

УДК 81'373:811.161.1

ББК 81.031.4

К 64

Кондратова А.В.

Аспирант кафедры русского языка и речевой коммуникации Кубанского государственного аграрного университета, e-mail: alla20@mail.ru

Павловская О.Е.

Доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой русского языка и речевой коммуникации Кубанского государственного аграрного университета, e-mail: alla20@mail.ru

Национальная и региональная идентичность как маркеры эргонимов Кубани (Рецензирована)

Аннотация:

Предпринимается попытка на основе анализа эргонимов Кубани выявить экстралингвистические принципы, которые берутся за основу при выборе имени собственного для называния различных предприятий региона. Классифицирующая способность сознания позволяет выбирать в процессе номинации такие признаки структурирования реального мира, от репрезентации которых будет зависеть успешность деятельности предприятия. К числу таких признаков относятся прагматическое отношение к объекту, социальный и духовный уровень социума, категориальная дифференцированность сознания индивида, способствующая избирательному отбору впечатлений о действительности. Большую группу в составе эргонимов составляют названия, в основе которых содержится указание на национальный и региональный компонент. В многонациональном регионе акцентирование на национальном компоненте, русской принадлежности, русских обычаях, традициях является глубинным концептом национального мироощущения, отражающим символическую связь с константами национальной культуры, относящейся к числу коннотативных компонентов значения, формирующих отношение адресата и адресанта к объекту. Признак региональной идентичности репрезентируется через символику региона, через онимы с региональной семантикой, отражающие региональную специфику, исторические особенности развития края. Эргонимы Кубани обладают диахронной многослойностью, основанной на смене культурных представлений. Коммуникативная эффективность эргонимов с национальной и региональной идентификацией способствуют развитию языковой политики в плане сохранения культурно-исторических символов, подъема престижа своего региона среди носителей языка и общества в целом. Анализ эргонимов Кубани и поиск соответствующих способов их репрезентации в ономастическом пространстве Краснодарского края дает возможность говорить о предпочтительных направлениях в имянаречении деловых объектов Кубани.

Ключевые слова:

Эргоним, концептуальный признак, национальная и региональная идентичность, ономастическое пространство.

Kondratova A.V.

Post-graduate student of Department of Russian and Speech Communication of the Kuban State Agricultural University, Krasnodar, Russia, e-mail: alla20@mail.ru

Pavlovskaya O.E.

Doctor of Philology, Associate Professor, Head of the Department of Russian and Speech Communication of the Kuban State Agricultural University, Krasnodar, Russia, e-mail: alla20@mail.ru

National and regional identity as markers of Kuban ergonyms

Abstract:

On the basis of the analysis of Kuban ergonyms, an attempt is undertaken to reveal the extralinguistic principles, which are taken as a basis for the choice of proper names for various enterprises of the region. The classifying ability of consciousness makes it possible to choose, in the course of nomination, such features of structuring of the real world, which lead to the successful activity of enterprise. Among such features is the pragmatic attitude to an object, social and spiritual level of society, the categorial differentiation of the individual's consciousness promoting the selective choice of impressions about the reality. The large group of ergonyms is made by the names in the basis of which there is the evidence of the national and regional component. In the multinational region emphasis on the national component, the Russian identity, the Russian customs and traditions is the deep concept of national attitude reflecting symbolical relationship with constants of the national culture which is among the connotative components of meaning forming the attitude of the addressee and sender to an object. The distinctive feature of regional identity is represented through the region symbolics, through the onyms with regional semantics reflecting the regional specifics, and historical features of the development of the region. The ergonyms of Kuban have the diachronic multiple-layer structure basing on the replacement of cultural representations. The communicative efficiency of ergonyms with national and regional identification contributes to the development of language policy in terms of the preservation of the cultural and historical symbols, the rising prestige of the region among the native speakers and society in general. The analysis of Kuban ergonyms and searching for the corresponding ways of their representation in onomastic space of Krasnodar Region gives us the chance to speak about the preferable directions in naming of business objects in Kuban.

Keywords:

Ergonym, conceptual feature, national and regional identity, onomastic space.

