в репрезентации тенденций социума» рассматриваются тематические группы эргонимов на уровне социальных изменений.

ЭРГОНИМЫ СФЕРЫ УСЛУГ 2001 г. (тематические группы представлены по мере убывания количества наименований):

1) **сфера торговли:** продуктовые магазины (*Хлеб, Продмаркет, Продукты*), мебельные магазины (*Мебельная фабрика, Мебельсервис, Мебельный салон*), магазины одежды (*Одежда, Меха, Спорт*);

2) **медицинские услуги:** аптеки (*Аптека № 8, Аптека № 16, Эскулап*), медцентры (*Городской центр медицинской профилактики, Центр реабилитации инвалидов, Центр патологии речи и нейрореабилитации*);

3) **кредитно-финансовая сфера:** банки (*Волга-кредит банк, Татагропромбанк, Татфондбанк*), агентства недвижимости (*Региональный центр недвижимости, Элекам-недвижимость, Ключ*);

4) **кафе и рестораны** (*Гриль бар, Дом татарской кухни, Закусочная*);

5) **салоны красоты** (*Парикмахерская, Стрижка, Ваш стиль*).

ЭРГОНИМЫ СФЕРЫ УСЛУГ 2025 г. (тематические группы наименований представлены в той же очередности, что и в 2001 г.):

1) **сфера торговли:** продуктовые магазины (*Море продуктов, У Татьяны, ЧелныМаркет*), мебельные магазины (*Формула дивана, Народная мебель, Мебельный Рай*), магазины одежды (*Держи фасон, Планета моды, Королевский размер*);

2) **медицинские услуги:** аптеки (*Аптека Доверия, Аптека низких цен, Здоровая семья*), медцентры (*Формула здоровья, Моя клиника, Я здоров*);

3) **кредитно-финансовая сфера:** банки (*Банк Русский Стандарт, Ренессанс Кредит, Татсоцбанк*), агентства недвижимости (*Доступная недвижимость, Уютный дом, Дом удачи*);

4) **кафе и рестораны** (*Гурман, Трапеза, Для Вас*);

5) **салоны красоты** (*Каскад, Леди имидж, Аврора*).

За счет появления филиалов розничных сетей магазинов, аптек, банков заметно увеличивается количество **эргонимов-повторов**:

– **2001 г.:** *Продукты* (+44), *Сбербанк* (+18), *Автоградбанк* (+6), *Хлеб* (+5), *Булгарпиво* (+3) и др.;

– **2025 г.:** *Челны-Хлеб* (+41), *Пятерочка* (+34), *Магнит* (+31), *Парикмахерская* (+23), *Магазин женской одежды* (+20) и др.

В номинации 2025 г. наблюдается утрата существовавших ранее эргонимов и появление новых многочисленных наименований. Нами выявлен 51 эргоним из существовавших ранее (на 503 наименования объектов сферы услуг 2001 г.), что составляет 10% из дошедших до сегодняшнего дня. Следовательно, большинство наименований (90%) в дальнейшем были утрачены.

Эргонимическая модель 2001 г. характеризовалась доминированием номинативной и информативной функций. Название служило, прежде всего, официальным обозначением и прямым указателем на род деятельности (*Мебель, Одежда, Аптека № 8*). Прагматическая функция носила фрагментарный характер. К 2025 г. системообразующей стала прагматическая функция, служащая для побуждения потребителя приобрести товар или услугу (*Народная мебель, Аптека низких цен, Дом удачи*).

В 2001 г. номинация выполняла классифицирующую роль, относя объект к общему ряду. К 2025 г. она приобрела индивидуализирующий характер. На смену пришли персонифицированные (*Кристина, у Марселя*), креативно-образные (*Формула дивана, МедХан*) или апеллирующие к глобальным трендам названия (*Гламур, Стильная жизнь*), целью которых является создание неповторимой идентичности бренда в условиях высокой конкуренции.

