

Т. В. Федотова
Краснодар, Россия

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ЭРГОНИМИЧЕСКОМ ПОЛЕ КУБАНИ

АННОТАЦИЯ. В статье анализируется группа эргонимов Краснодара и Краснодарского края с позиции выявления признаков региональной идентичности и осмысления собранного материала в свете аксиологического подхода. Анализ онимов основывается на рассмотрении понятия «идентичность», а именно на взаимосвязи категорий «специфика» и «самосознание» в региональном аспекте. Актуальность исследования обусловлена намерением более тщательного погружения в особенности и специфику культурного фона носителей языка с целью анализа признаков региональной идентификации, входящих в состав эргонимов города Краснодара и Краснодарского края, и осмысления собранного материала в свете аксиологического (ценностного) подхода.

Анализ материала на основе функциональных и коннотативных признаков позволяет классифицировать данные онимы с позиции признака ревитализации традиционных ценностей региона в целом, разделив на пространственные, историко-культурные и символические.

В результате анализа в качестве основных мотивировочных признаков, «работающих» на региональную идентичность, выявлены такие, как расположение объекта в качестве пространственной идентичности; символы историко-культурного наследия в качестве признака ревитализации традиционных ценностей народа.

Изучение региональных эргонимов позволяет сделать вывод, что коммуникативная эффективность как необходимый признак любого онима среди «региональных» урбанонимов в полной мере способствует развитию языковой политики в плане сохранения культурно-исторических символов, престижа своего города, региона среди носителей языка и общества в целом.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: региональная идентичность; эргонимы; культурная коннотация; трансономизация; ономастика; онимы; аксиологический подход; лингвоэкология.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Федотова Татьяна Васильевна, доктор филологических наук, Кубанский государственный аграрный университет; 350044, Россия, г. Краснодар, ул. Калинина, 13; e-mail: Fedotova66@mail.ru.

Ономастическое пространство меняется из года в год, от этноса к этносу за счет появления в нем различных имен для обозначения объектов разных сфер деятельности человека. Проблема языкового выражения национальной и региональной идентичности явилась следствием того, что советский период в истории нашей страны практически полностью нивелировал национальные особенности жителей полинациональной страны во всех сферах жизни и деятельности людей. Сегодня, как бы наверстывая упущенное, проблема национальной идентичности проявляет себя на всех уровнях жизни: в организации быта, истории и языке народа.

Понятие «идентичность» имеет несколько значений, важнейшие из которых — взаимосвязанные категории «специфика» и «самосознание». Соответственно, региональная идентичность — это местные специфика и самосознание. В основе региональной идентификации жителей лежит естественная потребность отдельного человека иметь свое пространство, определенный географический участок. «Ономастический хаос» современного города, приведший к однообразию номинативных процессов, обусловил нивелирование региональных признаков ономастического пространства российских городов. Появление в современном ономастике урбанонимов, а точнее эргонимов, отражающих признак региональной идентичности, говорит о желании жителей чувствовать свое пространство, принадлежность данному пространству.

Региональная идентификация происходит через культурный ландшафт, что влечет

за собой трансформацию различных сторон культурного пространства. Это прежде всего отражается в символике города, в которую можно смело включить онимы с региональной семантикой. На наш взгляд, ономастическая лексика способна воздействовать на осознание носителями языка определенной формы идентичности. Процесс отражения региональной символики находится в фокусе внимания нашей работы. Этим же определяется и актуальность исследования: необходимость в выявлении через анализ эргонимов Краснодара и Краснодарского края, прагматически ориентированных номинативных актов, выражающих региональную идентичность и эстетические представления номинаторов. Это закономерно, так как любая речевая деятельность представляет собой проявление индивидуального опыта и знаний отдельного человека, а не только презентация системы языка [Кубрякова 2008].

Как известно, пространственная идентичность реализуется через географические названия (топонимы), содержащие наиболее ценную и богатую этнолингвистическую и историческую информацию. Исходя из того, что в центре нашего исследования отдельный город и регион, соответственно, в качестве символов региональной идентичности мы посчитали целесообразным использовать эргонимы Краснодара и Краснодарского края.

В настоящее время интерес лингвистов к состоянию и функционированию языка, отражающего социально-экономические, культурные преобразования общества, значительно вырос. Наиболее заметен этот интерес в отношении такого явления в языке, как язык го-

рода. Данное понятие относительно новое для современного языкознания, но тем не менее в социолингвистике сложилась определенная традиция изучения данного феномена.

