

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.10.49>

Олесова Антонина Петровна, Захарова Диана Дмитриевна

Особенности названий гостиниц города Якутска

Цель исследования - выявить особенности названий гостиниц города Якутска с точки зрения структуры, семантики и функций. В статье характеризуются структурные типы, способы образования этих эргонимов, приемы, осложняющие каждый из способов, приводится тематическая классификация эргонимов с указанием их функций. Научная новизна заключается в том, что названия гостиниц города Якутска впервые рассматриваются в структурно-семантическом и функциональном аспектах. В результате выявлены продуктивные способы образования названий гостиниц города Якутска, наиболее распространенные осложняющие приемы, семантические признаки, приоритетные для номинации, функции, свойственные эргонимам определенной семантической группы.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2020/10/49.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 10. С. 248-254. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2020/10/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

20. Лайпанов С. З. Песня Бырмамыта. Черкесск: Карачаево-Черкесское отделение Ставропольского книжного издательства, 1987. 280 с.
21. Падучева Е. В. Эвиденциальные показатели и их режимы интерпретации [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evidentsialnye-pokazateli-i-ih-rezhimy-interpretatsii> (дата обращения: 21.06.2020).
22. Тадыкин В. Н. Причастия в алтайском языке. Горно-Алтайск: Горно-Алт. отд. Алт. кн. изд-ва, 1971. 169 с.
23. Трофименко О. А. Эвиденциальность в корейском языке // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2009. № 4 (8). С. 140-147.
24. Шакирова Р. Д. Инференциальная эвиденциальность и ее разновидности в современном немецком языке // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2010. № 2. Ч. 2. С. 89-93.
25. Aikhenwald A. Y. Evidentiality. Oxford: Oxford University Press, 2004. 480 p.
26. Friedman V. Admirativity: Between Modality and Evidentiality // Sprachtypologie und Universalienforschung. 2005. Bd. 58. № 1. S. 26-37.
27. Peterson T. Evidence from Evidentials // Working Papers in Linguistics. 2010. Vol. 28. P. 1-7.
28. Wiemer B., Plungjan V. A. Lexikalische Evidenzialitäts-Marker in slavischen Sprachen // Wiener Slawistischer Almanach. München – Wien: Otto Sagner, 2008. Sonderband 72. S. 239-284.

Specificity of Expressing Evidentiality and Mirativity in the Karachay-Balkar Language

Kosheva Astra Shagabanovna, PhD
North Caucasian State Academy, Cherkessk
kosheva57@bk.ru

The paper aims to identify linguistic means expressing evidential meanings in the Karachay-Balkar language. The research objective includes analysing lexical and lexico-grammatical means explicating evidential meanings. Scientific originality of the study lies in the fact that linguistic means expressing evidential meanings in the Karachay-Balkar language are for the first time described on the basis of modern theoretical approaches. The author justifies the thesis that the Karachay-Balkar language possesses lexical and lexico-grammatical means of expressing evidential-mirative meanings represented by introductory modal words, word combinations and introductory sentences. The findings indicate that in comparison with other related languages, the Karachay-Balkar language has a developed system of means to express evidentiality.

Key words and phrases: evidentiality; explication; connotation; lexical means; mirativity; introductory modal words; introductory sentences; Karachay-Balkar language.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.10.49>

Дата поступления рукописи: 25.08.2020

Цель исследования – выявить особенности названий гостиниц города Якутска с точки зрения структуры, семантики и функций. В статье характеризуются структурные типы, способы образования этих эргонимов, приемы, осложняющие каждый из способов, приводится тематическая классификация эргонимов с указанием их функций. **Научная новизна** заключается в том, что названия гостиниц города Якутска впервые рассматриваются в структурно-семантическом и функциональном аспектах. **В результате** выявлены продуктивные способы образования названий гостиниц города Якутска, наиболее распространенные осложняющие приемы, семантические признаки, приоритетные для номинации, функции, свойственные эргонимам определенной семантической группы.

Ключевые слова и фразы: ономастика; эргонимы; названия гостиниц; структурно-семантические особенности.

Олесова Антонина Петровна, к. пед. н., доц.

Захарова Диана Дмитриевна

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, г. Якутск

olesovaantonina@mail.ru; denhhhhh14@gmail.com

Особенности названий гостиниц города Якутска

Актуальность исследования обусловлена тем, что в последние десятилетия городской ономастикон является объектом пристального внимания исследователей, что вызвано активным пополнением языкового пространства города эргонимами – собственными именами делового объединения людей (союз, организация, учреждение, корпорация, предприятие, общество, заведение, кружок) [10], их значимостью в формировании языковой картины города, в создании имиджа фирмы, ее продвижении.

В центре внимания лингвистов эргонимы разных видов: названия городских коммерческих предприятий – эргоурбонимы, зданий – ойкодомонимы, торговых предприятий – эмпоронимы, фирм – фирмонимы и др. Так, Т. А. Кадола [3] рассматривает эмпоронимы Абакана, Э. К. Сагилова и Т. В. Попова [13] – эмпоронимы Екатеринбургa, Хоанг Тхи Хонг Чанг [18] – названия заведений ресторанного бизнеса Москвы (исследователем предложен термин *рестороним*), О. В. Рыбальченко и Т. В. Федотова [12] – названия гостиниц Краснодарa (исследователями предложен термин *отелоним*).