Номинативная функция языка всегда представляла интерес для ученых, поскольку отражала способность языковой системы называть и вычленять фрагменты действительности, формируя понятия о них в виде языковых знаков. Действительность становится реальностью сознания посредством опредмечивания ее через имя, которое является продуктом активной классифицирующей деятельности человеческого сознания и мышления. Примером такого опредмечивания

действительности можно считать создание эргонимов, трактуемых в «Словаре русской ономастической терминологии» как имя собственное делового объединения людей [1: 166]. Взяв за основу определение Н.В. Подольской, мы понимаем под эргонимом особый разряд онимов, представляющий собой собственное имя функционально разнопрофильных предприятий: деловых объединений людей (учебно-научных, производственных учреждений), коммерческих предприя-

тий (агентств, банков, магазинов, фирм), объектов культуры (кинотеатров, клубов, развлекательных учреждений, театров, парков, библиотек), спортивных заведений (комплексов, стадионов, бассейнов), медицинских учреждений (аптек, клиник), заведений общепита, например, ресторан «У близнецов», кафе «Хемингвэй», мужской клуб «Эгоист», аптека «Радуга», клиника «Екатерининская», магазин «Дядя Саша», кинотеатр «Киномакс».

Обращаясь к исследованию эргонимов Кубани, следует отметить, что на их формирование существенное влияние оказывают экстралингвистические факторы, в результате чего одни параметры для выделения концептуальных признаков оказываются более значимыми, чем другие. Чаще всего создание эргонимов основывается на желании «хозяина» объекта отразить в ониме ту информацию, какая, с его точки зрения, является приоритетной в названии. Когнитивные процессы в данном случае опираются на классифицирующую способность сознания, позволяющую выбирать в процессе номинации такие признаки структурирования реального мира, от репрезентации которых будет зависеть успешность деятельности предприятия. К числу таких признаков относятся: прагматическое отношение к объекту; социальный и духовный уровень социума, отражающий степень категориальной дифференцированности сознания индивида и способствующий избирательному отбору впечатлений о действительности. «Языковая картина мира, – считает Р.А.Эльдарова, – содержит значимый архетипический по своему характеру фрагмент, который включает широко представленные словесными образами природные явления и образы явлений внутреннего мира человека в их стереотипных и индивидуальных ассоциативных связях, закрепленных конкретной лингвокультурой» [2: 140].

Не вызывает сомнения факт, что основные пути формирования эргоними-

ческой системы любого региона во многом аналогичны, поскольку эргоним – явление в большей степени социальное и, соответственно, включает в свой состав закономерности формирования как лингвистического, так и экстралингвистического характера. На наш взгляд, большой процент эргонимов Кубани составляют названия, в основе которых содержится указание на национальный и региональный компонент. Концепт с данным классификационным признаком репрезентируется онимами, включающими русский, российский этнокультурный маркер. Эргонимы этой группы имеют, как правило, информативно-прагматическую и собственно прагматическую направленность. Особенность таких названий заключается в том, что в многонациональном регионе акцентирование национальной, точнее русской, принадлежности, а вместе с нею и русских обычаев, традиций, кухни и т.п., является одним из глубинных концептов национально-мироощущения, в которых ощущается символическая связь с константами национальной культуры. Причем эта связь относится к числу коннотативных компонентов значения, формирующих отношение адресата и адресанта к объекту. Несмотря на большую популярность иностранных брендов, названия с русской, российской семантикой идентифицируются исключительно в позитивном аспекте.

По мнению Е.Трифоновой, выделяются два уровня восприятия эргонима: поверхностный уровень (наивное, спонтанное восприятие, где важна ментально-эмоциональная реакция); глубинный уровень (восприятие-интерпретация, направленное на расшифровку смысла) [3: 221]. Следовательно, информативная составляющая эргонима имеет непосредственную связь с восприятием субъекта, на которого ориентирован любой акт номинации. Данное взаимодействие влияет на прагматическую ценность и эффективность онима [4: 148]. Эргонимы с национальным маркером могут быть двух

разновидностей: 1) с конкретизирующей лексемой (*Русские блины, Русский хлеб*), т.е. информация + коннотация; 2) без конкретизации (*Русь, Россия*), т.е. выполняющие только прагматическую функцию. В названиях первой разновидности национальная идентичность усиливается словами-конкретизаторами: *Русские самоцветы, Русский дворик, Русская баня, Русский медведь, Русское подворье* и др. Данная конкретизация основана на традиционной оценке жизни и быта русского населения с древних веков. Онимы данной разновидности, имея функционально-прагматическую направленность, репрезентируют признак ревитализации традиционных ценностей народа: патриотизма, веротерпимости, уважительного отношения к своим «корням», к истории народа.