В исследованиях по ономастике при рассмотрении проблемы «языка города» достаточно детально проанализированы и описаны лингвистические и экстралингвистические факторы его развития. В качестве лингвистического фактора выступает актуализация антропоцентрических исследований в конце XX — начале XXI вв., которая стала причиной фундаментального подхода к изучению языка города. Реализацией данного подхода занимаются целые лингвистические школы: в Москве — Е. А. Земская, М. В. Китайгородская, П. Н. Розанова, Е. Н. Ширяев, В. Игнаткина, В. В. Колесов, Е. В. Купчик, Н. Ф. Литвачук и др.; в Екатеринбурге — И. Т. Вепрева, Н. А. Купина; в Омске — Н. А. Гайдамак, Е. Н. Гуц и др.

В последних исследованиях данной области языка выделены следующие доминирующие аспекты в изучении языка города: во-первых, внимание лингвистов привлекает устная городская речь с точки зрения ее взаимодействия с литературным языком; во-вторых, исследуется специфика речи горожан, формируется специфический письменный код города, анализируется структурно-смысловая составляющая разговорного дискурса; в-третьих, исследуются названия городского пространства (имена улиц, площадей, переулков, проспектов, бульваров, проездов, фирм, магазинов и т. п.). Урбанонимы анализируются в работах М. В. Горбаневского, Е. М. Поспелова, А. М. Мезенко, Э. М. Мурзаева, В. П. Нерознака, В. А. Никонова, Н. В. Подольской, Т. В. Шмелевой, Т. А. Новожиловой, В. В. Стародубцевой, Б. Я. Шарифуллина и др.

Ономастическое пространство любого региона многослойно не только с позиции отражения культурных концептов, но также и с позиции воплощения региональной идентичности. Любые имена собственные (в данном случае — эргонимы) обладают диахронной многослойностью, основанной на смене культурных представлений, на способности оставлять след ушедшего лингвовосприятия и по-новому отражаться в концептосфере современника [Вепрева 2005].

Актуальность исследования обусловлена намерением более тщательного погружения в особенности и специфику культурного фона носителей языка с целью анализа признаков региональной идентификации, входящих в состав эргонимов города Краснодара и Краснодарского края, и осмысления собранного материала в свете аксиологического (ценностного) подхода.

Конкретный характер исследования, а именно выявление идентификационных признаков онимов, определяет свой круг методов, которые позволят рассмотреть эргонимикон города с заданной целью: противопоставление и сопоставление семасиологии и ономастиологии. Автором статьи было осуществлено системно-структурное описание эргонимического поля Краснодара в аспекте выявления признаков региональной идентификации.

Как показывают результаты исследований такого лингвосоциального феномена, как язык городской среды, эргонимикон представляет собой закрытую лексическую систему, состоящую из взаимосвязанных полусистем [Федотова 2015].

Однако сам термин «эргоним» в исследованиях лингвистов трактуется по-разному. «Словарь русской ономастической терминологии» Н. В. Подольской определяет данный вид онима следующим образом: «Эргоним — разряд онима. Собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [Подольская 1988: 166]. Как видим из определения, эргоним — достаточно обобщенное понятие, так как каждый из объектов (научных, учебных, производственных учреждений, коммерческих предприятий, объектов культуры, спортивных заведений, медицинских учреждений, заведений общепита и т. п.) выполняет свои функции и, соответственно, номинация любого из названных объектов должна быть мотивирована в зависимости от цели функционирования конкретного объекта.

На сегодняшний день в лингвистической литературе упоминаются такие виды онимов, как ойкодомонимы — наименования определенных зданий; эргокомонимы — названия сельских коммерческих предприятий; эмпоронимы — названия торговых предприятий; НКП (название коммерческих предприятий) — предприятия с негосударственной формой собственности; эргоурбонимы — названия городских коммерческих предприятий; рекламный урбаноним — собственное имя рекламного характера, принадлежащее внутригородским объектам, которые объединены функцией реализации товаров и услуг; эрготемонимы — официальные наименования, под которыми предприятие осуществляет свою коммерческую деятельность, совершает кредитно-финансовые операции, осуществляет права и обязанности, выступает в суде; бизнесонимы; АКЭ — эргонимы, находящиеся под социальным (административно органи-

зованным) контролем, государственные промышленные предприятия, учреждения образования и здравоохранения; НКЭ — неконтролируемые эргонимы, которые вышли из-под контроля государства (магазины, кафе, парикмахерские, сервисные службы и др.); торгонимы — названия торгового объекта; фирмонимы — названия фирм; отелонимы — наименования гостиниц и т. д.