Эргонимам Якутска посвящено несколько статей. А. В. Осина [7] концентрирует внимание на эргонимах якутизмах, М. А. Петрова [8] анализирует рекламный потенциал названий туристических агентств, Т. И. Никанорова – структуру названий кафе и ресторанов [5]. В статьях молодых исследователей Д. Д. Захаровой [2], В. Е. Винокуровой [1] рассматриваются лексико-семантические особенности названий детских садов, лингвокультурный аспект названий ювелирных магазинов.

Названия заведений гостиничного бизнеса (далее – гостиниц) города Якутска не были предметом специального исследования и в статьях не приводятся в качестве иллюстративного материала. Данное обстоятельство и в целом научный интерес к городской эргонимической системе определяют востребованность настоящего исследования.

Для достижения указанной цели исследования ставятся следующие *задачи*: на основе изучения научной литературы определить исходные положения данного исследования; составить перечень названий гостиниц города Якутска; проанализировать онимический материал и выделить группы названий гостиниц по структуре и семантике; рассмотреть названия гостиниц в аспекте функций. Задачи решаются с использованием комплекса ономастических *методов исследования*: синхронического среза, описательного, этимологического и статистического. Материалом исследования выступает 131 название гостиниц города Якутска, их список составлен на базе данных справочно-информационного сайта Якутска «14-Якутск.РФ», электронных справочников «2ГИС», а также официальных сайтов гостиниц.

Теоретической базой исследования являются труды по ономастике [9; 10; 15], лексикологии современного русского языка [19], этимологии [16; 20], теоретические положения, изложенные в ряде работ по эргонимике [3; 11; 13; 17; 18].

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть полезны при разработке названий компаний, в частности заведений гостиничной сферы, могут использоваться при создании специальных курсов по ономастике в высшей школе.

Изучение научной литературы показывает, что исследования эргонимов проводятся в разных направлениях. С позиций структурно-семантического, коммуникативно-прагматического подходов рассматривают эргонимы Г. В. Овчинникова и А. С. Овчинникова [6], О. В. Рыбальченко и Т. В. Федотова [12], А. Н. Соловьев [14], Хоанг Тхи Хонг Чанг [18]. На лингвокультурологическом подходе основываются исследования Т. А. Кадоло [3], И. Ю. Русановой [11], Т. В. Федотовой [17], В. М. Мальцевой [4]: выявляются культурные смыслы эргонимов, признаки региональной идентичности в эргонимическом поле города, области. В рамках семиотического подхода анализируют способы создания графиксатов-эргонимов неузуальными графическими средствами Э. К. Сагилова и Т. В. Попова [13].

На сегодняшний день дискуссионным остается вопрос о способах образования онимов. Н. В. Подольская называет три способа: онимизацию апеллятива (семантическая и грамматическая), трансонимизацию (переход онима из одного онимического поля в другое), заимствование иноязычных имен (прямое заимствование, калькирование, гибридизация) [9]. А. В. Суперанская указывает на четыре способа: естественную онимизацию апеллятивов, искусственное создание имен с применением лексики родного языка, заимствование, преобразование собственных имен (трансонимизация, деривация) [15]. Хоанг Тхи Хонг Чанг обосновывает выделение трех способов образования эргонимов: онимизации (использование «готовой» лексики – апеллятивов данного языка или другого), трансонимизации (использование «готовой» лексики – онимов данного языка или другого), деривации (лексическая и синтаксическая), – которые могут осложняться разными языковыми процессами [18]. Позиция этого исследователя кажется нам убедительной, поэтому мы следуем ей при рассмотрении способов образования названий гостиниц города Якутска.

В работах, посвященных названиям гостиниц, эти имена традиционно обозначаются термином *эргоним*. О. В. Рыбальченко и Т. В. Федотова предлагают для данного феномена термин *отелоним* [12], Г. В. Овчинникова и А. С. Овчинникова употребляют *отель-названия*, *отель-прагматоним*, *отель-номен* [6]. В нашем исследовании, анализируя названия гостиниц, мы оперируем, следуя традиции, термином *эргоним*.

Ведущими функциями эргонимов, как правило, считают номинативную (наименование объекта), идентификативную (идентификация объекта) и рекламную (привлечение внимания). Как дополнительные функции выделяют информативную (информирование о сопутствующих услугах, специфике объекта, его местонахождении и пр.), эстетическую (благозвучность и создание позитивных ассоциаций), мемориальную (номинация в честь кого-либо или чего-либо), культурологическую (обращение к национально-культурным ценностям), охранную (охрана собственности, авторизация принадлежности объекта) и др.

В городе Якутске функционируют различные типы заведений гостиничного бизнеса, стандартная модель их обозначения включает номенклатурную единицу и собственно оним. Номенклатурная номинация представлена лексемами *гостиница*, *отель*, *мини-гостиница*, *мини-отель*, *бутик-отель*, *бизнес-отель*, *апартамент-отель*, *гостевой дом*, *хостел*, *гостиничный комплекс*, *гостинично-ресторанный комплекс*, *гостинично-оздоровительный комплекс*, *гостинично-развлекательный комплекс*. Наше внимание при анализе направлено на онимы, которые позволяют заведению выделиться среди других и могут стать преимуществом в условиях конкуренции.

