

УДК 81.373.2

**Эмпоронимы в ономастическом пространстве города Арзамаса
как дидактический материал**

Ключевые слова: ономастическое пространство города, урбаноним, эмпороним, прецедентный феномен, лингвокультурологическая компетенция.

В статье отмечается, что эмпоронимы, будучи важным элементом урбанонимии, представляют интерес для лингвистов не только в качестве языковой единицы, но и как выражение культуры, национальной специфики языковой картины мира, истории родного города, традиций и обычаев русского народа. Раскрывается лингвокультурный потенциал эмпоронимов, созданных на базе прецедентных феноменов. Обосновывается целесообразность при обучении иностранных студентов русскому языку введения в лексический материал эргонимов, в частности эмпоронимов, позволяющих передать лингвокультуроведческую информацию о языковом своеобразии портрета города Арзамаса Нижегородской области. Знакомство с наименованиями магазинов имеет практическую ценность, поскольку они содержат ценную информацию как об истории русского языка, местности, так и современных реалиях, в которых обучаются студенты-иностранцы, служат средством выявления отражённой в них специфики языковой картины мира русского народа. Подчёркивается, что преподавание русского языка иностранным студентам-филологам ставит целью не только развитие языковых и речевых навыков, но и формирование лингвокультурологической компетенции.

O.V. Nikiforova
Arzamas Branch of UNN

**Emporonyms in the onomastic space of the city of Arzamas
as didactic material**

Key words: city onomastic space, urbanonym, emporonym, precedent phenomenon, linguoculturological competence.

The article notes that emporonyms, being an important element of urbanonymy, are of interest to linguists not only as a linguistic unit, but also as an expression of culture, national specificity of the linguistic picture of the world, the history of the native city, traditions and customs of the Russian people. The linguocultural potential of emporonyms created on the basis of precedent phenomena is revealed. The expediency of introducing ergonyms into the lexical material, in particular emporonyms, when teaching foreign students the Russian language, is substantiated, which makes it possible to convey linguistic and cultural information about the linguistic originality of the portrait of the city of Arzamas in the Nizhny Novgorod region. Acquaintance with the names of stores is of practical value, since they contain valuable information both about the history of the Russian language, the area, and the modern realities in which foreign students study, serve as a means of identifying the specifics of the linguistic picture of the world of the Russian people reflected in them. It is emphasized that teaching the Russian language to foreign philology students aims not only to develop language and speech skills, but also to form linguistic and cultural competence.

Исследование ономастического пространства города Арзамаса Нижегородской области демонстрирует, что время, когда коммерческие предприятия именовались преимущественно отсубъектно, уже прошло. Конечно, можно ещё встретить на вывесках магазинов однословные номинации, характеризующие учреждение по виду продаваемого товара, типа «Продукты» или «Джинсы», однако всё чаще имядатели показывают изменение их отношения к тому, что именовать и как именовать, и выбирают названия немотивированные. Поэтому комплексное описание современного ономастического пространства города Арзамаса может помочь в формировании научно обоснованной языковой политики в городской среде, «в гармонизации городского ... пространства» [9, 188], в выявлении постоянно расширяющейся зоны экологически вредных черт, в наблюдении над соблюдением норм культуры речи в окружающем человека коммуникативном пространстве [См., например, 5, 121].

Одним из актуальных направлений в изучении ономастического пространства современного города является эргонимия (от греч. 'торговля' + оним). Термина эргоним, закреплённый Н.В. Подольской, обозначает наименования делового объединения людей. Под «деловым объединением людей» исследователь подразумевает любые союзы, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружки [8, 151]. В отдельную подгруппу эргонимов выделяются эмпоронимы – названия торговых учреждений, предприятий сфер обслуживания. Т.В. Шмелева вводит понятие «эмпороним» для обозначения названий магазинов, сюда же относятся названия парикмахерских, баров, кафе, бильярдных клубов, благотворительных организаций и др. [11, 9]. Безусловно, изучение эргонимов является важной составляющей изучения родного края, так как данный пласт лексики отражает языковую ситуацию социально-экономического пространства современного города, способствует формированию представлений об истории края, о культурно-исторических традициях и установках носителей русского языка.