Эргонимы — наиболее «открытый» с точки зрения мотивировки класс, что делает его уникальным в отражении лингвокультурологической информации. В отличие от других разновидностей топонимов, эргонимы характеризуются более частой сменяемостью, их система подвижна и относительно быстро реагирует на политические, социальные изменения, отражая тенденции исторического развития [Давлеткулова 2013]. Следовательно, попытка выявления региональной идентификации через анализ эргонимов представляется целесообразной и полностью мотивированной.

Анализ эргонимов впервые был описан А. В. Суперанской в книге «Общая теория имени собственного», где автором представлены две разновидности онимов: реальный, отражающий местоположение компании и характер ее деятельности (Мытищинский машиностроительный завод), и символический, «дающий лишь некоторый намек на характер деятельности» (кинотеатр «Родина») [Суперанская 2007: 197].

Позже эргонимы анализировались с позиций выбора ведущих функций имени, на основании наличия или отсутствия прагматической функции, по степени информативности онима, по степени существенности мотивировочных признаков и др. На наш взгляд, связующим (объединяющим) звеном всех существующих классификаций является прагматический аспект функционирования современных эргонимов, который подразумевает выбор наиболее оптимальных из имеющихся в языке средств для наиболее успешного воздействия на адресата.

Если исходить из традиционного мнения о том, что к основным функциям эргонимов относят номинативную, информативную и рекламную, то следует заметить, что большинство исследователей чаще обращают внимание на степень мотивированности онима, его информативность, семантическую наполненность.

Ключевым понятием в процессе использования прагматических компонентов для создания онима выступают «ономастические коннотации» [Крюкова 2011].

Коннотация — сопутствующее значение языковой единицы, включающее дополни-

тельные, чаще всего стилистические, элементы, имеющие устойчивую связь с основным значением в сознании носителей языка. Выражая эмоциональные или оценочные оттенки слова или высказывания, коннотации отражают культурные связи общества. Иначе говоря, коннотации — это не название самого предмета, а воплощение определенного отношения к нему носителей языка.

Когда говорят о национальной, региональной идентичности, как правило, употребляют понятия «национально-культурных ассоциаций» или «культурных коннотаций».

Г. И. Берестнев определяет культурные ассоциации как случаи, когда реалья репрезентирует некие дополнительные идеи, связываемые с ними в данной культуре: «Некий образ служит средством репрезентации всего комплекса знаний, которые имеются у человека в связи с ним» [Берестнев 2008: 52].

В свою очередь, Е. Л. Березович говорит о наличии дополнительных смыслов в ментальных образах того или иного объекта действительности, высвечивающих новые детали исходного представления, не вытекающих непосредственно из «физических» свойств объектов, и традиционно называющихся культурной коннотацией [Березович 2007].

Таким образом, культурная коннотация — это дополнительные оттенки значения слова, которые обусловлены национально-культурной спецификой сознания носителей языка.

Кроме того, по мнению А. В. Суперанской, «культурологический аспект ономастических исследований определяется прежде всего тем, что имя — „продукт“ определенной эпохи и определенной культуры» [Суперанская, Сталтмане 2007: 229].

В современной лингвистике принято говорить о двух видах факторов, которые участвуют в формировании языкового знака: лингвистические (внутренние) и экстралингвистические (внешние). В современном языкознании поддерживается идея взаимодействия факторов развития языка. В свою очередь, мы поддерживаем идею преобладающего влияния экстралингвистических факторов на становление регионального онимикона. Соответственно, коннотативные и прагматические признаки имени собственного можно отнести к экстралингвистическим факторам.

Обращаясь к последним исследованиям в области эргонимии, можно отметить, что описываемые коннотации, как правило, формируются на основе социальных и психологических факторов и включают эмотивные, экспрессивные и оценочные компоненты. Культурная коннотация как компонент национально-специфического комплекса ана-

лизируется редко. В свою очередь, культурная коннотация выступает «звеном», связывающим знаки языка со знаками национальной культуры. Эргонимы, отражающие региональную идентичность, можно с полной уверенностью отнести к символам национальной культуры.