С точки зрения соотносительности с языком все названия гостиниц Якутска подразделяются на четыре группы: русскоязычные, якутскоязычные, иноязычные и двуязычные (гибридные). Большинство составляют русскоязычные эргонимы – 87, представленные как исконно русскими словами, так и заимствованными русским языком. Исконно русские слова обнаруживаются в эргонимах *Гостевой дом*, *Гостиница*, *Золотые*

ворот, Золотой Ковш, Как дома, Ландыш, Маяк, НОЧЬ, Рыжий кот, СЕВЕРЯНЕ, Северянка, Северяночка, СОЗВЕЗДИЕ, Старый город, Радуга, Уют, Царская и др. Заимствованные русским языком слова в таких эргонимах, как АНГЕЛ, Восторг, Надежда, Восток, – старославянизмы; Авангард, Олетта, Рандеву (устаревшее), Вояж (устаревшее) – галлицизмы; Лайнер, Лидер, Онтарио – англицизмы; Флигель, Квант, Проспект – германизмы; Ривьера, Соната – итальянизмы; Социум, Аврора – латинизмы; МЕГАПОЛИС – грецизм; ОФУРО (экзотизм) – японизм и др.

Якутскоязычным является 21 эргоним: Аартык – ‘горный перевал, дорога в гору’, Айан – ‘дальний путь’, АЛААС – ‘ложбина с озером’, Аламай – поэтич. ‘ясный, сияющий’, Алгыс – ‘благословение’, Сайдам – ‘процветание’, Сардана – женское имя, Сэргэлээх – ‘местность с коновязным столбом’, САЙСАРЫ, Туймаада, Уокуйэ – аборигенные имена с затемненным значением, Орто Дойду – мифологич. ‘срединный/средний мир’, Хотугу Сулус – ‘полярная звезда’, Холбос – ‘присоединяйся’, Хонук – ‘ночлег’, ТУС ХОТУ – ‘северное направление’, Хоту Дьиз – ‘северный дом’, Саха Ылаа – ‘якутская семья’, Сулус – ‘звезда’ и переданные латиницей SULUS – ‘звезда’, TYGYN DARKHAN – имя исторической личности Тыгына Дархана, дархан – ‘достойный почтения’. Якутскоязычные эргонимы отражают национально-региональную идентичность, многие из них, являясь прецедентными именами, символами якутской лингвокультуры, порождают определенные культурные ассоциации и, таким образом, предполагают соответствующую лингвокультурологическую компетенцию личности.

Иноязычных эргонимов – 20, среди которых французское *Le Grand* – ‘великий’, немецкое *NORDEN HOTEL* – ‘северный отель’ и больше всего английских: *ASTOR* – фамилия крупнейших представителей американской буржуазной аристократии XIX – начала XX века, *Bed & Breakfast BRAVO!* – выражение ‘ночлег и завтрак’, означающее мини-отель, где стоимость завтрака включена в общую стоимость номера, *ELEVEN* – ‘одиннадцать’, *GALAXY* – ‘галактика’, *LONDON, Luxe Rooms* – ‘лучшие/роскошные номера’, *Marrakesh* – название города в Марокко, *Men’s House* – ‘мужской дом’, *Montana* – название американского штата, *Online* – ‘интерактивный’, *Penthouse* – ‘особняк, фешенебельная квартира в надстройке на крыше небоскреба’, *Royal Hotel* – ‘королевский отель’, *OUR HOME* – ‘наш/свой дом’, *Welcome* – ‘добро пожаловать’, *Green house* – ‘оранжерея’, а также переданные кириллицей *ИнТайм* (in time) – ‘вовремя, в подходящий момент’, *ЭНЖОЙ* (enjoy) – ‘наслаждайся’, *ЛАЙК* (like) – ‘нравится’. Иноязычные эргонимы, как отмечают исследователи, – тенденция, характерная для эргонимикона современных российских городов, поскольку такие они способны создать впечатление нахождения за границей и тем самым привлекают внимание клиентов [14].

Группа двуязычных (гибридных) эргонимов незначительна по количеству – всего 3: *Надежда-Чолбон* (русское слово + якутское ‘Венера’), *Саха-Люкс* (якутское самоназвание этноса + заимствованное русским языком), *DOMMIX* (переданное латиницей русское слово *дом* + английское).

По структуре анализируемые эргонимы подразделяются на однословные названия, названия – сочетания слов и названия-предложения. Отметим, что такое деление несколько условно, так как соотносительность эргонима с тем или иным типом не всегда определяется однозначно. Также необходимо указать, что эргонимы любой структуры, как известно, подвергаются субстантивации, тем не менее, характеризуя их, по традиции опираемся на частеречную принадлежность лексем, участвующих в номинации.

Среди названий гостиниц города Якутска самыми распространенными являются однословные – 91, при этом в большинстве случаев в номинации участвуют имена существительные (нарицательные и собственные) – 84, редко прилагательные – всего 6: *Славянская, Покровский, Царская, KUTUZOVSKY, Аламай* (‘ясный, сияющий’), *Online* (‘интерактивный’); одно имя числительное: *ELEVEN* (‘одиннадцать’). К однословным названиям можно формально отнести 4 случая, когда в номинации используются глаголы *ЛАЙК* (‘нравится’), *ЭНЖОЙ* (‘наслаждайся’), *Холбос* (‘присоединяйся’) и междометие *Welcome* (‘добро пожаловать’), однако, учитывая их явную предикативность, целесообразно определить эти эргонимы в группу названий-предложений.