Преподаватели кафедры русского языка и литературы Арзамасского филиала ННГУ, в котором с 2019 года на историко-филологическом факультете по профилю «Русский язык и литература» обучаются студенты из Узбекистана и Туркменистана, одним из способов расширения лексического запаса иностранцев и погружения их в естественную языковую и культурную среду считают не только чтение художественных произведений, содержащих слова, пришедшие из нижегородских говоров [6], но и знакомство с эмпоронимами города Арзамаса, являющимися элементом городской лингвокультуры, частью языкового пространства провинциального города. комплексный подход позволяет максимально охватить уровни, по которым происходит адаптация иностранного учащегося во время обучения на неродном языке в не родной для него среде. Учитывая, что эмпоронимы – один из многочисленных и динамичных типов урбанонимов, которые постоянно изменяются, пополняются, и наблюдения за ними дают не только информацию о городском ономастике и стимулируют интерес к изучению региональной специфики городского пространства, но и демонстрируют возможности взаимодействия языковой личности иностранного студента с этим пространством. Использование культурного потенциала арзамасской эмпоронимии в формировании коммуникативной и межкультурной компетенции иностранцев признаётся важной, поскольку с первого дня пребывания в городе студенты встречаются с номинациями торговых объектов.

В плане содержания эмпоронима выделяется лексическое значение номинации: денотативный, коннотативный и ассоциативный компоненты, то есть культурологическое содержание названия, а также его мотивационные признаки. На всех уровнях эмпоронимов находит отражение принцип экономии, который проявляется в виде «свёртывания» некоего образа в наименовании и «развёртывании» его при восприятии номинации. Поскольку использование эмпоронимов в городе направлено на привлечение большого потока потребителей, то они

призваны активизировать некий концепт в языковом сознании воспринимающих. В эмпоронимах содержатся элементы, главной задачей которых является явное или неявное указание на связи с иными текстами, или же присутствует отсылка к неким культурным реалиям.

Существуют две базовые категории, основывающиеся на отсылках к другим текстам: интертекстуальность и прецедентность, которые Н.А. Кузьмина предлагает разграничивать. Интертекстуальность она соотносит «с эстетической ценностью, культурной значимостью, вневременностью». Как считает исследователь, особенность прецедентности заключается именно в том, что она может быть актуальна только сейчас, в данный момент, но совершенно может быть не понятой людьми спустя какое-то количество времени; и существование прецедентных феноменов ограничено во времени, в то время как «интертекстуальные знаки проверены временем и традицией», поскольку они способны существовать в течение длительного периода жизни нескольких поколений «в виде некоего культурного кода». По утверждению лингвиста, «Интертекстуальность – это транслируемый код культуры как системы традиционных для человечества ценностей материального и духовного характер» [4]. Термин «прецедентный текст» введён Ю.Н. Карауловым, под которым учёный понимает текст, являющийся значимым для индивида в познавательном и эмоциональном плане, известный предшественникам, обращение к которому возобновляется и в современном мире [3, 216]. Интертекстуальность шире прецедентности и не способна передаваться одним словом. Можно сказать, что их отношения иерархичны. Кроме того, существуют культурные смыслы, их изучением на примере фольклора занималась Е.А. Каминская и трактовала это понятие как «содержание человеческого бытия, постигнутое и реализованное через культуру как особое взаимоотношение человека и мира» [2, 46]. Придерживаясь точки зрения Н.А. Кузьминой, мы разграничиваем категории интертекстуальность и прецедентность, используя в исследовании названий магазинов термин прецедентность.

Для привлечения внимания целевой аудитории номинаторы зачастую используют различного рода культурные реалии, которые в какой-то степени относятся и к прецедентности, и отсылают к ранее известным литературным текстам. Так, например, в названии магазина одежды для полных людей «Богатырь» заложена информация, акцентирующая внимание на характеристике самого богатыря. Богатырь – ‘герой русских былин, совершающий воинские подвиги’; ‘человек очень большой силы, стойкости, отваги’ [7, 53]. В словаре В.И. Даля следующее толкование ‘человек рослый, дородный, дюжий и видный; необычайный силач; смелый и удачливый, храбрый и счастливый воин, витязь’ [1, 168]. Таким образом, название «Богатырь» одновременно может являться и отсылкой к литературному тексту, и культурной реалией.

