Хохлова А.А.**Эргонимы Самарской области с региональным компонентом***Самарский Государственный технический Университет
(Россия, Самара)**doi: 10.18411/trnio-09-2021-95***Аннотация**

Статья рассматривает специфическую группу эргонимов, связанных с региональной культурой, историей, развитием и геолокацией Самарского региона. Региональная специфика эргонимов является важной составляющей национально-культурного компонента, способная реализовываться посредством реалий, связанных с геолокацией объекта, особенностями его социального, культурного, исторического, этнического пути в контексте развития государства и народа в целом.

Ключевые слова: региональный эргоним, ономастика, имя собственное.

Abstract

The article considers a specific group of ergonyms associated with the regional culture, history, development and geolocation of the Samara region. The regional specificity of ergonyms is an important component of the national-cultural component, which can be realized through the realities associated with the geolocation of the object, the peculiarities of its social, cultural, historical, ethnic path in the context of the development of the state and the people as a whole.

Keywords: regional ergonym, onomastics, proper name.

Разделение имен собственных по разрядам является одним из отправных моментов в современных российских исследованиях ономастики. Термин эргоним, предложенный А.В. Суперанской, присутствует во многих исследованиях и уже занял достаточно прочные позиции. Эргонимы с региональной составляющей остаются малоизученными, несмотря на многочисленные исследования, посвященные названиям комплексных объектов различных городов России. Данное противоречие объясняется тем, что в центре научного внимания оказываются глобальные языковые тенденции (ретроизация, квазиремотивация, этническая насыщенность) в контексте влияния определенных условий на эргонимическое пространство конкретного отрезка ономастической действительности того или иного города [1].

С другой стороны, для последних лет характерен рост научного интереса к исследованию «региональных проекций лингвокультуры» [2]. Отметим, что для региональных эргонимов характерна обусловленность историей, геолокацией, культурной конкретностью территориального объекта. Лингвисты также отмечают, что «система эргонимов определяется и региональными проекциями той или иной лингвокультуры» [3], подтверждая влияние культурно-территориальной специфики на ономастическое пространство и глобальные языковые тенденции. Самарские эргонимы с региональной составляющей способны предложить интересный материал для исследования. На территории города сложились свои уникальные прецедентные имена, феномены, символы, понятные и известные жителям Самарской губернии.

Самара — город со славной историей, выросший из небольшой крепости; переживший восстания Степана Разина и Емельяна Пугачева; развивавшийся как уездный город Симбирской губернии; выгоравший практически до основания в XII - XIII вв.; прославившийся своим паромным делом, купцами, театром, шоколадом и пивом; познавший установление Советской власти, ее свержение чехословацкими корпусами и восстановление частями Красной Армии под командованием В. Чапаева и Г. Гая; ставший запасной столицей в годы ВОВ; выпустивший в мир знаменитые штурмовики Ил-2; истребители МиГ-3; превратившийся после войны в крупнейший промышленный, научный и культурный центр в стране; известный своим авиационным заводом №1, создавшим ракету-носитель для гагаринского «Востока», и иными событиями.

Рассматривая закономерности самарских эргонимов, имеющих отношение к территориальной идентичности, можно констатировать, что идентификация объекта выстраивается по отношению к пространству, к истории Самары и Самарского края. Зачастую в названиях коммерческих и социальных организаций города (около 3000 примеров) с региональным компонентом используются лексемы Самара, Волга, Жигули, которые прямо ассоциируются у населения с городом и представляющий собой пример титульной номинации. В городе существует ряд (более 100) предприятий разного профиля, в отдельных случаях, претерпевших графические трансформации («СамаРА» гостиница).

М.В. Голомидова отмечает, что язык города, составной частью которого являются и эргонимы, формирует «информационно-коммуникационный ресурс, значимый для трансляции имиджа города» [4]. Отметим, что и история города, отдельных ее предприятий оказывает принципиальное влияние на эргонимикон региона. «Самарский» в составе эргонимов преимущественно носят официальные и деловые заведения (Самарский зоологический парк, Самарский энергетический колледж, Самарский районный / областной суд, Самарский машиностроительный техникум, Самарский диагностический центр, Самарский центр флебологии, Самарский хлебозавод №2, Самарская губернская дума) с длительной историей существования, демонстрирующей надежность и стабильность.

В указанных условиях слово «Самара» и производные от него в составе эргонима выступают в качестве языкового маркера стабильности и монументальности организации. Данный факт мотивирует на выбор эргонима с региональным компонентом, способствующий формированию положительного имиджа организации у потенциального клиента («Самарский деловой центр» (юридическая компания)).

Специфическую группу эргонимов составляют названия организаций, занимающихся производством некой продукции. Вероятно, в некоторой мере с целью создать иллюзию предприятия с «давней историей» номинаторы обращаются к советской языковой моде на названия заведений, применяя методы аббревиации, псевдоаббревиации и констaminaции.