Второй тип представлен 36 названиями – сочетаниями слов, среди которых больше всего сочетаний слов на основе подчинительной связи – 23: *Золотые ворота, Уют от Елены, Домик для компании, Орто Дойду* (‘срединный/средний мир’), *ТУС ХОТУ* (‘северное направление’), *Royal Hotel* (‘королевский отель’), *OUR HOME* (‘свой/наш дом’) и др. Другие виды данной группы образуют 6 сочетаний слов на основе сочинительной связи: *Норд-Отель, Центр-Импульс, Надежда-Чолбон, Аврора-Люкс, Саха-Люкс, Ночлег Плюс*; 6 названий в предложно-падежной форме слова: *Как дома, На Ильменской, На Ломоносова, На Оржанке, На Пекарского, На переправе*; и одно название в форме слова с артиклем: *Le Grand*. Как показывают наблюдения, для номинаторов предпочтительной предложно-падежной моделью является следующая: *на + предложный падеж*.

К третьему типу, названиям-предложениям, можно отнести эргоним *Bed & Breakfast BRAVO!*, обладающий экспрессией благодаря междометию с восклицательным знаком, что позволяет рассматривать данный оним как восклицательное предложение. Также в качестве названий-предложений могут быть приняты прокомментированные выше *Welcome* (коммуникема), *ЛАЙК, Холбос и ЭНЖОЙ* (односоставные нераспространенные предложения).

По способу образования выделяются эргонимы, являющиеся результатом онимизации (переход апеллиатива в оним), трансонимизации (переход онима одного разряда в другой) и деривации (лексическая и синтаксическая). При этом каждый из способов может осложняться разными приемами: капитализацией (письмо прописными буквами целого слова или его части), латинизацией (использование графем алфавитов, основанных на латинице), кириллизацией (использование графем алфавитов, основанных на кириллице), плюрализацией (представление онима в форме множественного числа), сегментацией (выделение значимых элементов онима дефисацией, прописными буквами и другими средствами), кодографиксацией (использование параграфемных знаков).

Самыми распространенными являются эргонимы, образованные способом онимизации. Выявлено 62 аппеллятивных эргонима, из которых 45 – русскоязычные, 10 – якутскоязычные, 7 – иноязычные: *Авангард, Вояж, Ландыш, Маяк, Гостиница, Проспект, Радуга, Рандеву, Рубин, Северяночка, Славянская, Уют, Хуторок, Царская, Якутяночка, Алгыс, Сулус, Холбос, Хонук, Online, Penthouse, Welcome* и др. Во многих случаях онимизация осложняется капитализацией: *АНГЕЛ, ВОСХОД, ЛИДЕР, МЕГАПОЛИС, НОЧЬ, ОФУРО, ПАРУС, СОЗВЕЗДИЕ, СТЕРХ, ФЛИГЕЛЬ, АЛААС, ELEVEN, GALAXY*. Реже привлекается латинизация: *Viola, Centr*; сегментация: *До-До*. В некоторых случаях онимизацию сопровождают одновременно разные приемы: *ЭНЖОЙ, ЛАЙК* – капитализация с кириллизацией; *СЕВЕРЯНЕ* – капитализация с плюрализацией; *SULUS* – капитализация с латинизацией. В последнем случае использованные приемы позволяют преодолеть одноименность и реализовать охранную функцию: ср. *SULUS* – Сулус.

Способом трансонимизации образованы 33 эргонима, представленных следующими типами:

- 1) оттопонимные, в том числе образованные от:
 - астионимов: *Якутск, LONDON, Marrakesh*;
 - гидронимов: *Лена, Вилюй* (потамоним); *САЙСАРЫ* (лимноним);
 - хоронимов: *СИБИРЬ, Туймаада, Уокуйэ, Ривьера* (природные хоронимы), *АРАПАТ* (ороним), *Montana, Олетта* (административные хоронимы), *ГИМЕИН* (городской хороним, район назван аббревиурованным именем Гидрометеорологического института), *Старый город, Сэргэлээх* (городские хоронимы, районы Якутска);
 - годонимов: *Покровский* (хостел на Покровском тракте, 7 км), *KUTUZOVSKY* (хостел на ул. Кутузова, 13), *Кирова* (мини-гостиница на ул. Кирова, 31/1);
- 2) образованные от эргонимов другого вида: *ВШИМ* – аббревиурованное имя Высшей школы инновационного менеджмента, которой принадлежит гостиница;
- 3) отантропонимные: *Алина, Анна, Анюта, Галина, Сардана, TYGYN DARKHAN, ASTOR*;
- 4) образованные от мифонимов: *АНФЕЯ* – прозвище древнегреческих богинь Геры, Афродиты и других, *АФИНА* – древнегреческая богиня мудрости, ремесел, справедливой войны, *ВИКТОРИЯ* – древнеримская богиня победы, *VESTA* – древнеримская богиня домашнего очага и огня (теонимы), *Орто Дойду* – в якутской мифологии Земля, место обитания людей, животных, духов (мифотопоним);
- 5) образованные от астронимов: *ПОЛЯРНАЯ ЗВЕЗДА, Хотугу Сулус*.

