



DOI: 10.22363/2618-897X-2025-22-1-49-66

EDN: GCPBSP

Научная статья / Research article

Лингвистические особенности эргономического пространства центральных улиц Йошкар-Олы и Казани

И.Г. Иванова , Ф.Я. Хабибуллина ✉

*Марийский государственный университет, Йошкар-Ола, Российская Федерация,
✉ khflora@yandex.ru*

Аннотация. Эргономическое пространство городов, являясь неотъемлемой частью ономастического пространства, имеет ряд особенностей и является средством выражения языковой личности номинаторов. В исследовании рассматривается эргономический ландшафт центральных улиц городов Йошкар-Олы — столицы Республики Марий Эл и Казани — столицы Республики Татарстан в сравнительном аспекте. Актуальность изучения эргонимикона региональных городов в современной России важна в силу особой динамичности и отражающихся в них общественных процессов. Урбанонимы как наименования объектов различного функционального профиля являются индикатором предпочтительных языков для наименования городских объектов, а также выступают маркером сфер функционирования языков на данной территории. Цель исследования — выявление специфики эргонимов г. Йошкар-Олы и г. Казани на лексико-семантическом уровне в дихотомии прямая мотивация / косвенная мотивация. Процесс номинации обусловлен рядом факторов как собственно лингвистического, так и лингвокультурного характера. Лингвистические характеристики проявляются в лексико-семантических особенностях наименований различных типов предприятий, которые указывают на свойства объекта и содержат компонент, указывающий на признак наименования. Среди эргонимов с прямой мотивацией выделены семантические группы, которые характеризуются отличительными признаками, лежащими в основе номинации: профиль предприятия, геолокация объекта, указание на адресата (потребителя), указание на адресанта (владельца предприятия). Наименования с косвенной мотивацией содержат компонент, сигнализирующий о признаке объекта мотивации и построенный на тропах. Являясь лингвокультурным образованием, эргонимы выступают в качестве культурных ориентиров и социальных приоритетов современного общества изученных российских регионов. Выявлено, что процессом, способствующим изменению эргонимикона городов Йошкар-Олы и Казани, является проявление национальной идентичности. Рассмотрены наиболее частотные производящие основы эргонимов, представлены их тематические классификации. Материалом послужили 486 наименований предприятий общественного питания, торгово-промышленных центров, объектов культурно-развлекательного назначения, салонов красоты, пунктов сервисного обслуживания, туристических агентств и др., отобранных методом полевого исследования, наблюдения и дескрипции, которые были реализованы в приемах сбора, систематизации, классификации, обобщения и интерпретации языкового материала с привлечением статистического анализа. В результате исследования выявлены наиболее употребительные источники

© Иванова И.Г., Хабибуллина Ф.Я., 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

номинирования: региональные — марийские и татарские — заимствования из русского, западноевропейских и восточных языков, в том числе стран СНГ. Наиболее репрезентативными являются эргонимы, указывающие на национальную специфику и региональную принадлежность.

Ключевые слова: городской ономастикон, эргонимы, полилингвальный регион, Казань, Йошкар-Ола

История статьи: поступила в редакцию 12.10.2024; принята к печати 12.12.2024.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Вклад авторов: *Иванова И.Г.* — концепция исследования, аннотация, обзор литературы, сбор и обработка материала по г. Йошкар-Ола, Заключение, перевод на английский язык; *Хабидуллина Ф.Я.* — концепция исследования, аннотация, обзор литературы, сбор и обработка материала по г. Казань, Заключение, составление списка литературы.

Для цитирования: *Иванова И.Г., Хабидуллина Ф.Я.* Лингвистические особенности эргономического пространства центральных улиц Йошкар-Олы и Казани // Полилингвальность и транскультурные практики. 2025. Т. 22. № 1. С. 49–66. <https://doi.org/10.22363/2618-897X-2025-22-1-49-66>

Linguistic Features of the Ergonomic Space of the Central Streets of Yoshkar-Ola and Kazan

Iraida G. Ivanova ^{ORCID}, Flera Ya. Khabibullina ^{ORCID}✉

Mari State University, Yoshkar-Ola, Russian Federation

✉ khflora@yandex.ru

Abstract. The ergonomic space of cities, being an integral part of the onomastic space, has several features and is a means of expressing the linguistic personality of nominees. The article examines the ergonomic landscape of the central streets of the cities of Yoshkar-Ola, the capital of the Republic of Mari El, and Kazan, the capital of the Republic of Tatarstan, in a comparative aspect. The relevance of studying the ergonymicons of regional cities in modern Russia is important due to the special dynamism and social processes reflected in them. Urbanonyms as names of objects of various functional profiles are an indicator of preferred languages for naming urban objects, and act as a marker of the spheres of functioning of languages in a given territory. The purpose of the article is to identify the specifics of ergonyms of Yoshkar-Ola and Kazan at the lexico-semantic level in the direct motivation/indirect motivation dichotomy. The nomination process is determined by several factors, both linguistic and linguocultural in nature. Linguistic characteristics are manifested in the lexical and semantic features of the names of various types of enterprises, which indicate the properties of the object and contains a component indicating the sign of the name. Semantic groups are identified among ergonyms with direct motivation, which are characterized by distinctive features underlying the nomination: the profile of the enterprise, the geolocation of the object, an indication of the receiver (consumer), an indication of the sender (owner of the enterprise). Names with indirect motivation contain a component that signals the sign of the object of motivation, built on trails. Being a linguistic and cultural phenomenon, ergonyms act as cultural landmarks and social priorities of the modern society of the studied Russian regions. It is revealed that the process contributing to the change of the ergonymicon of the cities of Yoshkar-Ola and Kazan is the manifestation of national identity. The most frequent generating bases of ergonyms are considered, and their thematic classifications are presented. The material consisted of 486 names of public

catering enterprises, shopping and industrial centers, cultural and entertainment facilities, beauty salons, service points, travel agencies, etc., selected by field research, observation and description, which were implemented in methods of collecting, systematizing, classifying, generalizing and interpreting linguistic material using statistical analysis. The study revealed the most used sources of nominating: regional — Mari and Tatar, borrowings from Russian, Western European and Eastern languages, including the CIS countries. The most representative are ergonyms indicating national specifics and regional affiliation.

Key words: urban onomasticon, ergonyms, multilingual region, Kazan, Yoshkar-Ola

Article history: received 12.10.2024; accepted 12.12.2024.

Conflict of interests: the authors declare that there is no conflict of interests.

Authors' contributions: *Ivanova I.G.* — research concept, abstract, literature review, collection and processing of material on the city of Yoshkar-Ola, Conclusion, translation into English. *Khabibullina F.Ya.* — research concept, abstract, literature review, collection and processing of material on the city of Kazan, Conclusion, compilation of the list of references.