В качестве примеров использования сложносокращенных слов в составе эргонима с региональной составляющей можно привести следующие: «Самара-СпецЭнергоСервис» (многопрофильная компания), «Самара СИП» (фирма, производящая металлоизделия), «Самараметаллопласт», «Самара-Стройдормаш» (ремонтная мастерская), «СамараПожСервис» (фирма, занимающаяся продажей противопожарного оборудования), «Самаранефтепродукт» (фирма, распространяющая нефтепродукты), «СамараОбщепит» (торгово-сервисная фирма, ориентированное на оборудование общепита), «СпецТрансСамара» (транспортная компания).

Сложносокращенные слова в составе эргонима способны не только создать иллюзию длительной истории организации, но и за счет сочетания 2-3 основ запускать дополнительные ассоциативные цепочки, позволяющие более полно раскрыть прагматический потенциал онима и безошибочно определить сферу деятельности организации.

Несколько уступают по частотности названия городских предприятий и организаций со словами, указывающими на особенности географического положения, близость Волги, Жигулевских, Уральских гор, Самарской Луки. Т.П. Романова отмечает, что высокий потенциал эргонимов территориального значения, рассматривая их в стратегическом ключе: «брендинг территории относится к числу наиболее актуальных проблем развития регионов России и страны в целом» [5]. Так, к примеру, в городе удалось зафиксировать более 300 эргонимов, в составе которых можно найти слово «Волга» и более 150 с производными, более 100 со словом «Жигули» и более 15 со словом «Лука». Сфера деятельности данных организаций отличается разнообразием.

В частности, имя «Волга» носят клинический санаторий, гостиница, торговая компания, медицинская кампания, ретро-ресторан, сеть супермаркетов, стадион, фабрика диванов, агентство недвижимости, тату-студия, юридическая фирма и многие иные.

Однако чаще «Волга» становится составляющей названий предприятий, а не единственной единицей. Данный компонент в названиях организаций демонстрирует, исходя из результатов опроса фокус-группы, преемственность поколений, монументальность и надежность организации, региональный (местный) статус бизнеса.

Вторая часть названия указывает на профиль организации: «Волга-бьюти», «Волга-безопасность», «Волга-фильм», «Волга-неон» (рекламно-производственная фирма), «Волга-сталь», «Волгагеодезия», «Техноволга» (компьютерная фирма), «Астра-Волга» (предприятие, специализирующееся на посадочном материале), Подводник-Волга, «Северкон Волга» (фирма, торгующая климатическим оборудованием).

Влияние близости Волги на эргонимическую систему региона не ограничивается включением гидронима и его производных в состав названий комплексных объектов города, поскольку Самара мыслится и фиксируется на уровне ментального лексикона как речной город. С.Г. Коленько называет Волгу «культурным символом Самары, точкой роста, генерирующей новые и новые идеи, привязанные к данному культурному корню, истории, населению и традициям города» [6].

На этом основании логично рассматривать элементы, находящиеся в ассоциативных связях с местным топонимом, в частности, гидронимом «Волга», в составе названия заведения как проявление региональной специфики самарской эргонимии. К примеру, река (ядро ассоциативного поля «Волга»): Река, Речфлот63, Самарский речной порт, Речной квартал, Заречье, Две реки, РекСтрой63; вода (ближняя периферия ассоциативного поля (БП АП)): Аквамарин, Акватик, Аква терра; волна (БП АП): Волна, На волне, 5 волна, Волгаплёс; круиз (БП АП): круизГИС, Круизер, Волга Круиз, Твой Круиз; ветер (БП АП): Волжский ветер, Северный ветер, Южный ветер, Вихрь-Мотор; набережная: Самарская набережная, На набережной; корабль, лодка (дальняя периферия ассоциативного поля «Волга» ДП АП): Plodki.ru Катер-Самара, Парус, Белый парус, Парусник, Фрегат, Ладья, AF Yachting», Река лодок, Волга яхт сервис, Водоходь, Волга-Флот-Тур.; берег (ДП АП): Берег, Волжский берег, Золотой берег, Зеленый берег, Высокий берег, Чистый берег, Волжские берега, 2 берега; шторм (ДП АП): STORM KAYAKS, Шторм, рыба (ДП АП): Рыбоход, Рыбакит, Рыболов 63, Сорога, Черный окунь, Белуга, Три пескаря; база швартовки корабля (крайняя периферия ассоциативного поля «Волга» (КП АП)): причал (У причала); порт (Самара-Порт), док (Полидок, Дока сервис), гавань (Гавань, Мотогавань, Новая Гавань, Старая гавань, Пивная гавань, Тихая гавань); члены экипажа корабля (КП АП): Боцман, Деревянный боцман, StarПом, Лоцман, Капитан, Капитан клуб, Самарский капитан, Штурман, Юнга; элементы корабля (КП АП): Штурвал; море (КП АП): Мореман, чайка (КП АП): Чайка.