Анализ показывает, что во многих случаях трансонимизация осложняется капитализацией: *СИБИРЬ, АФИНА* и др.; латинизация же привлекается только одновременно с капитализацией: *KUTUZOVSKY, TYGYN DARKHAN*.

Результатом лексической деривации являются 9 эргонимов. Лексическая деривация представлена тремя типами, каждый из которых также сопровождается теми или иными осложняющими приемами: 1) сложение слов: *ПаркОтель* – сегментация; *Центр-Импульс, Аврора-Люкс, Надежда-Чолбон, Норд-Отель, Саха-Люкс* – капитализация; *DOMMIX* – капитализация с латинизацией части названия (DOM – дом); 2) слияние усеченной основы слова с полной основой другого слова: *ЭтноХостел* – сегментация; 3) слияние предлога и слова: *ИнТайм* (in time) – кириллизация с сегментацией.

Способом синтаксической деривации образованы 27 неоднословных эргонимов, среди которых 16 – русскоязычных, 3 – якутскоязычных, 8 – иноязычных. Большинство из них включает только аппеллятивы: *Гостевой дом, Домашний очаг, Домик для компании, Казачий двор, Как дома, На переправе, Северный транзит, Саха Ылала, Green house, Luxe Rooms, Le Grand* и др. В составе 5 названий гостиниц онимы разных рядов: *Уют от Елены* (антропоним), *На Оржанке* (агороним, бытовой вариант официального названия площади имени Орджоникидзе), *На Ильменской, На Ломоносова, На Пекарского* (годонимы). При образовании эргонимов этим способом привлекается в основном, как и при других способах, капитализация: *Золотой Ковш, Ночлег Плюс, ТУС ХОТУ, Le Grand, Men's House, NORDEN HOTEL* и др. В одном случае имеет место капитализация с пунктуализацией (восклицательный знак) и кодографиксацией (символ & – амперсанд, заменяющий в английском языке слово *and*): *Bed & Breakfast BRAVO!*

В целом с точки зрения использования графических средств преобладают эргонимы, переданные кириллицей, – 101, латиницей представлено 22, комбинациями графических средств с параграфемными (дефис, апостроф, восклицательный знак, точка, амперсанд) – 8. При этом дефис используется только со знаками кириллицы, а другие параграфические средства – только со знаками латиницы. Все осложняющие приемы, участвующие в номинации, способствуют реализации рекламной функции.

По семантике анализируемые эргонимы образуют девять тематических групп, но в отдельных случаях границы между ними подвижны, и один и тот же эргоним может быть отнесен к двум группам.

Первая группа – названия гостиничной тематики – является самой многочисленной, таких эргонимов – 40. В эту группу входят, прежде всего, эргонимы с компонентами *отель, дом* и их вариантами: *NORDEN HOTEL, Royal Hotel, Норд-Отель, ПаркОтель, Гостиница, Гостевой дом, ЭтноХостел, DOMMIX, Домик для компании, Men's House, Green house, Как дома, Домашний очаг, OUR HOME, Хоту Дьиэ* ('северный дом'), *Penthouse* ('особняк, фешенебельная квартира в надстройке на крыше небоскрёба'), *ФЛИГЕЛЬ, Luxe Rooms* ('лучшие/роскошные номера'), *Bed & Breakfast BRAVO!* ('номер и завтрак'). Сюда можно включить эргонимы, которые ассоциируются с домашним уютом, комфортом: *Ажур, АНГЕЛ, Казачий двор, Хуторок, Саха Ылала* ('якутская семья'), *Комфорт, Аврора-Люкс, Саха-Люкс, Ночлег Плюс, Хонук* ('ночлег'), *ОФУРО, Рандеву, Соната, Социум, Уют, Уют от Елены. ИнТайм* (in time – 'вовремя, в подходящий момент'). К данной

группе можно отнести и названия, заявляющие о гостеприимстве: *Welcome* ('добро пожаловать'), *Алгыс* ('благословение'), *Холбос* ('присоединяйся'), *ЭНЖОЙ* ('наслаждайся'). Многие эргонимы этой группы выполняют, наряду с основными функциями, информативную, сообщая о статусе заведения, соответствующем уровне комфортности, целевой аудитории, владельце, об особенностях обслуживания, расположения, стилистики дизайна интерьера и пр. Например, *ОФУРО* – название мини-гостиницы, оформленной в японском стиле, предоставляющей услуги японской семейной бани офуро; или *Уют от Елены, Саха Блала* ('якутская семья') информируют о владельцах заведений.

Вторая группа названий связана с тематикой лидерства, представлена 19 эргонимами: *ЛИДЕР, Авангард, МЕГАПОЛИС, Centr, Центр-Импульс, Квант, Вариант, Восторг, Надежда, Надежда-Чолбон, Золотой Ковш, Золотые ворота, Царица, Царская, Аламай* ('ясный, сияющий'), *Сайдам* ('процветание'), *Le Grand* ('великий'), *Online* ('интерактивный'), *ЛАЙК*. Семантика эргонимов позволяет им эффективно выполнять рекламную функцию, хотя в случае с якутскоязычными и, возможно, иноязычными онимами, значение которых понятно только тем, кто знаком с якутским языком или иностранным, данная функция может быть реализована за счет звучности названий.