For citation: Ivanova, I.G., and F.Ya. Khabibullina. 2025. “Linguistic Features of the Ergonomic Space of the Central Streets of Yoshkar-Ola and Kazan.” *Polylinguality and Transcultural Practices*, 22 (1), 49–66. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2618-897X-2025-22-1-49-66>

Введение

Быстрый рост и развитие городов, повышение их роли в развитии общества в целом способствуют появлению новых предприятий, наименования которых становятся объектом изучения различных наук. Разные аспекты языка города исследуются историками, социологами, этнографами, философами, лингвистами, культурологами и т. д. Данная статья посвящена изучению функционирования урбанонимов в полиэтническом пространстве региональных городов Российской Федерации: Йошкар-Олы — столицы Республики Марий Эл и Казани — столицы Республики Татарстан.

Научная новизна нашего исследования заключается в том, что изучению и научному описанию подвергаются функционально-семантические особенности эргонимикона центральных улиц тополексеми лингвистического поля рассматриваемых городов в сравнительном аспекте.

Лингвистический анализ городских топообъектов г. Казани представлен в ряде работ, посвящённых обзору эргонимического пространства центральных улиц Казани (ул. Петербургская, ул. Хади Такташа, ул. Туфана Миннулина) [1. С. 35–39], анализу топонимов и антропонимов в эргонимиконе г. Казани [2], исторических эргонимов, относящихся к торговле, как части эргонимического пространства г. Казани XVII — начала XX в. [3], исследованию лингвокреативных тенденций в оформлении современного эргонимического пространства на материале наименований билингвальной Казани [4. С. 203–208]. Сравнительный аспект исследований топонимов проведён на материале г. Казани и г. Саламанки [5. С. 7–11], г. Мадрида и г. Казани [6. С. 34–39].

Появление новых урбанонимов в столице Республики Марий Эл М.В. Стафиевская и Д.А. Жуков соотносят с развитием культурно-политических связей между родственными финно-угорскими народами, а их устойчивое бытование в речи — с мотивированностью, выразительностью и удобством использования. Авторы представляют результаты изучения влияния российско-венгерских отношений на историко-культурное пространство Йошкар-Олы [7. С. 26–31]. Ф.Я. Хабибуллина и И.Г. Иванова исследовали заимствования в урбанонимах Йошкар-Олы с отантропонимным компонентом [8]. Ими представлено описание лексико-семантических и структурно-грамматических особенностей политических топонимов в региональных урбанонимах, отражающих концепт «политик» [9. С. 39–42].

Город, создавая многомерный социальный облик всего населения, расценивается как платформа, где осуществляется не только взаимодействие экономической, политической и культурной жизни, но и объединение в единое целое различных территорий, народов и видов их деятельности. Язык города отражает картину мира носителей языка, проживающих в данном населённом пункте. Полилингвальность и поликультурность пространства манифестируется в наименованиях топообъектов.

Город Йошкар-Ола (луговомар. *йошкар* «красный», *ола* «город»), то есть Красный Город, устар. Царла, Чарла) — столица Республики Марий Эл. Город расположен в центре европейской части России, на востоке Восточно-Европейской равнины и находится в составе Волго-Вятского экономического района. Он основан во время третьей черемисской войны в 1584 г., связанной с покорением Русским государством Казанского ханства, как крепость «Царёв город» на землях марийцев (устарев. черемисов). До 1919 г. назывался Царевококшайск, в период с 1919 по 1928 г. — Краснококшайск. В городе проживают представители более 88 национальностей, основными из которых являются марийцы, русские, татары.

Город Казань (тат. *Казан* «котёл») — столица Республики Татарстан, исторический центр Казанского ханства, Казанского уезда, Казанской губернии и Татарской АССР. Город был основан в 1004–1005 гг. Абд ар-Рахман ибн Мумином как пограничная крепость на севере Волжской Булгарии. В XIII–XIV вв. Казань становится важным торговым и политическим центром в составе Золотой Орды. В настоящее время это крупнейший город Поволжского экономического района, расположенный на левом берегу реки Волги. Казань является одной из самых многонаселённых (пятое место в РФ) и многонациональных городов России (свыше 115 национальностей: татары, русские, чуваша, мордва, удмурты, марийцы и др.). Город имеет зарегистрированный бренд «Третья столица России».

Столицы двух Республик — Марий Эл и Татарстана — принадлежат к единому геоареалу и находятся на расстоянии 146 км. Близость расположения, общее историческое прошлое, многонациональный состав населения и поли-

лингвальная ситуация позволяют провести сравнительно-сопоставительное изучение эргоники городов, расположенных в контактной зоне двух региональных образований Российской Федерации.

Изучение эргонимов городов Йошкар-Олы и Казани осуществлялось нами в топопространстве главных пешеходных артерий города — бульвара Чавайна и улицы Баумана.

Бульвар Чавайна (мар. *Чавайн бульвар*) сформировался в конце 1950-х — начале 1960-х гг. по проекту Ю. Казаринова. Протяженность бульвара составляет 2 километра. Он находится в центре города: берёт начало от ул. Кирова и заканчивается монументальной Аркой Центрального парка на ул. Комсомольская. Современный облик бульвар получил в 1960 г., а само название — в 1964 г., когда ему было присвоено имя основоположника марийской литературы Сергея Григорьевича Чавайна (1888–1937). Наименование бульвара означает принадлежность к роду Чавая — легендарного марийского богатыря. Памятник поставили в 1978 г. к девяностолетию марийского классика. В 1990-х гг. в левобережной части бульвара установили памятники знаменитым деятелям культуры И.С. Ключникову-Палантаю и А.С. Крупнякову. Бульвар является местом проведения мероприятий и массовых гуляний в праздничные дни. На нём расположены мемориальные объекты, торговые, медицинские и другие центры.

Улица Баумана (тат. *Бауман урамы*) — главная и частично пешеходная улица в Казани, расположенная в историческом центре города. Это одна из самых старых улиц Казани, являющаяся ядром Казанского посада. В различные периоды своего существования улица носила следующие наименования: в эпоху Казанского ханства она называлась Ногайской дорогой; после штурма Казанского Кремля (1552 г.) московскими войсками Ивана Грозного обе его стены были проломлены взрывами. Поэтому улица была названа первоначально Проломной, а затем Большой Проломной; новое наименование улицы — Богоявленская — связано с сооружением одноимённой церкви в её южной части (XVI в.). В 1930 г. улица была переименована в честь уроженца Казани Николая Эрнестовича Баумана, российского революционера, деятеля большевистского крыла РСДРП. В 1996 г. улица стала первой в городе пешеходной зоной протяженностью 1885 м. Популяризация улицы Баумана как объекта городской достопримечательности в течение XX — начале XXI вв. привела к тому, что туристы стали основными потребителями услуг, предоставляемых на улице. Это является закономерностью не местного значения, а общемировой тенденцией для пешеходных улиц в исторических городах, ставших туристическими «мекками» [10. С. 60–61]. В настоящее время на улице Баумана расположены историко-культурные достопримечательности, объекты торговли, центры развлечений и досуга, рестораны и предприятия быстрого питания, элементы благоустройства и др. На улице традиционно проводятся массовые

народные гуляния, музыкальные, танцевальные и театрализованные представления, культурно-развлекательные мероприятия и акции.