В названиях второй разновидности коннотативный аспект усилен не в сторону национальных традиций в жизни русского народа, а, скорее, отражает любовь к Отечеству, гордость достижениями и культурой своей родины, желание сохранять её характер и культурные особенности и идентификация себя. К данной группе относим следующие эргонимы: *Россиянка, Россия, Русичи, Русь* и т.п. Присутствие или отсутствие конкретизатора в некоторой степени влияет на информативность онима, однако признак национально-культурной идентификации относит данные наименования к культурно-специфическим, так как этнокультурная маркированность как для российского, так и для иностранного адресата номинации, всегда являлась значимой.

Термин «регион», традиционно понимаемый как крупная индивидуальная территориальная единица, получил в последнее время новое, конкретизирующее значение, включая такие компоненты, как «единое культурное пространство», «общее историческое прошлое», «общность исторической судьбы населяющих его народов» [5: 227]. Данные конкретизаторы значения нашли свое отражение в онома-

стическом пространстве Кубани.

Признак региональной идентичности основывается на самосознании носителей языка относительно специфических черт региона, так как суть региональной идентификации жителей заключается в естественной потребности конкретного человека и общества в целом, проживающих на данной территории, иметь свое пространство, определенный географический участок с присущими ему отличительными региональными особенностями. «Ономастический хаос» современных городов привел к однообразию номинативных процессов, к безликости, с точки зрения онимизации социокультурного пространства и, соответственно, к нивелированию региональных признаков каждого конкретного населенного пункта. Данное заключение можно в полной мере отнести и к ономастическому пространству Краснодарского края. Однако функционирование на исследуемой территории эргонимов, отражающих признак региональной идентичности, все же позволяет каким-то образом выделить отличительные черты Кубани в аспекте региональной идентичности. Появление соответствующих онимов позволяет говорить о желании жителей чувствовать свое пространство, принадлежность данному пространству, гордиться историей региона.

Региональная идентификация реализуется через культурный ландшафт, что влечет за собой трансформацию различных сторон культурного пространства. Данный факт репрезентируется прежде всего через символику региона, а именно через онимы с региональной семантикой, а точнее через эргонимы, отражающие региональную специфику, исторические особенности развития края. К эргонимам региональной идентификации мы относим следующие: *Травы Кубани, Казачка, Казачий брод, Казачий стан, Казачок, Казачий курень, Казачий дом* и т.п.

С позиции воплощения национальной и региональной идентичности эрго-

нимическое пространство Кубани достаточно многослойно. Как известно, любые имена собственные, в том числе и эргонимы, обладают диахронной многослойностью, основанной на смене культурных представлений, способности оставлять след ушедшего лингвосприятия и по-новому отражаться в концептосфере современника [6], отсюда современные эргонимы: кафе «Есаул», «Хата казака», магазин «Екатеринодар». Использование лексем, связанных с исторической судьбой нашей страны и региона, отражает национальное самосознание и патриотизм номинатора. Подобная онимизация получила в лингвистике обозначение «ретроризация» [7: 701], к которой мы относим следующие эргонимы Кубани: *Купеческий, Харчевня, Сударь, Мельница, Корчма, Шинок, Усадьба, Пионер, Постоялый двор, Каретный двор* и др.

Безусловно, к эргонимам региональной идентификации мы вправе относить все названия, указывающие на координаты края, т.е. *Юг, Краснодар, Кавказ, Кубань, Майкоп* и т.д. Но в данном случае к названной группе мы относим только те онимы, которые отражают именно особенности региона в аспекте отражения истории края. А этот признак в полной мере имеет отношение к казачеству. Выделенные онимы с элементом «казаки» имеют ассоциативные оттенки, связанные с гостеприимством, историей, языковыми обычаями Кубани. С точки зрения истории края, можно заметить, что казаки Кубани всегда позиционировались людьми с такими положительными качествами, как благодушие, щедрость, гостеприимство, соблюдение традиций, уважение к женщине. Данный факт подчеркивает вклад казачества в развитие русской ментальности, в укрепление социально-

культурных традиций региона. Таким образом, можно отметить, что, помимо номинативной функции, информативность эргонимов с региональной идентичностью основывается не на связи имени с деятельностью или предлагаемыми товарами предприятия, а на идентификации объекта по отношению к значимым периодам истории Кубани. То есть информативность региональных эргонимов связана с коннотативным оттенком, основанном на исторических признаках, и в этом заключается основная прагматическая функция эргонимов с признаком региональной идентификации.