Таким образом, результаты исследования эргонимов свидетельствуют о значительных изменениях в развитии региона, отражая важный *социальный фактор* формирования языковой ситуации. В целом, за период с 2001 г. по 2025 г. произошло заметное увеличение количества наименований объектов

сферы услуг: в 4,3 раза (с 503 до 2149). Но сфера услуг развивается разными темпами, что отражается в эргонимах.

Полученные данные служат убедительным доказательством того, что экстралингвистические факторы (экономический рост, изменение потребительского спроса) являются определяющими в формировании современной языковой ситуации в сегменте коммерческих наименований. Возрастающий интерес к уходу за внешностью обусловлен важным значением самопрезентации в современном обществе. Повышенное внимание к здоровью способствует расширению медицинских услуг. Увеличение количества банков и агентств недвижимости свидетельствует о развитии кредитно-финансовой сферы. Увеличение эргонимов-повторов в 6 раз (со 140 до 811) является признаком *коммерческой активности* в городе. Появление повторяющихся эргонимов указывает на распространение франшиз, мультибрендовых сетей или заведений с однотипной концепцией.

Информативная стратегия номинации сместилась от прямого указания к коннотативному кодированию. Если в 2001 г. информация передавалась максимально прямо и денотативно, то к 2025 г. доминирующей стала косвенная, *коннотативная информативность*. Современные названия информируют не о сути услуги, а о ее стиле, качестве и ценностях, создавая сложное ассоциативное поле.

В разделе 2.3 «*Социальная мотивация в способах образования эргонимов*» рассматривается динамика наименований по словообразовательному, графическому и семантическому способу номинации.

ВНЕШНИЕ ПРИЗНАКИ

2001 г.

Словообразование

- Непроизводные – наименования, в которых произошел переход слова в эргоним из имени нарицательного или онима другого разряда: рус. *Аптека*, тат. *Милек* (имущество), лат. *Аурум* (золото).

- Производные – наименования, образованные с помощью добавления к основе словообразовательных элементов или усечения: рус. *Челныагросоюз*, тат. *Чаллы-икмәге* (Челны-хлеб), англ. *Рум-мастер* (*room* – комната).

- Комплексный способ – одновременное использование нескольких номинаций: рус. *Волга Натур Продукт*, *Центр урологической помощи*.

Графическое оформление

- Буквенные:

- кириллица: рус. *Уют*, тат. *Өмет* (надежда), исп. *Интрас* (внутри);

- латиница: англ. *Jungle* (джунгли), *MT Club* (MT Клуб).

- Небуквенные средства: 3б,б.

- Комбинированные номинации: *Аптека № 8*, *Камилла-3*, *Магазин № 2*.

2025 г.

Словообразование

- Непроизводные: рус. *Твое*, тат. *Каймак* (сметана), англ. *Life* (жизнь).

- Производные: рус. *ЧелныМаркет*, *ЯрФарм* (тат. *яр* – берег + греч. *фарм* – фармакология), англ. *befree* (будь свободен).

- Игровая деривация: рус. *Диван Диваныч*, *СластЕла*, *ВенеРа* (Венера + Ра), *КрасиваяЯ* (красивая + я), *Здоровфф*, *Мехх*, *ШиколаТТ*.

- Комплексный способ: рус. *Сбербанк России* (морфемная деривация + неизменяемая лексема), англ.: *FashGlam* (усечение: *fashion* – модный, *glamorous* – эффектный + морфемная деривация).

Графическое оформление

- Буквенные:

- кириллица: рус. *Я*, тат. *Аю* (медведь), англ. *Грин* (*green* – зеленый);

- латиница: рус. *Svoi* (свои), тат. *Matur* (красивая), англ. *Jam* (джем).

- Небуквенные средства: 3б,б; 555; 999.

- Комбинированные номинации: рус. *Все по 200*, англ. *Авеню 32*, *5XL*.

- Графическая игра: *ВИДИШ* (видишь), *PartyФон* (англ. *party* – вечеринка + лат. *phone* – звук), *ТриЯ*, *BestuЯ* (англ. *best* – лучший).