Таким образом, язык центральных магистралей городов отражает историю, быт, традиции, культуру, образ жизни населения, включая в себя огромное пространство номинаций различных типов городских объектов. Одним из компонентов письменной языковой картины города являются эргонимы, служащие для обозначения построек различного функционального профиля: дом, предприятие, фирма, магазин, спорткомплекс, рынок, кинотеатр, здание общественного назначения и т.д.), а также наименования учреждений, деловых объединений и т.п.

Термин эргоним (греч. *ἔργον* «работа, дело, творение» и *ὄνομα* «имя») впервые использован Н.В. Подольской для наименования предприятий или организаций, осуществляющих деятельность в различных сферах жизни общества (политической, экономической, социальной, духовной) [11. С. 179].

Результаты и обсуждение

В рамках данного исследования рассматриваем имена собственные деловых учреждений, фирм, банков, заведений общественного питания, торгово-развлекательных центров, культурно-досуговых центров, медико-фармацевтических учреждений и др. Основой для классификации эргонимов служат ведущие функции коммерческих имён: информативные, рекламно-информативные, рекламные и номинативные. Следовательно, эргоним, напрямую отражая сложную мыслеречевую деятельность номинатора, характеризуется многофункциональностью. Ядром эргонимического поля является рекламно-информативный тип; периферия представлена номинативным видом. Номинативная функция позволяет идентифицировать объект; информативная и рекламная функции предназначены для сферы реализации товаров и услуг. Наименования содержат информацию преимущественно двух типов: рекламную (выделительно-оценочная характеристика) и рациональную (сообщение об объекте продажи) [12. С. 106]. Для реализации рекламной функции используются различные средства, среди которых выделяются наиболее универсальные:

- 1) структурно-словообразовательные;
- 2) семантико-стилистические и лексические, в том числе заимствования;
- 3) графические.

Таким образом, являясь именем собственным, эргонимы выделяют предмет из ряда однородных, обладают свойственной им структурой и значением. Эргоним имеет ряд специфических (дополнительных) функций, среди которых:

- 1) номинативно-выделительная;
- 2) информативная;
- 3) рекламная;
- 4) эстетическая.

Лексико-семантический анализ современной эргонимии городов Йошкар-Олы и Казани позволяет выделить мотивированные и немотивированные онимы. Под мотивированными наименованиями подразумевается микротекст, отражающий непосредственную связь со сферой деятельности предприятия. Согласно теории Н.В. Михайлюковой, вывески с мотивированной номинацией подразделяются на названия прямой, косвенной и условной мотивации [13. С. 10]. Онимы с прямой мотивацией несут наибольшую информацию об объекте городской среды. Данный тип непосредственно выделяет свойства предприятия и содержит структурный элемент, прямо указывающий на признак наименования.

На основе фактологического материала среди эргонимов с **прямой мотивацией** следует выделить несколько семантических групп, которые характеризуются отличительными признаками, лежащими в основе номинации (здесь и далее приведены реальные адреса в городах Йошкар-Ола и Казань):

1. **Указание на сферу его деятельности.** Данная группа включает наименования городских объектов, мотивированных предметной лексикой, которые сообщают:

– **о профиле предприятия:** «ХимRussia» (ул. Баумана, 26) (производство автохимии, клининговой и бытовой химии), «Гончарная студия № 1» (ул. Баумана, 51) (гончарная мастерская); «Старая проломная аптека» (ул. Баумана, 49) — аптека, которая сохранила своё старое название; «Тимбер» (англ. *timber* «лесной, строевой») (ул. Баумана, 26) — предприятие по деревообрабатывающей промышленности: древесина, лесоматериалы, строевой лес); «Мебельное бюро» (б. Чавайна, 45) — предприятие по изготовлению мебели; «РемБлагСтрой» — предприятие по ремонту, строительству, монтажу (Чавайна, 36); «Хлебница пекарня», «Государевы пекарни» (Чавайна, 36) — предприятия по производству хлебобулочных изделий); «Бухгалтерская фирма» (Чавайна, 36) — организация по оказанию бухгалтерских услуг;

– **об ассортименте торговли:** «38 Магазин игрушек и канцтоваров» (б. Чавайна, 45) — магазин по продаже товаров для детей и канцтоваров; магазин «Мир книги» (б. Чавайна, 14) — магазин по продаже книг и канцтоваров; магазин продуктов пчеловодства «Колода мёда» (б. Чавайна, 36); магазин «Часовой центр» (ул. Баумана, 74) — магазин по реализации часов; магазин «Китаплар» (ул. Баумана, 19) — магазин по продаже книг; «Экскурсионная Казань» (ул. Баумана, 47) — бюро по организации экскурсий по городу; ресторан монокухни «Пельмения» (ул. Баумана, 9) — пункт питания, предлагающий пельмени в ассортименте; аптека «Татхимфармпрепараты» (ул. Баумана, 49) — крупнейший производитель лекарственных препаратов в России, один из лидеров по выпуску таблетированных препаратов и др.;

– **о месте производства товара:** спортивный бар для болельщиков «Жигулевские звезды» (ул. Баумана, 42); магазин текстиля и предметов интерьера «Ивановский трикотаж» (б. Чавайна, 12); магазин обувной фирмы «Юничел»

(б. Чавана, 16) (англ. *union* «союз», «чел» — сокращение от названия города Челябинск).

2. Указание на местоположение городского объекта. Данный тип включает как официальные, так и неофициальные урбанонимы. Наименования указывают на местоположение городского объекта, помогают потребителю быстрее обнаружить определенное предприятие.

Под официальными урбанонимами следует понимать действующие наименования объектов городской среды, характеризующиеся их местоположением, например: магазин по реализации игрушек «*Магазин игрушек на бульваре Чавайна*» (б. Чавайна, 12); «*Магазин мясной продукции на бульваре Чавайна, 16*»; фотостудия «*Портрет на бульваре Чавайна*» (б-р Чавайна, д 16); салон красоты «*Релакс на Бульваре*» (б. Чавайна, 15Б); «*Продуктовый магазин на улице Баумана*» (ул. Баумана, 25) — магазин продуктов питания и напитков, расположенный на одноименной улице; «*Магазин сувениров на улице Баумана*» (ул. Баумана, 25); «*Магазин печатной продукции на улице Баумана*» (ул. Баумана, 52); «*Туристско-информационный центр*» (ул. Баумана, 49).

