

УДК 811.512

Кривицкая А.В.
Старший преподаватель
СФ УУНиТ
Россия, г. Стерлитамак

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЭРГОНИМОВ
РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН**

Аннотация: в статье рассмотрены наименования коммерческих предприятий городов Республики Башкортостан, отражающие принадлежность к истории и культуре проживающего в нем народа. Особое внимание уделено эргонимам, написанным на двух государственных языках. Анализ антропонимических особенностей наименования коммерческих предприятий обнаруживает связь с лексическим значением эргонима.

Ключевые слова: эргоним, коммерческое предприятие, вывеска, лингвокультурологический аспект.

Krivitskaya A.V.
Senior lecturer
SF UUNiT
Russia, Sterlitamak

**LINGUOCULTUROLOGICAL ANALYSIS OF THE ERGONYMS
REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN**

Annotation: the article deals with the names of commercial enterprises in the city of Ufa, reflecting the belonging to the history and culture of the people living in it. Particular attention is paid to ergonyms written in two official languages. An analysis of the anthroponymic features of the names of commercial enterprises reveals a connection with the lexical meaning of the ergonym.

Key words: ergonym, commercial enterprise, signboard, linguoculturological aspect.

Деятельность коммерческих предприятий в Советском Союзе изначально носила экспериментальный характер, однако после распада Советского Союза личное имущество стало составлять определенную долю в производстве ряда товаров и услуг. Российский рынок развивался с учетом опыта бизнеса зарубежных стран, пытаясь адаптировать его к условиям новой российской действительности. Конкуренция, возникшая между предпринимателями, потребовала получения знаний в такой ранее не востребованной области, как маркетинг.

Исследование современных процессов номинации и функционирования наименований объектов в языковом пространстве города выходит за рамки ономастики и приобретает новые возможности в постижении сущности эргонимов в русле урбанолингвистики. Пространство города представляет собой «культурный текст, отражающий ментальные ориентиры сознания социума» [2, с. 31].

По мнению Н.В. Носенко, именно эргонимия является особым специфическим пластом лексики современного русского языка, отражающим все те коренные изменения, которые происходили и происходят в российском обществе. «Эргонимы являются областью ономазиологии, отражающей современные номинативные процессы в языковой среде города и отдельно взятой личности» [5, с. 104]. Анализ языка города дает возможность понять, какими средствами происходит самовыражение человека и каким образом в результате фиксируется в языковом пространстве города. Таким образом, эргоним становится источником информации о культуре и социуме, помогая понять мир национально-культурного общества.

Лингвистическое пространство столицы Республики Башкортостан – г. Уфа не остается без внимания: национальную культуру эргонимов рассматривают Е.А. Яковлева и А.М. Емельянова [7]; ономастическое пространство как составную часть «языка города» описывает А.М.

Емельянова [3]; функционирование эргонимов в полиэтнической среде изучает Е.А. Яковлева [6]; прагматический аспект эргонимов заведений общественного питания анализирует А.М. Емельянова [4]; лексико-семантические, словообразовательные особенности тюркских эргонимов представляют интерес для Г.Р. Абдуллиной, Л.Ф. Абубакировой [1] и др.

Описывая содержательные модели эргонимов салонов красоты и питейных заведений Республики Башкортостан, отметим, что эргонимы, отсылающие к культурному и историческому наследию страны, представляют особый интерес, поскольку содержат богатую информацию об истории и современном состоянии самого региона, о развитии языка и культуры народа, проживающего в нём.

В столице нашей республике часть наименований коммерческих предприятий написана на двух государственных языках – русском и башкирском, например, эргоним салона красоты «Красавица № 1» содержит на вывеске и башкирское название «беренсе хыулыкай» (в дословном переводе – первая красавица). Иногда номинатор переводит на башкирский язык только эргонимический термин (салон красоты, магазин разливных напитков), а сам эргоним оставляет без перевода.

Особое внимание башкирским наименованиям было уделено в 2015 и 2019 годах. В 2015 году в г. Уфа проходил саммит ШОС и БРИКС, поэтому на вывесках города появился национальный колорит с целью отобразить культуру проживающего в республике народа. В 2019 году Республика Башкортостан праздновала столетний юбилей, в связи с этим тюркские наименования стали особенно актуальными.

Большой популярностью пользуются наименования, образованные от антропонимов, например, салон красоты «Энже» восходит к тюркскому имени со значением «жемчужина», а салон красоты «Лилия» к популярному мусульманскому имени латинского происхождения в значении «чистая», «непорочная», «возрожденная». Семантика данных имен вполне отвечает

роду деятельности предприятия, ведь после посещения салона красоты женщина чувствует себя обновленной, наполненной новой силой.

Отметим, что антропонимы используются не только в бьютииндустрии, но в сфере общественного питания, например кафе «Севиль» в переводе с турецкого «любимая», кафе «Аниса» в переводе с арабского «дружелюбная собеседница». Встречаются и антропонимы, являющиеся прецедентными именами, например, спорт-бар им. С. Юлаева (народного героя, сподвижника Емельяна Пугачева) и кафе «Идель» (герой башкирского эпоса, третий сын Урала-батыра), которые были описаны нами ранее [5, с. 55]. Однако, в сфере салонов красоты использование женских имен встречается чаще.

Таким образом, названия коммерческих предприятий отображают жизнь и деятельность народа, поэтому на формирование и развитие эргонимии определенного народа, кроме лингвистических факторов, огромное влияние оказывают экстралингвистические факторы. Каждое название несет в себе определенную информацию, отражающую нравы, обычаи, традиции и культурные взаимосвязи совместно проживающих народов.

Использованные источники:

1. Абдуллина Г.Р., Абубакирова Л.Ф., Аюпова Л.Ф. Лексико-семантические, словообразовательные особенности тюркских эргонимов, функционирующих в лингвистическом пространстве Республики Башкортостан // Проблемы востоковедения. 2019/3 (85). С. 70-76.
2. Гридина Т.А., Коновалова Н.И. Лингвокреативный потенциал эргономинаций в аспекте их порождения и восприятия: экспериментальное исследование // Вопросы психолгвистики. 2022. № 2 (52). С. 30-45.
3. Емельянова А.М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтнического города: на примере названий деловых, коммерческих,

культурных, спортивных объектов г. Уфы: диссертация ... кан. филол. наук. Уфа, 2007. 170 с.

4. Емельянова А.М. Прагматический аспект эргонимии (на примере названий заведений общественного питания г. Уфы) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. №7 (61): в 3-х ч. Ч.2. С.98-100.

5. Кривицкая А.В. Лингвокультурологический аспект в анализе эргонимов поликультурной республики // Мир науки и мысли. The world of Science and ideas: международный научно-практический журнал. 2023. № 2. С.51-56.

6. Носенко Н.В. Эргонимы-контаминанты: структура, семантика и особенности функционирования / Н.В. Носенко // Сибирский филологический журнал. 2007. № 2. С. 104-109.

7. Яковлева Е.А. Филологическая урбанонология: новые аспекты изучения города // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского, 2011 № 6(2). С. 771-774.