Таким образом, в 2025 г. коммерциализация в сфере услуг способствует появлению креативных номинаций в виде языковой игры (36 единиц) и семикратному увеличению названий с использованием комплексного способа (от 6 до 44 единиц) в словообразовании. Также наблюдается появление наименований с использованием графической игры (107 единиц). Количество примеров на латинице увеличилось с 2 до 369 единиц.

ВНУТРЕННИЕ ПРИЗНАКИ (онимизация)

2001 г.

Семантическая онимизация

- Простая онимизация – прямое указание на суть или характер объекта: рус. *Аптека*, тат. *Ак барс банк* (белый барс банк), лат. *Официна* (аптека).

- Метафорическая онимизация – перенос значения с одного объекта на другой на основе некоторого сходства между ними: рус.: магазин одежды *Мак*; тат. кафе *Сердәш* (друг); англ.: продуктовый магазин *Смайл* (улыбка).

- Метонимическая онимизация – процесс номинации, при котором объект или предмет назван по смежности или на основе связанных с ним элементов или атрибутов: рус.: мебельный магазин *Интерьер*; тат.: агентство недвижимости *Милек* (имущество); лат.: аптека *Вита-М* (жизнь).

Асемантическая онимизация – способ, при котором наименование изначально лишено собственного значения – мотивированная связь между наименованием и объектом отсутствует: *ИЧП, СОТ, ТРИ-С*.

2025 г.

Семантическая онимизация

- Простая онимизация: рус. *Интерьерная Лавка*, тат. *Ашамлыклар* (продукты), исп. *Cafe del Mar* (кафе у моря).

- Метафорическая онимизация: рус.: продуктовый магазин *Добрый*; тат.: агентство недвижимости *Ихлас* (искренность); ит.: магазин одежды *Felicita* (счастье); груз.: кафе *Генацвале* (друг, товарищ).

• Метонимическая онимизация: рус.: продуктовый магазин *Каравай*; тат.: продуктовый магазин *Тәмле* (вкусный); ит.: продуктовый магазин *Fresco* (свежий); исп.: магазин одежды *Bonita* (красивая).

Асемантическая онимизация: *МИБС, РИА, С&С, ZZ, !ts.*

С 2001 г. по 2025 г. в эргонимии современного периода наблюдается количественное увеличение примеров семантической онимизации: метафорическая онимизация – в 5,2 раза (с 226 до 1177), метонимическая онимизация – в 4,5 раза (со 101 до 452), простая онимизация – в 3,3 раза (со 150 до 493). Минимальный рост асемантической онимизации (в 1,1 раза: с 23 до 26) контрастирует с активным развитием семантических моделей.

Выводы по главе 2. Эргонимическое пространство Набережных Челнов фиксирует две ключевые социально-исторические доминанты. Первая – это индустриальный код, непосредственно отражающий градообразующую роль КАМАЗа. Он проявляется в эргонимах через прямое упоминание завода (*Аргамак-Камаз*, тат.: *аргамак* – скакун), географическую привязку к промышленному ландшафту (*Камский коммерческий банк*) и использование лексики прогресса и производственной эстетики (*Автоградбанк*). Вторая доминанта – это полиэтничный код, маркирующий сложный состав населения, искусственно сформировавшийся в результате плановой миграции. Он выражен в наличии татарских эргонимов, выполняющих культурно-символическую функцию (*Ак пиала* – белая пиала), названий, отсылающих к другим культурам (*Бакинский дворик*, *Генацвале*, *Узбечка*), а также в наличии эргонимов-символов советской интернациональной эпохи (*Дружба*, *Беларусь*). Итак, эргонимия города служит своеобразным лингвистическим архивом, где одновременно записаны история индустриального стиля и социальная динамика формирования сложного полиэтничного сообщества.

