

Таким образом, в рассказе Юрия Буйды «Ванда Банда» антропонимы выполняют значимую символическую и стилистическую функции. Прозвища с негативной или положительной эмоциональной окраской являются одним из главных языковых средств, характеризующих внутренний мир и качества героев.

Литература

1. Буйда, Ю. Прусская невеста: роман в рассказах / Ю. Буйда. – М.: Эксмо, 2015. – 704 с.
2. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: словарь / В.И. Даль. – М.: Олма-Пресс: Крас. Пролетарий, 2004. – 700 с.
3. Кузьмина, М.И. Имя собственное в художественной речи / М.И. Кузьмина // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. – 2015. – Вып. №2. – С. 70–76.
4. Печетова, Н.Ю. Роль имени собственного в создании образа персонажа художественного произведения (на примере произведений Л. Улицкой) / Н.Ю. Печетова, М.В. Михайлова // Вестник СВФУ. – 2015. – Вып. 1. – С. 106–111.
5. Прохорова, Т.Г. Формы инобытия в новеллистике Юрия Буйды / Т.Г. Прохорова, И.Г. Загфарова // Филология и культура. – 2016. – Вып. 1. – С. 251–255.
6. Суперанская, А.В. Общая теория имени собственного / А.В. Суперанская. – М.: Наука, 1973. – 365 с.
7. Суперанская, А.В. Словарь русских личных имен / А.В. Суперанская. – М.: Эксмо, 2003. – 544 с.

А.А. Кручинина

Ярославский государственный педагогический
университет имени К.Д. Ушинского
e-mail: kruchinina.a.99@mail.ru

Научный руководитель: Разумов Р.В., кандидат филологических наук, доцент

УДК 811.161.1'373.2

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИБЛИОНИМОВ И ПОЭТОНИМОВ В ОФИЦИАЛЬНОМ ГОРОДСКОМ ОНИМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Ключевые слова: *городское онимическое пространство, мотив номинации, библионим, поэтоним, коннотоним, урбаноним, эргоним.*

В статье представлено использование библионимов и поэтонимов при официальной номинации внутригородских объектов России. В основе подобного использования библионимов и поэтонимов лежит реализация коннотаций, связанных с исходным онимом. В этом случае происходит актуализация лингвокультурных представлений носителей языка о первичном ониме, подчеркиваются его свойства, сформировавшиеся в языковом сознании человека.

А.А. Kruchinina

Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

SPECIFIC FEATURES OF FUNCTIONING OF THE BIBLIONYMS AND POETONYMS IN OFFICIAL URBAN SPACE

Key words: *urban onomastic space, nomination motives, biblionym, poetonym, connotonym, urbanonym, ergonym.*

The article presents the use of biblionyms and poetonyms at official nomination of intracity objects of Russia. The basis of such using of biblionyms and poetonyms is the realization of connotations connected with the original onym. In this case, we can observe the actualization for the linguocultural ideas of native speakers about the original onym that is emphasized with its characteristics. These characteristics are formed in the human linguistic consciousness.

Антропоцентрическая парадигма современной лингвистики обусловила обращение ученых к изучению современной языковой картины мира, описанию универсальных и специфических особенностей того или иного народа. Одним из направлений подобного анализа может стать выявление особенностей онимической картины мира, сложившихся представлений об особенностях употребления в речи имен собственных, причин их вторичного использования для наименования новых объектов, не связанных с исходным денотатом. Данное направление исследований сформировалось под влиянием работ Е.С. Отина, предложившего термин *коннотоним*, под которым ученый понимал «собственное имя (антропоним, топоним, реже – эргоним, хрононим и др. онимы), в котором его денотативное значение сосуществует с общеязыковыми или индивидуальными коннотациями» [3, 279]. В настоящее время исследование коннотонимии русского языка активно продолжается волгоградскими [1; 3; 7] и ярославскими [5] коллегами.

В нашей работе мы рассмотрим особенности использования библионимов (заглавий литературного произведений) и поэтонимов (имен собственных, встречающихся в художественном тексте) при официальной номинации объектов, расположенных в городе.

Любое имя собственное становится знаком культуры и в процессе функционирования приобретает многочисленные ассоциации. Библионимы и поэтонимы как явления культуры изначально наполнены многообразными смыслами, которые закладывал в них автор. При вторичном употреблении они способны их актуализировать, а также развивать новые коннотации, воздействовать на потребителя. Подобное вторичное использование имен собственных является одним из проявлений креативных способностей языковой личности. Как отмечают Е.Н. Ремчукова и Л.Р. Замалетдинова, «есть определенная специфика в развитии сферы городской номинации именно в России: для нее характерно творческое (креативное) использование языковых средств. Поэтому интенсивный интерес отечественной лингвистики к урбанонимам современного русского мегаполиса обусловлен общим интересом русистики к многообразной креативной речевой деятельности в современном коммуникативном пространстве России» [6, 88].