Третья группа – названия, объединенные тематикой путешествий, таких эргонимов 10: *Вояж, Айан* ('дальний путь'), *Аартык* ('горный перевал, дорога в гору'), *Северный транзит, ТУС ХОТУ* ('северное направление'), *Маяк, ПАРУС, На переправе* (мини-отель в 150 м от паромной переправы), *Лайнер* (гостиница в непосредственной близости от аэровокзального комплекса), *Проспект* (мини-отель на проспекте имени Ленина, 24). Последние три эргонима указывают на местонахождение заведения и, являясь ориентиром, выполняют дополнительно информативную функцию.

Четвертая группа включает 17 названий «природной» тематики: *SULUS* ('звезда'), *Сулус* ('звезда'), *СОЗВЕЗДИЕ, GALAXY, До-До* (додо – маврикийский дронг), *СТЕРХ, Рыжий кот, Viola, Клевер, Ландыш, Радуга, ВОСХОД, НОЧЬ, АЛААС* ('ложбина с озером'), *Алмаз, Аметист, Рубин*. «Природные» эргонимы ассоциируются с приятными образами, оригинальные и отчасти шуточные названия *До-До, Рыжий кот* вызывают позитивные эмоции, «звездные» эргонимы и последние три способны создать впечатление о соответствующем статусе заведения, что позволяет реализовать рекламную функцию.

В пятой группе 15 названий с этнической составляющей. Сюда относятся *Славянская, Восток, Якутчаночка* и, конечно же, эргонимы с компонентами *саха* (самоназвание якутов), *север* и его вариантами: *Саха-Люкс, Саха Блала, СЕВЕРЯНЕ, Северянка, Северяночка* и указанные в первой группе *Северный транзит, NORDEN HOTEL* ('северный отель'), *Норд-Отель, Хоту Дьэ* ('северный дом'), *ТУС ХОТУ* ('северное направление'). Этнического характера также эргонимы *Казачий двор, Хуторок, ЭтноХостел*, входящие еще и в первую группу и несущие дополнительно информативную функцию.

Шестая группа – 25 названий, связанных с собственными именами природно-географических и административных объектов. В данной группе эргонимы, восходящие к собственным именам городов *Якутск, LONDON, Marrakesh* (астонимы); водных объектов *Лена, Вилюй* (потамонимы), *САЙСАРЫ* (лимноним; гостиница расположена рядом с озером); природных территорий *СИБИРЬ, Туймаада, Уокуйэ, Ривьера* (природные хоронимы), *АРАПАТ* (ороним); административных территорий *Montana, Олетта* (административные хоронимы); районов города Якутска *ГИМЕИН, Сэргэлээх, Старый город* (городские хоронимы; гостиницы расположены в этих районах); улиц и площади города Якутска *Покровский, KUTUZOVSKY, Кирова, На Ильменской, На Ломоносова, На Пекарского* (годонимы), *На Оржанке* (бытовой вариант агоронима); учреждения *ВШИМ* (аббревирированное имя Высшей школы инновационного менеджмента, которой принадлежит гостиница). Эти эргонимы отсылают к реалиям той или иной культуры и выполняют дополнительно культурологическую функцию. Кроме того, многие из них указывают на местонахождение гостиницы и несут информативную функцию.

В седьмой группе – 2 названия, восходящие к собственному имени небесного тела: *ПОЛЯРНАЯ ЗВЕЗДА* и якутскоязычное *Хотузу Сулус* (астронимы). Оба эргонима имеют одно значение, но представлены на разных языках с привлечением дополнительных графических приемов, что позволяет избежать повтора имени и в полной мере реализовать охранную функцию.

Восьмая группа включает 5 названий, восходящих к мифологическим именам: *АНФЕЯ, АФИНА, ВИКТОРИЯ, VESTA* (теонимы), отсылающим к древнегреческой и древнеримской мифологии, и *Орто Дойду* (мифотопоним), обозначающему в якутской мифологии место обитания людей, животных, духов. В этих эргонимах в действии рекламная и культурологическая функции.

Девятую группу образуют 7 эргонимов, связанных с именами людей (антропонимы): *Алина, Анна, Анюта, Галина, Сардана, TYGYN DARKHAN* – историческая личность, предводитель большинства якутских родов в конце XVI – первой четверти XVII в., *ASTOR* – крупнейшие представители американской буржуазной аристократии XIX – начала XX в. К этой же группе можно отнести упомянутый выше эргоним *Уют от Елены*. Использование имен исторических лиц выполняет мемориальную и культурологическую функции, служит рекламным целям.

В анализируемом секторе эргонимикона города Якутска особняком стоит *ELEVEN* ('одиннадцать'). Это единственный эргоним, связанный с нумерацией, что выделяет его среди остальных названий гостиниц. Он легко запоминается и реализует информативную функцию, сообщая о номере здания гостиничного комплекса (ул. Шоссе Отдыха, 11).

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать **выводы** о своеобразии названий гостиниц города Якутска, структурно-семантических особенностях и функциях этих эргонимов.