Выявлена неоднородная динамика роста по различным тематическим группам эргонимов, что отражает социолингвистические изменения. Наблюдается качественное изменение структуры эргонимикона: если в 2001 г. преобладали наименования, связанные с удовлетворением первичных

потребностей (продуктовые и мебельные магазины), то к 2025 г. на первый план вышли наименования, отражающие запросы более высокого уровня (мода, красота, здоровье, досуг, финансовые услуги). Таким образом, эргонимы фиксируют ключевые векторы развития региона за исследуемый период. Наблюдается переход от доминирования номинативной и информативной функций к прагматической функции, от классификации к индивидуализации, от прямого указания к коннотативному кодированию, которые побуждают потребителя приобрести товар или услугу.

С точки зрения внешних признаков появляются более сложные номинации: новые тенденции в словообразовании и графике (эргонимы с использованием комплексного способа образования, графических средств на основе латиницы и графической игры).

Внутренние признаки в рамках семантической онимизации свидетельствуют об изменениях в коммуникативной стратегии: значительная доля наименований в 2001 г. приходится на простую онимизацию, в то время как в 2025 г. предпочтение отдается метафоризации, направленной на создание эмоциональной коннотации. Очевидна их прагматическая направленность. Примеры асемантической онимизации (названия-аббревиатуры, искусственно созданные слова), лишённые прозрачной внутренней формы, теряют популярность.

Таким образом, эргонимы являются активной зоной социолингвистических изменений в номинации, отражая общую динамику изменений в эргонимии Республики Татарстан.

В *третьей главе «Эргонимия г. Набережные Челны в этнолингвистическом аспекте»* представлены наименования, свидетельствующие о русской, татарской или иностранной принадлежности.

В разделе 3.1 *«Эргонимы как часть наследия русского этноса»* изучаются эргонимы г. Набережные Челны, указывающие на русскую этноязыковую идентичность.

2001 г. (258):

1) **обозначение традиций и мировоззрения:** а) религиозные и духовные мотивы (*Осанна, Чародейка*); б) традиционная деятельность, быт (*Мельница, Тройка*); 2) **исконность лексики** (*Витязь*); 3) **мотивированность именем собственным:** имена исторических личностей, литературных героев, названия произведений искусства (*Боян*); территориальная идентичность (*Комсомольское, Русь*); 4) **связь с природой** (*Березка, Медведь*).

2025 г. (809):

1) **обозначение традиций и мировоззрения:** а) религиозные мотивы (*Ковчег, Трапеза*); б) традиционная деятельность (*Веря, Златая Бочка*); в) кулинарные традиции (*Каравай, Селянка*); г) моральные ценности (*Добрый, Семейный*); 2) **исконность лексики** (*Баринь, Поместье*); б) имена собственные (*Любава, Ярослава*); 3) **мотивированность именем собственным:** наследие искусства (*Ассоль, Госпожа Удача*); имена известных личностей и литературных героев (*Дербенев, Добрыня*); территориальная идентичность (*Сомово, Шатура*); 4) **связь с природой** (*Кедр, Родник*).

В разделе 3.2 «*Эргонимы в парадигме татарской идентичности*» изучаются наименования г. Набережные Челны, отражающие принадлежность к татарской нации.

2001 г. (147):

1) **обозначение традиций и мировоззрения:** а) религиозные мотивы (*Алтын Ай – золотой месяц, Изге Ай – священный месяц*); б) кулинарные традиции (*Перемячи, Чебуречная*); в) моральные ценности (*Сердәш – друг, Ярдәм – помощь*); 2) **исконность лексики** (*Батыр, Айгуль*); 3) **мотивированность именем собственным:** наследие литературного, музыкального прошлого и настоящего, а также киноискусства (*Алтынчәч, Камыр-Батыр*); имена известных личностей (*Файзи*); территориальная идентичность (*Идель, Татарстан*); 4) **связь с природой** (*Ак Барс, Аргамак*).