К неофициальным урбанонимам относятся «*Монастырская лавка*» (ул. Баумана, 1) — магазин по реализации религиозных товаров при Иоанно-Предтеченском мужском монастыре, единственном культовом учреждении подобного типа на улице Баумана; «*На Крыше*» (ул. Баумана, 82) — панорамный лофт-ресторан, указывающий на его расположение и название стиля, заимствованного из английского языка (*loft* «чердак»).

3. Указание на адресата. Данная группа урбанонимов характеризуется направленностью объекта предприятия на различные социальные характеристики потребителя:

а) **возрастные характеристики:** детское кафе «*Baby bar*» (ул. Баумана, 44), «*Экият*» («Сказка») (ул. Баумана, 58) — единственное семейное кафе в Казани, которое работает с 1970 г., где маленькие посетители могут выбрать блюда из специального детского меню и посетить игровую комнату; магазин «*Детская подростковая одежда*» (б. Чавайна, 10); магазины товаров для детей «*МалышОК*» (б. Чавайна, 33); «*Любимый кроха*» (б. Чавайна, 12); детская стоматологическая клиника «*32 Kids*» (б. Чавайна, 41а); детский клуб «*Страна чудес*» (б. Чавайна, 36);

б) **гендерные характеристики:** магазины женской одежды «*Леди Шарм*» (б. Чавайна, 12); «*Белая Леди*» (б. Чавайна р, 36); магазин парфюмерии и косметики «*La belle*» (б. Чавайна, 16); салон красоты «*Osoba*» (б. Чавайна, 43); свадебный салон «*Королева бала*» (б-р Чавайна, 36); магазин «*Все для женщин и мужчин*» (б-р Чавайна, 12); магазин мужской одежды «*Дмитрий*» (б. Чавайна, 12); магазин женской декоративной косметики и парфюмерии «*Лилиана*» (ул. Баумана, 29); бутик мужской одежды «*Pioneer London*» (ул. Баумана, 38); салон красоты «*Barbershop chair*» (ул. Баумана, 82) (мужская парикмахерская); мужская парикмахерская «*Bolton barbershop*» (б. Чавайна, 40); «*DIVA*»

beauty» (ул. Баумана, 82) (салон красоты для женщин); медицинская организация по комплексному ведению беременности «*Мир женщины*» (б. Чавайна, 36);

в) **профессия и род деятельности**: магазин рыболовных принадлежностей «*Поплавок*» (б. Чавайна, 12); туристическое агентство «*Бридж тур*» (б. Чавайна, 8); магазин товаров для ремонта видео и аудиотехники «*Эксперт*» (б. Чавайна, 16); ателье-ремонт одежды «*Рукодельница*» (б. Чавайна, 16); мастерская по ремонту одежды «*Мастерица*» (б. Чавайна, 12), салон связи «*Мастер-gsm*» (б. Чавайна, 12); мужская парикмахерская «*Mybarber*» (ул. Баумана, 47); экскурсионное бюро «*Эксперт туризма*» (ул. Баумана, 70); салон бытовых услуг «*VIP-Master*» (ул. Баумана, 51); кафе-столовая «*Кудесник вкуса*» (ул. Баумана, 20);

г) **указание на социальный и материальный статус**: магазин женской одежды «*Королевский размер*» (б. Чавайна, 12); гастронаб «*ФрендBI*» (б. Чавайна, 36) (англ. *friend* «друг») — тематический бар, оформленный в стиле сериала «Друзья» «*F.R.I.E.N.D.S.*» (ул. Баумана, 44, 47, 51, 62); бюджетный ресторан, гастронаб «*For People*» (ул. Баумана, 13) — кафе с демократическими ценами и ассортиментом блюд класса фаст-фуд; свадебный салон «*Императрица*» (ул. Баумана, 29); компания по организации экскурсий по Татарстану «*Хан Тур Казань*» (ул. Баумана, 26); пункт общественного питания «*Добрая столовая*» (ул. Баумана, 21) — для категории потребителей со средними доходами; популярное кафе для широкого класса потребителей «*Простая еда*» (б. Чавайна, 45).

4. **Указание на адресанта**. Большинство эргонимов данной группы содержит в себе информацию о владельце предприятия и мотивировано названиями, основанными на именах собственных: «Адвокатский кабинет *Винокурова С.В.*» (б. Чавайна, 36); кабинет психологической помощи «Психолог *Завиткевич И.М.*» (б. Чавайна, 36); «Музей *Константина Васильева*» (ул. Баумана, 29); магазин кондитерских изделий «*Елена*» (б. Чавайна, 29а); «*Saxar*» (владелец) (ул. Баумана, 82); салон красоты «*Tiffani*» (ул. Баумана, 82) — по аналогии с *Tiffany & Co.* — американский дом по производству престижных ювелирных изделий и дизайна со штаб-квартирой на Пятой авеню в Манхэттене, США. 14 сентября 1837 г. Льюис Тиффани и Джон Янг открыли свой первый магазин на центральной торговой улице Нью-Йорка — Бродвее, назвав его «*Tiffany & Young*». Бренд известен предметами роскоши, особенно ювелирными изделиями из серебра и бриллиантов.

Ряд имён собственных выбраны владельцем в качестве эргонимов лишь потому, что эти имена вызывают у него положительные эмоции: салон шуб «*Джордано*» (ул. Баумана, 51), *Giordano / Giordano International Limited* — китайская сеть магазинов и дистрибуторских центров мужской, женской и детской одежды, известный бренд фирменной спортивной одежды, в том числе верхней. Компания основана в 1981 г. в Гонконге Джимми Лаем. Название в итальянском стиле спонтанно скопировано с нью-йоркской пиццерии. Каждый

случай возникновения наименования в этой группе индивидуален, например, названия парикмахерских и салонов красоты: «*Pavlov Studio*» (ул. Баумана, 26); «*Leopold Hair Studio*» (ул. Баумана, 70); студия красоты «*Kate Style*» (б. Чавайна, 36); художественный салон «*Еленин Дом*» (б. Чавайна, 45).