В целом можно заключить, что анализ эргонимов Самарской области представляет интересный материал и перспективы для исследования целого ряда вопросов ономастики. Данная статья отмечает роль и значение названий, отражающий региональный этнокультурный компонент, в формировании языковой картины мира, языкового вкуса жителей субъекта РФ. Подобные эргонимы формируют этнокультурный колорит города, популяризируют краеведение, сохраняют и реинтегрируют мотивы, связанные с оказавшими влияние на развитие региона историческими персонами, событиями социальной, научной, исторической, политической, духовной сфер, мотивируют молодое поколение на изучение истории своего края.

1. Крыжановская В.А. Квазиремотивация как вид графической трансформации эргонима //Русский язык в поликультурном мире, 2019, 376-378, ISBN 978-5-907162-63-1.
2. Григорьева, Н.О. Региональные проекции лингвокультуры: эргонимы / Н.О. Григорьева // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. – 2018. – № 6. – С. 152-156.

3. Григорьева, Н.О. Эргонимы в региональных проекциях лингвокультуры / Н.О. Григорьева // Русский язык и ономастика в поликультурном образовательном пространстве Юга России и Северного Кавказа: проблемы и перспективы, 2017, 161-164.
4. Голомидова М.В. Урбанонимический дизайн: к вопросу о названиях внутригородских объектов // Вопросы ономастики. 2015. № 1 (18). С. 186–196.
5. Романова Т.П. Геобрендинговый потенциал самарских ивентонимов // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geobrendingovyuy-potentsial-samarskih-iventonimov> (дата обращения: 30.08.2021).
6. Коленько, С.Г. Культурные символы города: самарский опыт / С.Г. Коленько // Вече. – 2016. – № 28. – С. 272-280.

**Dzaparova E.B., Khetagurova K.I., Doguzova K.S.
Roman N.G. Jusoit "Tears of syrdon": a system of images**

*North Ossetian State University named after K.L. Khetagurov
(Russia, Vladikavkaz)*

doi: 10.18411/trnio-09-2021-96

Abstract

Mythology is a rich source for fiction plots. On the basis of mythological plots, a large number of works have been written, singled out as a separate genre variety of the novel - the novel-myth. The pioneer in this genre was the famous Ossetian writer, literary critic N.G. Dzhusoyty, who created the dilogy "Tears of Syrdon". Raising the eternal problems of war and peace, good and evil, pity and violence, humanism, etc., N. Dzhusoyty solves them in a work in a new way against the background of the XX-XXI centuries. The article examines the system of images through which the author reveals many phenomena of reality. The authors of this scientific study traced the artistic interpretation of Dzhusoyta of the famous characters of the Nart epic of the Ossetians.

Keywords: Ossetian literature, N. Dzhusoyty, novel-myth, epic text, Narts, artistic image.

Аннотация

Мифология является богатым источником для сюжетов произведений художественной литературы. На основе мифологических сюжетов написано большое количество произведений, выделенных в отдельную жанровую разновидность романа – роман-миф. Первопроходцем в этом жанре был известный осетинский писатель, литературовед Н.Г. Джусойты, создавший диологию «Слезы Сырдона». Поднимая извечные проблемы войны и мира, добра и зла, жалости и насилия, гуманизма и др., Н. Джусойты решает их в произведении по-новому на фоне XX-XXI вв. В статье исследуется система образов, через которые автором раскрываются многие явления действительности. Авторами данного научного исследования прослеживается художественная интерпретация Джусойты известных персонажей нартского эпоса осетин.

Ключевые слова: осетинская литература, Н. Джусойты, роман-миф, эпический текст, Нарты, художественный образ.

Ossetian literature is closely connected with folklore. On the basis of Ossetian literature K. Khetagurov, S. Gadiev, A. Kubalov, E. Britaev, G. Barakov, G. Maliev, Niger (I.V. Janaev) and many others wrote their famous works based on folklore. The Nartovian epic is considered the most significant epic text in this respect, which is based on two aspects – the myth and the history of the Ossetian people. The folk epic, as well as Ossetian mythology as a whole, served as a basis for the works of N. Dzhusoyta "Tears of Syrdon", M. Bulkata "The Seventh Campaign of Soslan Narta", A. Zhazhiev "Etude about Saint George", B. Gusalov "Flesh of Flesh", S. Khugaev "Narty Farnyg". The authors used the best examples and imagery of Ossetian folklore to reflect contemporary problems of reality. The new genre form provided excellent opportunities for Ossetian prose writers to depict problems that worry mankind and are topical at all times.