2025 г. (239):

1) **обозначение традиций и мировоззрения:** а) религиозные мотивы (*Сафар* – второй месяц в исламском лунном календаре, *Ислам Нуры* – луч ислама); б) традиционная деятельность (*Чатыр* – палатка); в) кулинарные традиции (*Каймак* – сметана, *Старый Казан*); г) моральные ценности (*Бэхетле* – счастливый, *Бай Бул* – будь богатым); 2) **исконность лексики** (*Хан*, *МонарХан*, *Айрат*); 3) **мотивированность именем собственным:** имена известных личностей и литературных героев (*Сөембикә*, *Танар*); территориальная идентичность (*Автодвор Кузкәй*, *Елаур*); 4) **связь с природой** (*Миләш*, *Яран*).

В разделе 3.3 «Этноязыковое разнообразие в эргонимах» рассматриваются результаты взаимодействия разных этносов и языков, отраженного в эргонимии г. Набережные Челны.

2001 г. (88):

1) **обозначение традиций и мировоззрения:** а) традиционная деятельность (*Болеро* – испанский народный танец, *Сафари* – путешествие в Африке); б) кулинарные традиции (*Гаммон* – окорок в британской кулинарии); в) этические нормы (*Каприз* – упрямство, *Комильфо* – хороший тон); 2) **исконность лексики** (*Элита*, *Сандра*); 3) **мотивированность именем собственным:** наследие литературного искусства (*Афродита*, *Нефертити*); территориальная идентичность (*Беларусь*, *Европа*); 4) **связь с природой** (*Календула*, *Примула*). Данные номинации представляют 7 этноязыковых принадлежностей: испанская, английская, французская, арабская, еврейская, немецкая, греческая.

2025 г. (1074):

1) **обозначение традиций и мировоззрения:** а) религиозные мотивы (*InZella* – лат.: внутреннее помещение храма в античности); б) традиционная деятельность, быт (*Цыганский табор*); в) кулинарные традиции (*Хинкали*, *Тан*); г) моральные ценности (*Be Happy* – англ.: будь счастливым); 2) **исконность лексики** (*Самурай*, *Аурита*); 3) **мотивированность именем собственным:**

имена известных личностей (*Монро, O'HARA*); бренд одежды (*Colin's, O'stin*); территориальная идентичность (*Арарат, Стамбул*); 4) **связь с природой** (*Колибри, Панда*). Данные номинации отражают 17 этноязыковых принадлежностей: армянская, грузинская, узбекская, азербайджанская, турецкая, китайская, польская, итальянская, американская, ирландская, испанская, английская, французская, арабская, еврейская, греческая, японская.

Выводы по главе 3. Результаты исследования эргонимов, отражающих этноязыковую принадлежность, свидетельствуют о количественном увеличении примеров этноязыковой принадлежности с 2001 г. по 2025 г.: *русской* – в 3 раза (с 258 до 809); *татарской* – в 1,6 раза (со 147 до 239); *иностранной* – в 12 раз (с 88 до 1074), без признаков идентичности – в 2,5 раза (с 10 до 27). Значительное увеличение количества примеров иностранной принадлежности, а также смена культурных ориентиров от античности к актуальным трендам подтверждает количественный и качественный *рост иноязычного влияния*. Увеличение количества языков с 7 до 17 свидетельствует о *расширении географии заимствований* в результате усиления взаимодействия этносов.

Таким образом, эргонимия города трансформировалась из системы с четким доминированием признаков региональной идентичности в сложное этноязыковое разнообразие, где глобальные тенденции интегрируются в новые локальные формы выражения.

В *заключении* подводятся общие итоги исследования и намечаются перспективы дальнейшей научно-исследовательской деятельности в области эргонимии.

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК РФ (5):

1. Соколова И.А. Эргонимия сферы дополнительного образования (на примере города Набережные Челны) / И.А. Соколова, О.А. Яруллина // Северо-Восточный гуманитарный вестник. – 2025. – № 1 (50). – С. 155–163 (авторский вклад 50%).

2. Соколова И.А. Языковая ситуация как предмет социолингвистики / И.А. Соколова, О.А. Яруллина, О.В. Хлопунова // Глобальный научный потенциал. – 2024. – Т. 1. – № 11 (164). – С. 174–178 (авторский вклад 40%).