Топонаименования с **косвенной мотивацией** прямо не отражают свойств городских объектов, но «они содержат структурный компонент, так или иначе указывающий на признак объекта мотивации, — то есть могут быть построены на метафоре, метонимии или на сочетании этих тропов» [4, с. 30]. Особое место в эргонимах данного типа приобретает коннотативное значение. Так, текст вывески кондитерской «*Замок сладостей*» (ул. Баумана, 47) не просто сообщает об ассортименте данного заведения, но и свидетельствует о том, что купленные в магазине пирожные и торты приносят счастье. Интерьер другой кондитерской «*Сладости и радости*» (ул. Баумана, 86) выполнен в сказочном стиле и прямо указывает, что, покупая продукцию, клиент гарантированно испытает чувство радости. На аналогичной коннотации построены следующие эргонимы: свадебный салон «*Счастье на улице Баумана*» (ул. Баумана, 5); свадебный салон «*Роза Любви*» (ул. Баумана, 15); цветочный салон «*Лавка Счастья*» (б. Чавайна, 16); магазин кондитерских изделий «*Сладкий мир*» (б. Чавайна, 12); магазин одежды «*Дамское счастье*» (б. Чавайна, 12); товары для праздника «*Happy Day*» (б. Чавайна, 12). Подобная же коннотативность наблюдается и в следующих эргонимах: меховой салон «*Скандинавия*» (ул. Баумана, 51) — свойство предлагаемого товара — сохранять тепло даже в условиях северных широт; салон меховых изделий «*Снежная королева*» (ул. Баумана, 51) — коннотативная сема «снежная» продвигает идею о том, что меховые изделия, реализуемые данным салоном, позволят покупательнице выглядеть королевой даже в условиях суровой снежной зимы; туристическая компания «*Спутник-Гермес-Казань*» (ул. Баумана, 51) — входящие в состав названия фирмы компоненты выражают мысль о комфортном сопровождении в путешествии, поскольку Гермес — древнегреческий бог — покровитель путей и путников будет вашим спутником на протяжении всей поездки.

Эргонимы с условной мотивацией не указывают на содержание понятия, заключенного в наименовании предмета. Данные эргонимы основываются на символическом признаке мотивации, например, в названиях баров и спорт-баров: «*Hemingway*» (ул. Баумана, 36) (рыбный ресторан, аллюзия на повесть Э. Хемингуэя «Старик и море»), «*Дуть*» (ул. Баумана, 58а) (лаунж — бар, кальян — бар, авторский коктейльный бар, чайный сервис); «*Дымь*» (б. Чавайна, 36) (бар паровых коктейлей), салон-магазин по реализации мобильных телефонов марки Apple «*Яблоко*» (б. Чавайна, 16).

Данные онимы не всегда сообщают потребителю информацию о назначении предприятия, но создают образ в сознании покупателя. Отсутствие мотивированности в семантике приведенных эргонимов требует от адресата обращения к родовым обозначениям, которые выступают в качестве коммуника-

тивных опознавателей (салон-парикмахерская, книжный магазин, продовольственный магазин и т.п.): общественный пункт питания «*Столовая № 1*» (ул. Баумана, 50) (лучшая столовая); аптека «*Ладушка*» (ул. Баумана, 47) — гарантия в выздоровлении, улаживании проблем со здоровьем, усиленное уменьшительно-ласкательным суффиксом *-ушк-*; развлекательный, культурно-досуговый центр «*Smile Park*» (ул. Баумана, 17) — получение положительных эмоций; салон маникюра и педикюра «*Пальчики*» (ул. Баумана, 36) — ухоженность ногтей рук и ног; магазин обуви «*Идеал*» (ул. Баумана, 42) — совершенное воплощение чего-либо, высшая степень качества; стоматцентры «*Смайл*» (б. Чавайна, 13а), «*Жемчужина*» (б. Чавайна, 20б) — здоровые и белые зубы; салон оптики «*Престиж*» (б. Чавайна, 16) — известность фирмы, основанная на высокой оценке; студия красоты «*Глянец*» (бульвар Чавайна, 12а) — блеск ухоженного лица; пункт реализации протезных и ортопедических товаров «*Ортопедический центр № 1*» (б. Чавайна, 45) — превосходство над другими магазинами данной сферы.

5. Эргонимы, указывающие на региональную принадлежность и национальную специфику объекта. Для городов Йошкар-Ола и Казань наиболее репрезентативными являются:

– **названия, образованные с помощью одноимённых ойконимов** Йошкар-Ола и Казань, Марий Эл и Татарстан и их производных: «Национальный банк *Республики Татарстан*» (ул. Баумана, 37); «Академия наук *Республики Татарстан*» (ул. Баумана, 20); книжный магазин «*Татарское* книжное издательство» (ул. Баумана, 51); «*Татарская* кухня National food» (ул. Баумана, 47); Ресторан «Дом *татарской* кулинарии» (ул. Баумана, 31); аптека «*Татхим-фармпрепараты*» (ул. Баумана, 49); магазин национальных продуктов «*Тат-Продукт*» (ул. Баумана, 29); магазин подарков и сувениров «*Tatar Bazar*» (ул. Баумана, 76); «*Казанские* сладости» (ул. Баумана, 62); «*Казанский* академический русский большой драматический театр имени В.И. Качалова» (ул. Баумана, 48); бизнес-центр «*Казанское* Подворье» (ул. Баумана, 9а); «*STAND UP CLUB KAZAN*» (ул. Баумана, 51); военкомат «Военный комиссариат *Республики Марий Эл*» (б. Чавайна, 44); офис продажи холодильного оборудования «*Марпрохолод*» (б. Чавайна, 32); редакция СМИ «Газета *Йошкар-Ола*» (б. Чавайна, 35); «*Йола-маркет*» (б. Чавайна, 11, 40): Й-Ола — сокращенное название г. Йошкар-Ола; бутик модной одежды «*Olamarito*» (б. Чавайна, 41) — компонент ола указывает на наименование города, мар- означает «марийский» веб-студия по разработке, раскрутке, сопровождению сайтов г. Йошкар-Ола «*YO-Design*» (б. Чавайна, 36); магазин марийских сувениров «*Царёв Город*» (б. Чавайна, 40) — лексема Царёв восходит к старинному названию столицы Марий Эл – Царевококшайску — магазин посадочных материалов «*Сад Мари*» (б. Чавайна, 35); магазин «*Марийские* сувениры» (б. Чавайна, 33) — лавка по реализации мороженого «*МариАйс*» (б. Чавайна, 33);

– **названия, образованные от наименований районов и населённых пунктов Республики:** магазин мясных изделий «*Звениговский*» (б. Чавайна, 8) — Звениговский (район) — административно-территориальная единица РМЭ; магазин молочных продуктов «*Семол*» (б. Чавайна, 16) — компонент *Се* — сокращённый вариант от наименования села Семёновка в городском округе «Йошкар-Ола»; фирменный магазин мясной продукции «*Акашево*» (б. Чавайна, 16) — агрохолдинг «Птицефабрика Акашевская» образован в 2005 г. на базе птицефабрики «Акашевская», расположенной первоначально в д. Акашево; фирменный магазин молочной продукции «*Сернурский* сырзавод» (б. Чавайна, 12) — п. Сернур — административный центр Сернурского района РМЭ;