Имядатели магазина женских платьев, костюмов дали ему название традиционного праздника, который проводится в государствах и странах Испании и Латинской Америки – «Фиеста». Праздник сопровождается народными гуляниями и парадами, превращающимися в карнавал.

Название магазина модной одежды для подростков и детей «Гаврош» отсылает к одному из героев знаменитого романа В. Гюго «Отверженные». Это имя ассоциируется у людей, знакомых с произведением, с доброжелательным, смелым и сообразительным мальчуганом.

Детский магазин «Антошка» назван именем персонажа из известного короткометражного советского мультфильма о рыжем и солнечном мальчике «Антошка», снятого по детской песенке В. Шаинского и Ю. Энтина.

В городе Арзамасе отмечены и мифологические архетипы, лежащие в наименованиях магазинов. Так, именем древнегреческого могучего титана назван комиссионный магазин аксессуаров и запчастей для бытовой техники «Атлант». Миф основывается на том, что Атлант, отличаясь огромной силой и выносливостью, держит на плечах небесный свод. Возможно, именно на основе этой характеристики дали название магазину, товары которого будут надёжны и будут служить очень долго.

Именем древнегреческой нимфы названа сеть салонов штор, карнизов, магазинов мебели «Калипсо». В переводе с древнегреческого языка Καλιψώ означает ‘та, что скрывает’. Согласно мифу, Калипсо была прекрасной ткачихой, живущей на острове Онигии среди дивной природы, и утаивала от других в течение нескольких лет Одиссея, которого впоследствии против своей воли ей пришлось отпустить.

Название магазина продажи газового оборудования «Антей» отсылает к греческому великану Антею (от древнегреч. Άνταίος – обращённый против), который имел необыкновенную силу от соприкосновения с землёй (матерью Геей) и был царём Ливии.

Магазин сантехники и хозяйственных товаров носит название древнеримского бога «Меркурий» (товар, торговать). Известно, что в римской мифологии он является богом-покровителем торговли, прибыли и обогащения и в свою очередь соотносится с богом Гермесом из греческого пантеона. Будучи богом прибыли и обогащения, Меркурий носил сбоку кошель – большую сумку, что свидетельствовало о его принадлежности к деньгам. Считалось, что Меркурий мог обеспечить не только торговую прибыль, но и показать спрятанный клад. Поэтому выбор такого названия для магазина сантехники является удачным, ведь это прибыльное дело.

Выделяется группа названий-обращений, характерных для культуры разных народов. Это названия торговых учреждений «Барышня», «Сударушка», «Синьорина». Первые два названия магазинов женской одежды являются вежливой формой обращений к женщине в Российской империи. Лексема сударушка образована от слова сударыня при помощи деминутива –ушк-. Слово синьорина в «Толковом словаре русского языка» Д.Н. Ушакова в Италии – ‘то же, что барышня в 1 знач. (употр. при упоминании имени девушки или как вежливое обращение к ней)’ [10, 190].

Название сети обувных магазинов «Лапоток» является прецедентным феноменом, характерным для национальной культуры русского народа, «реалия определённой культуры» (Т.А. Кадоло). В словаре С.И. Ожегова даётся такое определение слову лапоть – ‘крестьянская обувь, сплетённая из лыка, охватывающая только стопу’ [7, 319]. На Руси это была довольно распространённая низкая обувь, сплетённая из лыка разных пород дерева. Лапти отличались крайне низкой себестоимостью, ввиду обилия материала, простоты изготовления (мужчин с детства учили плести лапти, поэтому в дальнейшем шнуровка позволяла изготавливать такую обувь между делом) и недолговечности.