Библионимы и поэтонимы активно употребляются при создании эргонимов различных объектов. Данная традиция берет свое начало в советском нейминге, где подобные онимы использовались как при создании названий детских и подростковых учреждений (клуб «*Алые паруса*», Вологда, Тюмень; детские сады «*Золотой ключик*», «*Теремок*», «*Дюймовочка*» и др., Рыбинск), так и коммерческих организаций (кафе «*Золотая рыбка*», магазин «*Ярославна*», Рыбинск).

В постсоветскую эпоху в эргонимии по-прежнему активно используются библионимы и поэтонимы, связанные с детской литературой. Так, среди современных названий детских садов нам встретились названия «*Дюймовочка*» (Абакан, Десногорск, Демянск, Людиново), «*Красная шапочка*» (Псков, пос. Красные Ткачи), «*Русалочка*» (Киров, Тамбов, Ульяновск, Подольск, Нижний Новгород), «*Золотая рыбка*» (Сочи, Краснодар), «*Аленький цветочек*» (Коряжма, Москва), «Че-

бурашка) (Переславль-Залесский), *«Буратино»* (Брянск, Когалым, Курган, Удомля, с. Ишли, Пильна, Усть-Ламенск), *«Мальвина»* (Тамбов, Ульт-Ягун, Улан-Удэ, Кинешма, Ульяновск, Псков). Уменьшительно-ласкательные суффиксы, часто встречающиеся в составе подобных онимов (*«Красная шапочка»*, *«Русалочка»*, *«Золотая рыбка»*, *«Аленький цветочек»*), подчеркивают возраст его посетителей, а сказочность имен связывает с детской аудиторией.

«Детские» поэтонимы и библионимы часто используются в названиях организаций, производящих или продающих продукцию для детей или оказывающих ориентированных на них услуги: магазин игрушек *«Незнайка»* (Ярославль), Театр кукол *«Гулливвер»* (Курган), студия детского праздника *«Мальвина»* (Набережные Челны), школа танцев *«Мальвина»* (Череповец), школа раннего развития *«Мальвина»* (Тверь), детский развивающий клуб *«Мальвина»* (Белгород), сеть товаров для детей и школа *«Буратино»* (Вельск), детский клуб *«Буратино»* (Новоутиинск, Южноуральск, Череповец, Великий Устюг), дошкольно-образовательный центр *«Буратино»* (Оренбург), магазин детских товаров *«Маленький принц»* (Ярославль), магазин игрушек *«Маугли»* (Пермь), магазин детской одежды *«Маугли»* (Уфа, Краснокамск, Киров, Озерск), детский центр *«Маугли»* (Екатеринбург), детский игровой клуб *«Маугли»* (Липецк), веревочный парк *«Маугли»* (Ухта, Ижевск), спортивно-гимнастический клуб *«Маугли»* (Ногинск, Минск), школа единоборств для детей *«Маугли»* (Котлас). Все перечисленные названия позитивно воспринимаются потребителями услуг, так как они ассоциируются с детством. При создании эргонима номинаторы часто актуализируют те качества и навыки, черты характера, которые были свойственны персонажу: ловкость (скалодром *«Маугли»*, Братск; спортивно-гимнастический клуб *«Маугли»*, Ногинск, Минск), мастерство (студия шитья *«Золушка»*, Мценск), грацию (клуб бального танца *«Золушка»*, Озерск), ум и рассудительность (школа раннего развития *«Мальвина»*, Тверь; детский развивающий клуб *«Мальвина»*, Белгород).

Библионимы и поэтонимы, встречающиеся в произведениях детской литературы, могут использоваться и при номинации организаций, чья деятельность ориентирована на взрослую аудиторию: кондитерская *«Дюймовочка»* (Оренбург), магазин цветов *«Аленький цветочек»* (Новороссийск, Брянск), магазин рыболовных снастей *«Золотая рыбка»* (Ярославль), рыбный магазин *«Золотая рыбка»* (Кострома), кафе *«Золотая рыбка»* (Рыбинск), ломбард *«Золотая рыбка»* (Челябинск), зоомагазин *«Золотая рыбка»* (Череповец), магазин разливного пива *«Золотая рыбка»* (Сочи), благотворительное сообщество по защите бездомных животных *«Кошкин дом»* (Ярославль, Альметьевск), приют *«Кошкин дом»* (Тольятти, Сыктывкар, Калининград), ветеринарная клиника *«Маугли»* (Луганск), сеть магазинов верхней одежды *«Снежная королева»*, салон красоты *«Снежная королева»* (Дмитров), магазин постельного белья *«Спящая красавица»* (Нефтеюганск). Подобные эргонимы указывают на ассортимент товаров и услуг, специализацию организации, то есть такие наименование являются идентифицирующими.