– **названия, отражающие национальную культуру, самобытность народа:** «*Ак Барс Галерея*» (ул. Баумана, 44) (крылатый Белый Барс — символ Татарстана, который с 1992 года располагается на государственном гербе Республики; тотемная фигура для татар); книжный магазин «*Китаплар*» (ул. Баумана, 19); Restorant «*КИТАП CLUB*» (ул. Баумана, 19); кафе «*Кыстыбый — tatar-food*» (ул. Баумана, 9) — кафе быстрого питания с традиционным блюдом татарской кухни «кыстыбый» (обжаренная пресная лепешка, начиненная чаще всего картофельным пюре или пшенной кашей); «*Тубэтэй / Тюбетей*» (ул. Баумана, 47) — сеть ресторанов современной и традиционной татарской кухни. Тубэтэй («Тюбетейка») — один из национальных древних головных уборов татар, небольшая, надеваемая на верхнюю часть головы шапочку; магазин подарков «*Чак-Чак*» (ул. Баумана, 86) — чак-чак — национальное кулинарное изделие татар и других тюркоязычных народов, представляющее собой мучной десерт из обжаренных во фритюре кусочков теста, перемешанных с медовым сиропом; дом чая «*Аишханэ*» (тат. *аи* «еда» + *ханэ* «дом»), то есть «столовая»; «столовый, кухонный») (ул. Баумана, 64) — татарская национальная кухня и кулинария (кыстыбый, лимонный пирог, эчпычмак, беккен с капустой, губадья с кортом и др.); магазин хлебобулочных и кондитерских изделий «*Булко*» (б. Чавайна, 19);

– **названия, отражающие религиозную ориентацию** определенной части населения, например: ресторан «*Ханума Halal*» (Баумана, 68) — все блюда ресторана соответствуют стандарту халяль, то есть «что разрешено и допустимо в исламе»; группа компаний T-Family с уникальной культурой Халяль, реализуемой брендом «*Тубэтэй*», одной из первых татарских халяль-сетей быстрого питания (ул. Баумана, 47).

6. Полиэтничность урбанонимов городов Йошкар-Ола и Казань. В поликультурном и полилингвальном пространстве закономерным является процесс проникновения и взаимовлияния элементов разных национальных языков и культур:

■ **русский:** ресторан русской кухни «*Русский*» (ул. Баумана, 9а); кафе блинная «*Масленица*» (ул. Баумана, 42); экспресс-кафе «*СССР*» (б. Чавайна, 36) — СССР — Союз Советских Социалистических Республик, известный как Совет-

ский Союз, означает федеративное государство, существовавшее с 1922 по 1991 г.; магазин-мастерская по изготовлению ювелирных изделий на заказ «Скань» (б. Чавайна, 36) — скань (др.-русс. *скать* «тянуть», «свивать») — это техника работы с драгоценными металлами; «Академический русский театр драмы им. Г. Константинова» (б. Чавайна, 28); центр раннего развития «Реченька» (б. Чавайна, 36). На уровне грамматического строя русской культуре свойственна эмоциональная насыщенность, выраженная большим количеством глаголов, суффиксами: гастробар «Хочу и Буду» (ул. Баумана, 25); бар-паб «Не Лезь в Бутылку» (ул. Баумана, 42); безалкогольный фрэш-бар «Хочу Кофе» (б. Чавайна, 15); станция зарядки телефонов «Бери Заряд!» (б. Чавайна 33); аптека «Ладушка» (ул. Баумана, 47); салон маникюра и педикюра «Пальчики» (ул. Баумана, 36);

■ **западноевропейские:**

– *английский*: студия танца и фитнеса «New Life» (б. Чавайна, 13); массажный салон «Brauni» (б. Чавайна, 15Б); парикмахерская «RE STYLE» (б. Чавайна, 16); ногтевая студия «THE Q» (б. Чавайна, 33); клуб настольных игр «WOW QUIZ» (б. Чавайна, 33); магазин одежды для беременных и кормящих мам «Happy Mammy» (б. Чавайна, 12); кафе-бар «If You Know» (б. Чавайна, 36); табачный магазин «Smoking Shop» (б. Чавайна, 45); кофейня «Your Time кофе & вафли» (б. Чавайна, 41а); сеть магазинов «Fix Price» (б. Чавайна, 10); развлекательный, культурно-досуговый центр «Smile Park» (ул. Баумана, 17); сырный ресторан «Cheeseria» (ул. Баумана, 44); парк виртуальной реальности «The Deep» (ул. Баумана, 44); «Meat grill» (ул. Баумана, 74); кафе паназиатской кухни «OmNomNom» (ул. Баумана, 82) — аналог выражения на русском языке «ам-ням-ням», которым обозначают активное поедание пищи или просто чего-то очень вкусного; «Coffeeshop company» (ул. Баумана, 38); суши-бар «Rock 'n`Rollы» (ул. Баумана, 21); «Relax cocktail bar» (ул. Баумана, 9а); бутик мужской одежды «Pioneer London» (ул. Баумана, 38); развлекательный центр «FUNBOX» (ул. Баумана, 35); корпорация развлечений «Big Funny» (пер. Большой смешной) (ул. Баумана, 35); сеть фирменных магазинов техники и аксессуаров со статусом Apple Premium Reseller в России «Re:Store» (ул. Баумана, 35); кафе, магазины «Gudini» (ул. Баумана, 42) — англ. *Houdini* используется для описания человека, обладающего способностью выходить из сложных ситуаций, освобождаться из затруднений или ускользать от ограничений, подобно знаменитому иллюзионисту и мастеру побегов Гарри Гудини); кафе восточной кухни *FireChef* (ул. Баумана, 9);

– *итальянский*: ресторан итальянской кухни «Трамтория Dito Italiano» (б. Чавайна, 31); ночной клуб «Burlesque» (ул. Баумана, 44) (*burla* «шутка») — вид комической поэзии, сформировавшийся в эпоху Возрождения, магазин одежды «FABIANA FILIPPI» (ул. Баумана, 44) — итальянский бренд, основанный двумя братьями Марио и Джакомо Филиппи в 1985 г.; «Cicheti Italo Bistro» (ул. Баумана, 9а) — чикетти (*cicheti*) — закуски с разной начинкой, которые

подаются в традиционных бакари — итальянских барах и закусочных Венеции;

– *испанский*: ресторан-бар латиноамериканской кухни «*PANCHITOS*» (б. Чавайна, 33) — слово «*ranchitos*» может иметь два значения: 1) жареные арахисовые орешки; 2) нарицательное имя для обозначения латиноамериканцев; ресторан мексиканской кухни «*Sangrita12.ru*» (б. Чавайна, 36); бар революционной кухни «*Cuba Libre*» («Свободная Куба») (ул. Баумана, 58) позволяет почувствовать атмосферу советской Кубы благодаря оригинальному дизайну заведения, кубинской и мексиканской кухне, мастер-классам латиноамериканских танцев; кафе латиноамериканской кухни «*Paloma cantina*» (ул. Баумана, 9а) — кантина в Мексике — это недорогое кафе, где все собираются за общим коммунальным столом; *La Paloma* — это известная песня испанского композитора Себастьяна Ирадьеры («*paloma*» в переводе означает «голубка» и является собирательным образом гостеприимства);