Анализ собранного материала позволил выделить следующие онимические единицы с признаками региональной идентичности: *Экотекс-Кубань, Ирлайн-Юг, Арцах, Хоста-Промтовары, Югсталь, Казачка, Кавказ, Мир Сочи, Ейск-Климат, Быт Кубани, Приморский, Южный, Казачий брод, Екатеринодар, Казачье подворье, Екатерина Великая, Южные зори, Южная ночь, Екатерининский Сад, Гурман Юг, Казачий Стан, Крайбыткомплект, Акватория, Приморский, Морской, Потемкин, Абрау-Дюрсо, Благодарный Геленджик, Приморье, Кавказский дворик, Морской Бриз, Сочи Бистро, Казачий Курень, Панорама-Юг, Югалмаз, Югкомплектстрой, Юг-Мебель-Строй, Богемия-Юг, Радиус-Юг, Казачий Дом, Виктел-Юг, Бриз Краснодар, Ваш климат — Краснодар, Дачи-Юг, Престиж-Климат-Юг, Восток сервис — Кубань, Техноавиа-Кубань, Тракт-Кубань, Цветы Юга, Юг-флора, Айбир-Юг, Кубанская нива, Кубанский хлеб, Кубань.*

Выборка онимов с региональным признаком составляет незначительный процент от общего числа эргонимов, причем многие из наименований повторяются в разных районах Краснодарского края. Однако даже эта группа онимов содержит богатый материал в плане региональной идентичности.

Прежде чем анализировать культурные коннотации, обратимся к функциональной стороне данных онимов. В лингвистической литературе традиционно выделяют следующие функции, присущие эргонимам: номинативную (основная функция всех имен собственных), информативную (иначе говоря — мотивированность онима), рекламную (создание позитивных ассоциаций для горожанина) и индивидуализирующую (выделение объекта из ряда аналогичных). К дополнительным функциям относят эстетическую (фоносемантический аспект), мемориальную (номинация объекта в память об известном человеке) и др.

Исходя из мотивационной классификации эргонимов, в онимах региональной направленности наиболее ярко выражена информативная функция, которая зачастую совмещается с мемориальной. Информативность в данном случае основана на указании региона, района, где данный объект располагается, либо идет указание на конкретных исторических личностей, оставивших свой куль-

турный «след» в развитии региона.

Итак, в качестве основных мотивировочных признаков, «работающих» на региональную идентичность, можно выделить следующие:

1. Расположение объекта как пространственная идентичность.

Стоит отметить тот факт, что при анализе указанных онимов на предмет региональной идентификации с точки зрения расположения наблюдается многоуровневый, «матрешечный» принцип: идентификация с макрорегионом (*Кавказ, Кавказский дворик* и другие), с регионом (*Ирлайн-Юг, Югсталь, Южный, Южные зори, Южная ночь* и другие), с краем (*Техноавиа-Кубань, Тракт-Кубань, Кубанская нива, Кубанский хлеб, Кубань* и другие), с краевым центром (*Бриз Краснодар, Ваш климат — Краснодар* и другие), с локальными местами расположения тех или иных объектов (*Мир Сочи, Ейск-Климат, Абрау-Дюрсо, Благодарный Геленджик* и другие). Примечательно, что коннотации, создаваемые «пространственными» онимами, различаются по семантической и ассоциативной наполненности. Так, онимы *Кубанская нива, Кубанский хлеб* вызывают ассоциации с качеством, плодородием. В то же время онимы с компонентом «юг» продуцируют разные смыслы (ассоциации) в зависимости от направленности деятельности объекта: *Югсталь* (конкретная деятельность), *Южная ночь* («ночь» ассоциируется с релаксацией, а «южный» — климатический признак, позитивно влияющий на релаксацию).

2. Символы историко-культурного наследия как признак ревитализации традиционных ценностей народа: патриотизма, веротерпимости, уважительного отношения к своим «корням», к истории региона во взаимосвязи с историей России. Так, онимы *Екатеринодар, Екатерина Великая, Екатерининский Сад*, вне всякого сомнения, легко идентифицируются горожанами с историческими личностями. Эргоним «Потемкин» рассчитан на эрудированного реципиента, а названия типа *Арцах* вообще никак не идентифицируются местным населением, хотя данный оним — конкретный символ исторического наследия региона: историческая область в Закавказье.