3. Соколова И.А. Эргонимы г. Набережные Челны тематической группы «Салоны красоты» (способы номинации) / И.А. Соколова // Северо-Восточный гуманитарный вестник. – 2024. – № 1 (46). – С. 124–131 (авторский вклад 100%).

4. Соколова И.А. Способы номинации эргонимов / И.А. Соколова // Глобальный научный потенциал. – 2024. – № 1 (154). – С. 199–201 (авторский вклад 100%).

5. Соколова И.А. Реализация языковой политики в сфере образования / И.А. Соколова // Вестник Российского нового университета. Серия «Человек в современном мире». – 2021. – № 2. – С. 30–35 (авторский вклад 100%).

Публикации в Web of Science (2):

6. Kalinina G. Language Policy in Education: The Analysis of the Influence of Russian Federal State Educational Standard System on the Development of Regional Languages / G. Kalinina, G. Aydaeva, I. Sokolova, A. Khayrullin // 14th INTED, 2–4 March, 2020. – Pp. 3291–3296 (авторский вклад 30%).

7. Nurutdinova N. Regional, Languages in the Mass Media: Challenges of Globalization (Case Study the Republic of Tatarstan) / N. Nurutdinova, S. Gataullina, E. Petrov, L. Slavina, I. Sokolova // 11th INTED, 6–8 March, 2017. – Pp. 2116–2120 (авторский вклад 20%).

Публикации в изданиях РИНЦ (9):

8. Соколова И.А. Эргонимы тематической группы «Образовательные учреждения» г. Набережные Челны / И.А. Соколова // Неофилология. 2024. № 1 (10). С. 76–83 (ВАК, К-2, 5.9.5. Русский язык. Языки народов России, авторский вклад 100%).

9. Соколова И.А. Номинация эргонимов г. Набережные Челны (лексико-грамматический аспект) / И.А. Соколова // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2024. – № 1 (10). – С. 75–81 (ВАК, К-3, 5.12.3.

Междисциплинарные исследования языка (философские науки), авторский вклад 100%).

10. Соколова И.А. Республика Татарстан как пример языковой ситуации в многоязычном обществе / И.А. Соколова // Многоязычие в образовательном пространстве. – 2024. – Т. 16. – № 1 (20). – С. 27–34 (авторский вклад 100%).

11. Соколова И.А. Эргонимы города Набережные Челны (способы номинации) / И.А. Соколова // СЭТС. – 2024. – № 1 (96). – С. 157–163 (авторский вклад 100%).

12. Соколова И.А. Языковая политика в многоязычном обществе / И.А. Соколова, А.О. Багатеева, Ф.Х. Сахапова, И.Р. Хузин // Reports Scientific Society. 2023. № 2 (34). С. 65–67 (ВАК, К-3, 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков), авторский вклад 30%).

13. Соколова И.А. Многоязычие в современном мире / И.А. Соколова, Г.Т. Гильфанова, Д.А. Салимзанова, И.Р. Хузин // Reports Scientific Society. 2023. № 1 (33). С. 27–29 (ВАК, К-3, 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков), авторский вклад 30%).

14. Соколова И.А. Многоязычие как социокультурное явление / И.А. Соколова // Ермаковские чтения в Набережных Челнах: сб. докладов III междунар. науч.-практ. конф. – 2023. – С. 128–132 (авторский вклад 100%).

15. Соколова И.А. Английский язык как язык-посредник / И.А. Соколова // Ермаковские чтения в Набережных Челнах: сб. докладов III междунар. науч.-практ. конф. – 2023. – С. 132–137 (авторский вклад 100%).

16. Соколова И.А. Семантический способ образования эргонимов в многоязычной Республике Татарстан / И.А. Соколова, Н.В. Буторина // Многоязычие в образовательном пространстве. – 2023. – Т. 5. № 4 (19). – С. 432–440 (авторский вклад 50%).