– *французский*: магазин парфюмерии и косметики «*La belle*» (б. Чавайна, 36) (*belle* «красивая»); отдел одежды «*Шарм*» (б. Чавайна, 12) (*charme* «очарование»); сервисный центр по ремонту мобильных устройств «*Pedant*» (*pédant* «учитель») (ул. Баумана, 82);

– *португальский*: студия танца «*Афро Кизомба*» (б. Чавайна, 33), где *кизомба* «вечеринка, праздник»;

– *латинский*: «*Cinnabon*» (ул. Баумана, 82) — *cinnamon* («цейлонская корица» (лат. *Cinna* «род многолетних травянистых растений семейства Злаки» + лат. *bona* «хорошая»)) — международная сеть закусочных кафе-пекарен, где основными блюдами являются булочки с корицей, сливочным сыром и кексы; магазин запчастей для бытовой техники и аксессуаров «*Ultra*» (б. Чавана, 14) — лат. *ultra* «сверх, чрезмерно»); аптека «*Vita*» (б. Чавайна, 16) — лат. *vita* «жизнь»;

– *латиница*: «*SCURATOROV CAFFEE ROASTERS*» (ул. Баумана, 9); компания «*InvestGT*» (ул. Баумана, 9А); ночной клуб «*RV CLUB*» (ул. Баумана, 82); магазин дизайнерской женской одежды «*Pop & Popl*» (ул. Баумана, 82) — «*Попл*» образован от слова «поплавок», «*Поп*» — от фамилии основателя фирмы «*Попова*», магазин сладостей для детей и взрослых «*PIRATMARMELAD*» (ул. Баумана, 51); кальян-бар «*Atmosfera*» (б. Чавайна, 33); цифровая фото-студия «*ФотоDom*» (б. Чавайна 36); центр ландшафтной архитектуры «*Trava*» (б. Чавана, 36);

■ *восточные*: Гуанчжоу — кафе *китайской* кухни «*Вася из Гуанчжоу*» (б. Чавайна, 31) — один из крупнейших мегаполисов Китая, столица провинции Гуандун, а также торговый и экономический центр страны; ресторан Китайский дворик (ул. Баумана, 49); кафе *таджикской* кухни «*Ситора*» (б. Чавайна, 13) — «звезда»; ресторан *азербайджанской* кухни «*Багашек*» (б. Чавайна, 23); *японский* бар «*Nami Izakaya*» (бул. Чавайна, 36) — *изакайя* (япон. *иру* «оставаться», *сакая* «магазин sake») — традиционный японский гастробар, суши-бар «*Японика*» (б. Чавайна, 13); *вьетнамский* ресторан «*SaiGon*» (ул. Баумана, 35) — прежнее название города Хошимин (Вьетнам) — наиме-

нование города Сайгон произошло от термина «Тай нгон», что означает «дань с запада» (Тай Конг); кафе «Food Hanoi» (ул. Баумана, 33а) — Ханой (*вьет.* Hà Nội, тьы-ном 河內, досл. «город между рек» или «(место) окружённое рекой») — столица Вьетнама и второй по численности населения город страны; *арабское* кафе-кондитерская «Султан Сулейман» (ул. Баумана, 7) — название переводится (араб.) «мужественный или величественный правитель, король / королева»; Чайхана «Мархаба» (ул. Баумана, 7), где Мархаба — женское имя со значением «добро пожаловать», «здравствуйте»; *тюркские* наименования: магазин «Турецкая продукция» (ул. Баумана, 68); ресторан «Урюк» (ул. Баумана, 36) от тюрк. *орпек* «абрикос» < «слива»; сити-кафе «Ханума» (ул. Баумана, 68) — тюрк. *ханум* выражает значение «госпожа; мадам, сударыня»; отель «КАГАНАТ KAGANAT» (ул. Баумана, 68) — государство, глава которого носил титул кагана, от др.-тюрк. *kagan* «высший титул суверена в средневековой кочевой иерархии, хан ханов»; *кавказские*: грузинское бистро «Shavi» (б. Чавайна, 31) — Shavi «чёрный» — любимый цвет грузинских дизайнеров, ресторан «Грузинские Истории» (ул. Баумана, 54).

Эргономическое пространство городов Йошкар-Олы и Казани, являясь неотъемлемой частью ономастического пространства, демонстрирует общие тенденции к глобализации и стандартизации. Зарубежные примеры функциональной организации пешеходных зон исторических городов также демонстрируют явную стандартизацию — доминирование сувенирной торговли и доступного питания [14–16]. Языковая ситуация оказывает воздействие на процессы формирования эргонимического пространства и как социолингвистическое явление отражает уровень этнической и культурной составляющей социума. Эргонимы демонстрируют специфику лексико-семантического содержания, социальных условий ономастического пространства столиц Поволжского региона в лингвокультурологическом и социолингвистическом аспектах. Как показало исследование, наиболее употребительными в процессе номинации являются англоязычные названия (центры, торговые предприятия, заведения общественного питания), многочисленно представлены заимствования из романских (французский, итальянский, испанский, португальский), восточных (китайский, японский, вьетнамский), арабских, тюркских языков. Языки республик постсоветского пространства (кавказские — грузинский и среднеазиатские — таджикский, азербайджанский) занимают заметное место в номинации объектов с ориентальной спецификой.

Являясь лингвокультурным образованием, эргонимы отражают национально-культурные ориентиры и социальные приоритеты современного общества рассмотренных регионов. Эргонимический ландшафт центральных улиц подчинен императивам туристического бизнеса, удовлетворению запросов массового потребителя, приоритетному использованию заимствований из западных и восточных языков, оформлению национальных текстов или текстов на русском языке с использованием преимущественно латиницы.

Заключение

Эргонимы регионов содержат информацию о многонациональном составе населения городов, демонстрируют основные направления экономического и социально-культурного пространства городов и регионов. Названия коммерческих предприятий, функционируя в речевой деятельности, выражают тенденции в изменении характера городской коммуникации. Характерной чертой эргонимии региональных столиц является использование в качестве названий внутригородских предприятий и учреждений местных топонимов и их производных, отражающих в себе названия города и региона. Специфика урбанонимов Йошкар-Олы и Казани объясняется территориальной самобытностью, включением в структуру эргонимов компонентов, указывающих на местоположение объектов — на бульваре / бульваре Чавайна, на Баумана. Об общих тенденциях функционирования урбанонимов региональных столиц свидетельствуют следующие языковые и внеязыковые факторы: распространение заимствованной лексики, креолизация на фоне деструкции гомогенных элементов, а также десемантизации устойчивых языковых структур и их субституции не свойственными национальным языкам компонентами и лингвистическими конструкциями, использование средств языковой выразительности, актуализация регионального компонента.