Если обратиться к истории, то можно отметить, что казаки Кубани всегда ассоциировались с такими положительными качествами, как благодущие, щедрость, гостеприимство, соблюдение традиций, уважение к женщине. Следовательно, онимизация нарицательного имени «казаки» не случайна. Этот факт лишний раз подчеркивает вклад казачества в развитие русской ментальности, в укрепление социально-

культурных традиций региона. Существующие онимы с элементом «казачи» имеют некоторые ассоциативные оттенки. Так, онимы *Казачка, Казачий Брод, Казачье Подворье, Казачий Стан, Казачий Курень* можно связать с позиции ассоциаций с гостеприимством, историей, языковыми обычаями.

Итак, рассматривая функциональную сторону «региональных» онимов, можно констатировать, что, помимо номинативной функции, информативность исследуемых онимов с региональной идентичностью основывается на идентификации объекта по отношению к пространству, к истории Краснодара и Краснодарского края. Иначе говоря, информативность в соединении с мемориально-географическими признаками — основная прагматическая установка онимов данного региона.

Эргонимы являются продуктами вторичной номинации и могут быть образованы как от апеллятивов, так и от других онимов. Переходя из другого разряда с подавлением всех первоначальных оттенков в значении слова, эргоним приобретает семантическую самостоятельность.

Применительно к нашей группе онимов можно отметить, что основными процессами деривации эргонимов региональной идентичности можно считать трансонимизацию и онимизацию апеллятивов. Безусловно, трансонимизация, или переход онима из одного разряда в другой, — наиболее частотный способ. И это не случайно, так как идентичность может происходить либо на уровне города, либо региона, а это всегда названия населенных пунктов, т. е. топонимы. Реже наблюдается процесс онимизации апеллятивов. Это в основном урбанонимы с элементом «юг», «море».

Таким образом, эргонимы данного типа образуются на основе трансонимизации, т. е. перехода из разряда топонимов в разряд урбанонимов, а также онимизации, т. е. перехода из разряда имен нарицательных в разряд имен собственных. Следовательно, можно утверждать, что «региональные» урбанонимы обладают чертами апеллятивно-онимического пограничья [Горяев 2000], так как значительная часть онимов образовалась в процессе трансонимизации из топонимического поля и лишь 10 % всех исследуемых онимов — результат онимизации апеллятивов с региональной семантикой.

Среди лингвистов-ономатологов утвердилось мнение, что урбанонимы, включающие в свой состав названия города, региона, относятся к ядерным. Как считает Т. В. Шмелёва, имя города — системообразующий элемент городского ономастикона [Шмелёва

2013: 108]. Называя имя города его ономастической доминантой, И. Т. Вепрева указывает, что это особенно существенно для городов, переживших переименования [Вепрева 2006: 45].

Если считать, что любой оним в языке города для коммуникативной эффективности должен иметь признаки позитивного восприятия, обладать высокой информативностью, мотивированностью, ориентированностью в городском пространстве, то признак «региональной идентичности» относится лишь к позитивному ассоциативному полю. Однако даже этого признака достаточно, чтобы считать его значимым для лингвоэкологии города в сфере ономастикона. Региональная идентичность — часть социальной идентичности личности. Динамика развития ономастического пространства любого города, региона дает право предполагать, что изменение геополитической ситуации привело к изменению ментальности человека, которая, в свою очередь, влияет на выбор приоритетов при номинации.

Следовательно, коммуникативная эффективность «региональных» онимов заключается уже в том, что данные онимы способствуют развитию языковой политики в плане сохранения культурно-исторических символов, а значит и подъема престижа своего города, региона среди носителей языка и общества в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Березович Е. Л. Язык и традиционная культура: этнолингвистические исследования. — М.: Индрик, 2007.
2. Берестнев Г. И. К философии слова (лингвокультурологический аспект) // Вопросы языкознания. 2008. № 1. С. 37—65.
3. Вепрева И. Т. Проблема переименования города в социолингвистическом освещении // Ономастика в кругу гуманитарных наук. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2005. С. 34—37.
4. Вепрева И. Т. Человек в коммуникативном пространстве Екатеринбурга. — Томск, 2006. С. 42—51.
5. Горяев С. О. Номинативные интенции субъекта ономастической номинации (на материале русских прагмонимов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2000.
6. Давлеткулова Л. Н. Лингвокультурологический компонент топонимов (на примере урбанонимов Оксфорда) // Вестн. Челябин. гос. ун-та. 2013. № 31 (322). С. 85—87. (Филология. Искусствоведение; вып. 84).
7. Крюкова И. В. Прагматика онима: направления исследований и методика анализа // Изв. ВГПУ. 2011. № 8. С. 139—142.
8. Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности. — М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 160 с.
9. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. — М., 1988. 192 с.
10. Суперанская А. В., Сталтмане В. Э. Теория и методика ономастических исследований. — М.: Изд-во ЛКИ, 2007.
11. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. — М.: Изд-во ЛКИ, 2007.
12. Федотова Т. В. Культурно значимые смыслы эмпоронимов в аспекте теории референции // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — Тамбов: Грамота, 2015. № 9 (51): в 2 ч. Ч. 1. С. 181—183.
13. Шмелёва Т. В. Ономастика: учеб. пособие. — Сла-