Использование библионимов и поэтонимов из взрослой литературы ориентировано на реализацию идентифицирующей функции: они указывают на профиль заведения, его отличительные особенности. Связь исходного онима с эргонимом в этом случаях является чисто внешней, она актуализирует значение исходного денотата одного из слов, входящих в состав онима. Подобную картину мы наблюдаем у библионима *«Синяя борода»*, который используется при наименовании учреждений, предназначенных для мужской аудитории: товары для мужчин *«Синяя борода»* (Тамбов, товары для ухода за бородой), пивной бар *«Синяя борода»*

(Чайковский, Иваново). Очевидно, что в данном случае не учитываются коннотации исходного онима, связь с заведением является поверхностной. Аналогичную картину мы наблюдаем в эргонимах мебельный магазин и магазин по реставрации мягкой мебели «12 стульев» (Москва), ресторан «Плюшкин» (Санкт-Петербург) и т.д.

Библионимы и поэтонимы стали использоваться и при создании коммерческих ойкодомонимов – названий жилых комплексов – пограничного разряда имен собственных, имеющего черты как урбанонимов, так и рекламных имен [4]. Подобные названия часто апеллируют к конкретным характеристикам объекта, ассоциативно связанным с исходным библионимом. Например, жилой комплекс «Алые паруса» (Москва) расположен рядом с рекой, при его строительстве использовался кирпич красного цвета. Если взглянуть на объект со стороны, то он напоминает корабль с рядом алых парусов. Ассоциация с библионимом активно подчеркивалась в рекламе жилого комплекса: «Сначала мало кто верил в чудо. Потом все удивлялись. Теперь им восхищаются». Связь названия жилого комплекса «Синяя птица» (Москва) с исходным библионимом подчеркивается изображением фигур птиц на крыше, другие ассоциации с исходным онимом отсутствуют, имя выступает как позитивно воспринимаемый символ счастья. Аналогичную картину мы наблюдаем и при использовании в названии жилого комплекса библионима «Тихий Дон» в Ростове-на-Дону. В ойкодомониме обыгрывается лишь поверхностная связь: расположение рядом с историческим центром города и акваторией реки Дон.

Представленные в нашем исследовании материалы позволяют говорить об активном использовании библионимов и поэтонимов при вторичной номинации объектов в различных городах России. Они активно пополняют состав русских коннотонимов, поэтому их дальнейшее изучение позволит расширить наши представления о данном явлении. Без знания культурного контекста сложно интерпретировать городские наименования с коннотативными значениями.

Литература

1. Крюкова, И.В. Коннотативные имена собственные постсоветского периода как инструмент социальной оценки: монография / И.В. Крюкова, О.В. Врублевская, О.В. Кирпичева. – Волгоград: Научное издательство ВГСПУ «Перемена», 2020. – 199 с.
2. Крюкова, И.В. Коннотативные имена собственные постсоветского периода: опыт лексикографического описания: словарь / И. В. Крюкова, О.В. Врублевская, О.В. Кирпичева. – Волгоград: Научное издательство ВГСПУ «Перемена», 2021. – 225 с.
3. Отин, Е.С. Избранные работы / Е.С. Отин. – Донецк: «Донечина», 1997. – 470 с.
4. Разумов, Р.В. Названия жилых комплексов: между урбанонимами и рекламными именами / Р.В. Разумов, С.О. Горяев // Научный диалог. – 2018. – № 9. – С. 76–97.
5. Разумов, Р.В. Коннотативная микроурбанонимия российских городов / Р.В. Разумов // В пространстве имен: Материалы I Международных ономастических чтений им. Е.С. Отина, Донецк, 16–18 октября 2015 года. – Донецк: Фонд «Азбука», 2016. – С. 94–102.
6. Ремчукова, Е.Н. Коммерческие урбанонимы России в аспекте креативной речевой деятельности / Е.Н. Ремчукова, Л.Р. Замалетдинова // Ценности и смыслы. – 2016. – №6. – С. 87–95.
7. Хвесько, Т.В. Коннотативные имена собственные постсоветского периода в языковом сознании носителей русского языка (экспериментальное исследование) / Т.В. Хвесько, И.В. Крюкова, О.В. Врублевская // Язык и культура. – 2020. – №50. – С. 115–128.