Таким образом, изучение эмпоронимов в лингвистическом ландшафте города Арзамаса представляет особый интерес для иностранных студентов-филологов, так как разнообразная эмпоронимическая лексика содержит богатый материал как для изучения языковых особенностей русского языка, так и для выявления прецедентных имён и культурных смыслов, лежащих в основе наименования. Включение ономастического компонента в процесс обучения в максимальной степени позволяет учитывать реальные социокультурные условия общения, реализуется связь учебного процесса с жизнью, повышает мотивацию в обучении русскому языку. Использование информации об эмпоронимах в учебном процессе способствует воздействию языковой среды на иностранных студентов-филологов. Приобретенные на занятиях знания и умения закрепляются и активизируются в реальных ситуациях, возникающих при соприкосновении студентов с окружающей их языковой средой города, следовательно, способствуют формированию коммуникативной компетенции иностранных студентов в условиях Нижегородского региона и успешности их лингвокультурной адаптации.

Литература

1. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4-х т. / В.И. Даль. – М.: Рипол Классик, 2002. – Т. 1. – 752 с.
2. Каминская, Е.А. Культурные смыслы традиционного фольклора / Е.А. Каминская // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2014. – С. 45–49. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-smysly-traditsionnogo-folklor>. – Дата доступа: 23.02.2022.
3. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – 264 с.

4. Кузьмина, Н.А. Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиаскопа / Н.А. Кузьмина // Медиаскоп. – Выпуск № 1. – 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/755>. – Дата доступа: 23.02.2022.

5. Никифорова, О.В. Коммуникативное пространство города Арзамаса в аспекте лингвоэкологии / О.В. Никифорова // Национальные коды в языке и литературе. Современные языки в новых условиях коммуникации: Сборник статей по материалам Международной научной конференции «Национальные коды в языке и литературе». – Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского ун-та, 2019. – С. 115–121.

6. Никифорова, О.В. Диалектная обрядовая лексика как средство формирования лингвистической компетенции иностранцев – будущих лингвистов / О.В. Никифорова // Активные процессы в современном русском языке: национальное и интернациональное: сборник научных статей / отв. ред. Л.В. Рацибурская. – Москва: ФЛИНТА, 2021. – С. 501–510.

7. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: ООО «ИТИ Технологии», 2006. – 944 с.

8. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Наука, 1988. – 187 с.

9. Соколова, Т.П. Нейминговая экспертиза в аспекте лингвоэкологии / Т.П. Соколова // Ономастика Поволжья: материалы XV Международной научной конференции. – Арзамас-Саров: Интерконтакт, 2016. – С. 188–192.

10. Толковый словарь русского языка; под ред. Д.Н. Ушакова. В 4-х т. – М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.» ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935 – 1940. – Т.4. – 1500 с.

11. Шмелёва, Т.В. Язык города. Наименования магазинов: методическая разработка к практике для студентов филологического факультета / Т.В. Шмелёва. – Красноярск: Красноярский университет, 1989. – 40 с.

С.В. Николаенко

Витебский государственный университет имени П.М. Машерова

e-mail: ns-lk@mail.ru

УДК 81373.423:37.032

Воспитательный потенциал ономастики

Ключевые слова: гражданское воспитание, ономастический потенциал, конференция «Эврика», ономастический квиз, педагогические подходы.

Работа с ономастическим материалом при подготовке учащихся к выступлениям на различных научно-практических конференциях способствует использованию педагогических подходов к обучению и воспитанию молодежи: системно-деятельностного, культурологического, лично-ориентированного, компетентностного. В статье анализируется круг ономастических тем, которыми интересуются учащиеся учреждений общего среднего образования, представленные в конкурсе научно-исследовательских работ «Эврика». Предложена также одна из форм выбора русского имени студентами-иностранцами, изучающими РКИ.

S.V. Nikolaenko

Vitebsk State University named after P.M. Masherov

Educational potential of onomastics

Key words: civil upbringing, onomastic potential, «Eureka» conference, onomastic quiz, pedagogical approaches.

Working with onomastic material while training students in making presentations at various scientific and practical conferences promotes using of pedagogical approaches in educating and upbringing young people: system- and activity-based, cultural, personality-oriented, competence-based. The article analyzes the range of onomastic themes that are of great interest to students at institutions of general secondary education, and that were presented during the research works competition “Eureka”. One of the forms for choosing a Russian name by foreign students studying Russian as a foreign language has also been proposed.