T. V. Fedotova
Krasnodar, Russia

REPRESENTATION OF REGIONAL IDENTITY IN ERGONOMIC FIELD OF KUBAN

ABSTRACT. *The article discusses the group of ergonyms of Krasnodar and Krasnodar Krai to find out the signs of regional identity in the framework of axiological approach. The analysis of onyms is based on the study of the concept "identity", namely on the interrelation of the categories "specifics" and "self-consciousness" in regional aspect. The relevance of the research is determined by the intention of more careful study of specific features of a cultural background of native speakers for the purpose of the analysis of the signs of regional identification, which are a part of ergonyms of the city of Krasnodar and Krasnodar Krai, as well as the analysis of the collected data in the light of axiological (valuable) approach.*

The analysis of the material on the basis of functional and connotative features allows to classify these onyms from the point of view of motivation signs, "influencing" regional identity and lingo-ecology of the region in general; it is possible to divide them into spatial, historical-cultural and symbolic.

The analysis revealed the main motivation signs "influencing" regional identity, among which are object arrangement as spatial identity; the symbols of historical and cultural heritage as sign of revitalization of traditional values of the people.

The study of regional ergonyms allows to draw a conclusion that communicative efficiency as a necessary sign of any onym among "regional" urbanonyms, fully promotes development of language policy in respect of preserving cultural and historical symbols, the prestige of the city and the region among native speakers and society in general.

KEYWORDS: *regional identity; ergonym; cultural connotation; transonymization; onomastic research; onym; axiological approach; lingo-ecology.*

ABOUT THE AUTHOR: *Fedotova Tatyana Vasilievna, Doctor of Philology, Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia.*

REFERENCES

1. Berezovich E. L. Yazyk i traditsionnaya kul'tura: etnolingvisticheskie issledovaniya. — M. : Indrik, 2007.
2. Berestnev G. I. K filosofii slova (lingvokul'turologicheskiy aspekt) // Voprosy yazykoznaviya. 2008. № 1. S. 37—65.
3. Vepreva I. T. Problema pereimenovaniya goroda v sotsiolingvisticheskom osveshchenii // Onomastika v krugu gumanitarnykh nauk. — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2005. S. 34—37.
4. Vepreva I. T. Chelovek v kommunikativnom prostranstve Ekaterinburga. — Tomsk, 2006. S. 42—51.
5. Goryaev S. O. Nominativnye intentsii sub"ekta onomasticheskoy nominatsii (na materiale russkikh pragmonimov) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Ekaterinburg, 2000.
6. Davletkulova L. N. Lingvokul'turologichesiy komponent toponimov (na primere urbanimov Oksforda) // Vestn. Chel-yab. gos. un-ta. 2013. № 31 (322). S. 85—87. (Filologiya. Iskuststvedenie ; vyp. 84).
7. Kryukova I. V. Pragmatika onima: napravleniya issledovaniya i metodika analiza // Izv. VGPU. 2011. № 8. S. 139—142.
8. Kubryakova E. S. Nominativnyy aspekt rechevoy deyatel'nosti. — M. : Izd-vo LKI, 2008. 160 s.
9. Podol'skaya N. V. Slovar' russkoy onomasticheskoy terminologii. — M., 1988. 192 s.
10. Superanskaya A. V., Stal'tmane V. E. Teoriya i metodika onomasticheskikh issledovaniy. — M. : Izd-vo LKI, 2007.
11. Superanskaya A. V. Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo. — M. : Izd-vo LKI, 2007.
12. Fedotova T. V. Kul'turno znachimye smysly emporonimov v aspekte teorii referentsii // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. — Tambov : Gramota, 2015. № 9 (51) : v 2 ch. Ch. 1. C. 181—183.
13. Shmeleva T. V. Onomastika : ucheb. posobie. — Slavyansk-na-Kubani : Izd. tsentr filiala FGBOU VPO «KubGU» v g. Slavyanske-na-Kubani, 2013.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. И. В. Ерофеева.