Своеобразие названий гостиниц города Якутска выражается в функционировании русскоязычных, якутскоязычных, иноязычных и двуязычных (гибридных) эргонимов. Якутскоязычные эргонимы отражают национально-региональную идентичность, многие из них, восходя к прецедентным именам якутской лингвокультуры, выполняют культурологическую функцию. Использование иноязычных эргонимов обусловлено, прежде всего, рекламными целями.

Продуктивным способом образования названий гостиниц города Якутска является онимизация. Среди образованных в результате трансонимизации преобладают оттопонимные эргонимы. Деантропонимизации подвергаются в основном женские имена, а единичные случаи использования фамилии и мужского имени связаны с прецедентными именами. Также продуктивным способом образования названий гостиниц города Якутска можно считать синтаксическую деривацию, порождающую разные по языковой соотнесенности эргонимы, в отличие от лексической деривации, которая характерна для русскоязычных и двуязычных (гибридных) эргонимов. Все способы образования названий гостиниц Якутска сопровождаются различными осложняющими приемами, чаще капитализацией, в некоторых случаях графические средства комбинируются с параграфемными, что служит рекламным целям.

По семантическому признаку преобладают названия гостиничной тематики, идентифицирующие объект с гостиничной сферой и во многих случаях несущие ту или иную информацию о заведении. Распространенными являются и названия гостиниц, связанные с собственными именами природно-географических и административных объектов, среди таких эргонимов информативную функцию выполняют восходящие к городским хоронимам и годонимам. Популярными можно считать эргонимы с этнической составляющей, тематикой лидерства, путешествий, «природной» тематикой, несущие рекламную функцию благодаря позитивному ассоциативному потенциалу.

Исследование данного сектора эргонимикона города Якутска имеет большие *перспективы*, поскольку изучение онимического материала возможно с позиции разных научных подходов.

Список источников

1. **Винокурова В. Е.** Лингвокультурные особенности эмпоронимов города Якутска (на материале названий ювелирных магазинов) // Прикладная лингвистика: материалы 58-й Международной научной студенческой конференции. Новосибирск: ИПЦ НГУ, 2020. С. 5-6.
2. **Захарова Д. Д.** Лексико-семантические особенности названий дошкольных образовательных учреждений Якутска [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42695217> (дата обращения: 07.08.2020).
3. **Кадоло Т. А.** Культурные смыслы в наименованиях торговых объектов города Абакана: способы трансляции и разновидности // Язык и культура. 2013. № 3 (23). С. 46-55.
4. **Мальцева В. М.** Региональная специфика современного ономастикона города Абакана // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. 2019. № 3 (29). С. 74-80.
5. **Никанорова Т. И.** Анализ структуры заимствованных эргонимов (на материале названий предприятий общественного питания города Якутска) // Наука XXI века: проблемы, поиски, решения: материалы Научно-практической конференции с международным участием. Курган: Курганский гос. ун-т, 2020. С. 286-292.
6. **Овчинникова Г. В., Овчинникова А. С.** Особенности названий гостиниц во французском, английском, испанском и итальянском языках // Индустрия перевода: материалы X Международной научной конференции. Пермь: ПНИПУ, 2018. С. 125-130.
7. **Осина А. В.** Структурные и морфологические особенности эргонимов-якутизмов города Якутска // Наука, образование, общество: проблемы и перспективы развития: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. Тамбов: Консалтинговая компания «Юком», 2015. С. 103-105.
8. **Петрова М. А.** Эргонимы в сфере туристического бизнеса Республики Саха (Якутия) // Язык и социальная динамика. 2011. № 11. Ч. 2. С. 96-100.
9. **Подольская Н. В.** Проблемы ономастического словообразования (к постановке вопроса) // Вопросы языкознания. 1990. № 3. С. 40-53.
10. **Подольская Н. В.** Словарь русской ономастической терминологии / отв. ред. А. В. Суперанская; АН СССР, Ин-т языкознания. Изд-е 2-е, перераб. и доп. М.: Наука, 1988. 189 с.
11. **Русанова И. Ю.** Проблемы выявления и описания национально-культурного компонента в структуре значения эргонима // Ономастика Поволжья: материалы XVII Международной научной конференции. Великий Новгород: Печатный двор, 2019. С. 95-99.
12. **Рыбальченко О. В., Федотова Т. В.** Урбанонимы Краснодара с позиции лингвоаксиологического анализа (на материале названий гостиниц Краснодара) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 4 (58). Ч. 2. С. 152-155.
13. **Сагилова Э. К., Попова Т. В.** Способы создания графикатов-эргонимов торговых центров Екатеринбурга // Актуальные вопросы филологической науки XXI века: сборник статей VI Международной научной конференции. Екатеринбург: УМЦ УПИ, 2017. С. 207-211.
14. **Соловьев А. Н.** Названия отелей Смоленской и Витебской областей // Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования: сборник научных статей. Витебск: Витебский гос. ун-т им. П. М. Машерова, 2018. С. 319-322.
15. **Суперанская А. В.** Общая теория имени собственного. М.: ЛИБРОКОМ, 2009. 368 с.
16. **Фасмер М.** Этимологический словарь русского языка: в 4-х т. / пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева. Изд-е 4-е, стер. М.: Астрель; АСТ, 2009. Т. 1. А – Д. 592 с.; Т. 2. Е – М. 672 с.; Т. 3. М – С. 832 с.; Т. 4. Т – Я. 864 с.
17. **Федотова Т. В.** Репрезентация региональной идентичности в эргонимическом поле Кубани // Политическая лингвистика. 2016. № 6 (60). С. 85-90.
18. **Хоанг Тхи Хонг Чанг.** Ресторанный нейминг: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: дисс. ... к. филол. н. Томск, 2018. 199 с.
19. **Шанский Н. М.** Лексикология современного русского языка. Изд-е 3-е, перераб. М.: ЛКИ, 2007. 300 с.
20. **Шанский Н. М., Боброва Т. А.** Этимологический словарь русского языка. М.: Прозерпина; Школа, 1994. 398 с.