Коммуникативная эффективность эргонимов с региональной идентификацией заключается в том, что данные онимы способствуют развитию языковой политики в плане сохранения культурно-исторических символов, а значит и подъема престижа своего региона среди носителей языка и общества в целом. Следует принять точку зрения И.С. Карабулатовой о том, что «региональная, этническая компонента все больше и больше вторгается в сферу имен собственных, что объясняется изменением национально-государственных рамок и актуализацией оппозиции «свой/чужой» в трансформирующемся обществе» [8: 221]. Создание эргонимов определенной территории – это своеобразный маркер, отражающий языковые и внеязыковые мотивы населения в процессе номинации и характеризующие мировосприятие и языковую практику социума. Анализ эргонимов Кубани и поиск соответствующих способов их репрезентации в ономастическом пространстве Краснодарского края дает возможность говорить о предпочтительных направлениях в имянаречении деловых объектов Кубани.

Примечания:

1. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М., 1978. 200 с.
2. Эльдарова Р.А. Парадигма когнитивных структур лингвокультурного простран-

- ства «человек-природа» // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. Майкоп, 2016. Вып. 2 (177). С. 138-142.
3. Трифонова Е.А. Семантическая модель эргонима // Ономастика Поволжья. М., 2004. С. 84-90.
 4. Федотова Т.В. Динамика культурно значимых смыслов онима в лингвистическом и прагматическом аспектах (на материале эмпоронимов Краснодара) // Социально-экономический ежегодник-2015: сб. науч. ст. / под ред. З.М. Хашевой. Краснодар, 2015. С. 145-149.
 5. Беляева М.Ю. Квантитативный метод в ономастике и регионоведении // Ономастика в кругу гуманитарных наук. Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2005. С. 227-229.
 6. Вепрева И.Т. Проблема переименования города в социолингвистическом освещении // Ономастика в кругу гуманитарных наук. Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2005. С. 34-37.
 7. Шарифуллин Б.Я. Языковая политика в городе: право языка vs. языковые права человека (право на имя) // Юрислингвистика-2: русский язык в его естественном и юридическом бытии. Барнаул, 2000. С. 172-181.
 8. Карабулатова И.С. О новых тенденциях в постсоветском ономастическом пространстве: имя как отражение формирования государственной идентичности в контексте трансформирующегося сообщества // Вестник ТюмГУ. 2006. № 4. С. 217-222.

References:

1. Podolskaya N.V. Dictionary of Russian onomastic terminology. M., 1978. 200 pp.
2. Eldarova R.A. Paradigm of cognitive structures of «person – nature» linguocultural space // Bulletin of Adyghe State University. Ser. Philology and the Arts. Maikop, 2016. Iss. 2 (177). P. 138-142.
3. Trifonova E.A. Semantic model of the ergonym // Onomastics of the Volga region. M., 2004. P. 84-90.
4. Fedotova T.V. Dynamics of culturally significant meanings of the onym in the linguistic and pragmatic aspects (based on Krasnodar emporonyms) // Socio-economic yearbook-2015: coll. of proceedings / ed. by Z.M. Khasheva. Krasnodar, 2015. P. 145-149.
5. Belyaeva M.Yu. Quantitative method in onomastics and regional studies // Onomastics in the circle of humanities. Ekaterinburg: Publishing house of Ural Univ., 2005. P. 227-229.
6. Vepreva I.T. The problem of renaming the city in sociolinguistic coverage // Onomastics in the circle of humanities. Ekaterinburg: Publishing house of Ural University, 2005. P. 34-37.
7. Sharifullin B.Ya. Language policy in the city: the right of language vs. linguistic rights of a person (the right to a name) // Jurislinguistics-2: Russian language in its natural and legal existence. Barnaul, 2000. P. 172-181.
8. Karabulatova I.S. On new trends in the post-Soviet onomastic space: name as a reflection of the formation of state identity in the context of a transforming community // Bulletin of Tyumen State University. 2006. No. 4. P. 217-222.