Specificity of the Yakut Hotel Names

Olesova Antonina Petrovna, PhD

Zakharova Diana Dmitrievna

M.K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk
olesovaantonina@mail.ru; denhhhhh14@gmail.com

The paper aims to reveal specificity of the Yakut hotel names taking into account their structural, semantic and functional features. The article describes means of ergonyms formation, identifies their structural types, considers composite nomination models and provides a functional-thematic classification of ergonyms. Scientific originality of the study lies in the fact that the Yakut hotel names are for the first time analysed in the structural-semantic and functional aspects. The research findings are as follows: the authors identify the most productive means of the Yakut hotel names formation, reveal the most frequent means of composite nomination, consider semantic features on which nomination is based, as well as functions typical of ergonyms of a certain semantic group.

Key words and phrases: onomastics; ergonyms; hotel names; structural-semantic features.

<https://doi.org/10.30853/filmnauki.2020.10.50>

Дата поступления рукописи: 22.07.2020

Статья посвящена исследованию единичных ситуативных реплик (ЕСР) в художественном тексте. Рассматривается спектр влияний прагматических и синтаксических характеристик ЕСР женских персонажей, а также влияние коммуникативной ситуации на ЕСР. Цель работы состоит в выявлении основных синтаксических особенностей и прагматических функций ЕСР. В исследовании дается рабочее определение ЕСР, а также определяется функция ЕСР как репрезентанта диалога, что вносит в работу научную новизну. В результате исследования были установлены общие тенденции художественного использования ЕСР в женской речи, а также наиболее частотные речевые акты и синтаксические структуры с точки зрения прагматического и синтаксического анализа.

Ключевые слова и фразы: единичная ситуативная реплика; теория речевых актов; коммуникативная ситуация; прагматика.

Чадова Елизавета Владимировна

Санкт-Петербургский государственный университет
elizavetachadova19@gmail.com

Синтаксические и прагматические характеристики единичных ситуативных реплик в художественном тексте (на материале произведений авторов-женщин)

Гендерная лингвистика является объектом активного изучения последних лет во многих странах. Если ранее языковая система представлялась одинаковой для всех, со временем стало совершенно очевидно, что гендерный стереотип напрямую влияет на речевое взаимодействие. Настоящее исследование является **актуальным** и представляет научный интерес, так как напрямую затрагивает вопросы прагматики и гендерной лингвистики. На материале художественных произведений становится возможным наглядно проследить специфику феномена единичной ситуативной реплики (далее – ЕСР) в языке художественной прозы и сделать вывод о функциональном значении такого рода высказываний в тексте. Для осуществления цели нашего исследования предусматривается решение следующих **задач**: 1) рассмотреть реализацию прагматического плана ЕСР: установить речевую природу ЕСР женских персонажей, установить наиболее частотные типы речевых актов (далее – РА), взаимосвязь между ЕСР и ближайшим контекстом; 2) рассмотреть реализацию ЕСР в художественном тексте с точки зрения синтаксиса и провести структурный грамматический анализ. Основными **методами исследования** выбраны метод структурного анализа, сравнительно-сопоставительный метод.

Исследование опирается на работы по прагматике, гендерной лингвистике и семантике Л. П. Чахоян [10], А. Г. Поспеловой [8], Н. А. Баляковой [2], А. В. Кирилиной [5], Е. В. Падучевой [7], Н. И. Формановской [9], что составляет **теоретическую базу** статьи.

Практическая значимость работы состоит в том, что в дальнейшем, с опорой на данное исследование, возможны разработки на материале живой речи, а также возможно применить полученные результаты в курсе лекций по теоретической грамматике английского языка и прагмалингвистике.

Материалом исследования стал корпус примеров, состоящий из 50 ЕСР женских персонажей. Для достижения целей исследования были произведены выборка реплик и установление их частотности в тексте, а также произведен структурный анализ синтаксиса ЕСР. Материалом исследования стали ЕСР из произведений американской и английской литературы, произнесенные героинями-женщинами, а именно произведения «На маяк», «Миссис Дэллоуэй» В. Вулф (To the Lighthouse, Mrs. Dalloway by V. Woolf), «Тайная история», «Щегол» Д. Тартт (The Secret History, The Goldfinch by D. Tartt), «Источник» А. Рэнд (The Fountainhead by A. Rand), «Под стеклянным колпаком» С. Плат (The Bell Jar by S. Plath).