Важной особенностью городских названий является способность схватывать культурные, социальные, экономические и прочие характерные черты эпохи. Вместе с тем в эргонимическом пространстве Йошкар-Олы и Казани отмечены некоторые особенности: преобладание в эргонимиконе столицы Республики Татарстан национальных артефактов, наличие этнокультурных элементов государственной символики, наименований религиозного характера; для столицы Республики Марий Эл характерны рассредоточение торговых точек, наличие отдельно взятых районных производственных предприятий, использование компонента старинного названия города.

Список литературы

1. *Зиятдинова Л.Р., Исмаилова А.Р.* Обзор эргонимического пространства центральных улиц Казани // *Terra Linguae*. 2020. Вып. 7. С. 35–39. EDN: SLDDDV
2. *Солнышкина М.И., Исмаилова А.Р.* Топонимы и антропонимы в эргонимиконе г. Казани // *Вестник Вятского государственного университета*. 2017. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/toponimy-i-antroponimy-v-ergonimikone-g-kazani> (дата обращения: 10.10.2024). EDN: ZEUPRD
3. *Амирова Р.М.* Исторические эргонимы, относящиеся к торговле, как часть эргонимического пространства г. Казани XVII — начала XX в. // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2016. № 6–3 (60). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-ergonimy-otnosyashiesya-k-torgovle-kak-chast-ergonimicheskogo-prostranstva-g-kazani-xvii-nachala-xx-v> (дата обращения: 10.10.2024).
4. *Салимова Д.А.* Лингвокреативные тенденции в оформлении современного эргонимикона: на материале наименований билингвальной Казани // *Многоязычие в образовательном*

- пространстве. 2023. Т. 15. № 2. С. 203–208. <https://doi.org/10.35634/2500-0748-2023-15-2-203-208> EDN: HBRPLE
5. Алексеева А.В., Исмагилова А.Р. Языки эргонимов центральных улиц Казани и Саламанки // *Terra Linguae*. 2020. Вып. 7. С. 7–11. EDN: CDXUBR
 6. Медведева Д.В., Исмагилова А.Р. Структурно-семантические парадигмы эргонимов центральных и периферийных улиц Мадрида и Казани // *Terra Linguae*. 2020. Вып. 8. С. 34–39. EDN: VOEZBE
 7. Стафиевская М.В., Жуков Д.А. Влияние российско-венгерских отношений на историко-культурное пространство города Йошкар-Олы // *Вестник Марийского государственного университета. Исторические науки. Юридические науки*. 2017. Т. 3. № 1. С. 26–31. EDN: YMZGKH
 8. Хабибуллина Ф.Я., Иванова И.Г. Заимствования в урбанонимах Йошкар-Олы с отантропонимным компонентом // *Финно-угорский мир*. 2022. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zaimstvovaniya-v-urbanonimah-yoshkar-oly-s-otantropnimnym-komponentom> (дата обращения: 15.12.2024). <https://doi.org/10.15507/2076-2577.014.2022.01.58-77> EDN: MCRNRU
 9. Хабибуллина Ф.Я., Иванова И.Г. Национальные и заимствованные географические онимы в региональном лингвокультурном пространстве: монография / Мар. гос. ун-т. Йошкар-Ола, 2022. 180 с. EDN: MOSVAI
 10. Мухитов Р.К. Актуальность функционального мониторинга пешеходной зоны исторического города (на примере улицы Баумана в Казани) // *Известия КГАСУ*. 2018, № 1 (43). С. 55–62. EDN: UOVUWB
 11. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / отв. ред. А.В. Суперанская / Ин-т языкознания АН СССР. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Наука, 1988.
 12. Перепелица В.В. Как рекламу сделать эффективной или как стать известным? Ростов н/Д : Феникс, 1997.
 13. Михайлюкова Н.В. Тексты городских вывесок как особый речевой жанр (на материале языка г. Владивостока) : монография. Владивосток, 2014. EDN: YYZVOL
 14. Taylor K., Lennon J. *Managing Cultural Landscapes*. London and New York : Routledge, 2012. <https://doi.org/10.4324/9780203128190>
 15. Martin O., Piatti G. *World Heritage and Buffer zone*. Paris : UNESCO, 2009.
 16. Krier L. *The Architecture of Community*. Washington : Island Press, 2009.

References

1. Ziyatdinova, L.R., and A.R. Ismagilova. 2020. "Overview of the ergonymic space of the central streets of Kazan." *Terra Linguae*, issue 7, pp. 35–39. EDN: SLDDDV Print. (In Russ.)
2. Solnyshkina, M.I., and A.R. Ismagilova. 2017. "Toponyms and anthroponyms in the ergonymicon of Kazan." *Bulletin of Vyatka State University*, no. 8, pp. 54–57. EDN: ZEUPRD Print. (In Russ.)
3. Amirova, R.M. 2016. "Historical ergonyms related to trade as part of the ergonymic space of Kazan in the 17th — early 20th centuries." *Philological Sciences. Questions of theory and practice*, vol. 60, no. 6–3, pp. 64–67. Print. (In Russ.)
4. Salimova, D.A. 2023. "Linguocreative trends in the design of the modern ergonymicon: based on the names of bilingual Kazan." *Multilingualism in the educational space*, vol. 15, no. 2, pp. 203–208. <https://doi.org/10.35634/2500-0748-2023-15-2-203-208> EDN: HBRPLE Print. (In Russ.)
5. Alekseeva, A.V., and A.R. Ismagilova. 2020. "Ergonymic languages of the central streets of Kazan and Salamanca." *Terra Linguae*, issue 7, pp. 7–11. EDN: CDXUBR Print. (In Russ.)
6. Medvedeva, D.V. 2020. "Structural and semantic paradigms of ergonyms of the central and peripheral streets of Madrid and Kazan." *Terra Linguae*, issue 8, pp. 34–39. EDN: VOEZBE Print. (In Russ.)
7. Stafievskaya, M.V., and D.A. Zhukov. 2017. "The influence of Russian-Hungarian relations on the historical and cultural space of the city of Yoshkar-Ola." *Bulletin of the Mari State University*, vol. 3, no. 1, pp. 26–31. EDN: YMZGKH Print. (In Russ.)

8. Khabibullina, F.Ya, and I.G. Ivanova. 2022. “Borrowings in urbanonyms of Yoshkar-Ola with an otanthroponymic component.” *Finno-Ugric world*, vol.14, no. 1, pp. 58–77. <https://doi.org/10.15507/2076-2577.014.2022.01.58-77> EDN: MCRNRU Print. (In Russ.)
9. Khabibullina, F.Ya., and I.G. Ivanova. 2022. *National and borrowed geographical onyms in the regional linguistic and cultural space*: monograph. Yoshkar-Ola: Mari State University. EDN: MOSVAI Print. (In Russ.)
10. Mukhitov, R.K. 2018. “The relevance of functional monitoring of the pedestrian zone of the historical city (on the example of Bauman Street in Kazan)”. *Izvestiya KGASU*, no. 1 (43), pp. 55–62. EDN: UOVUWB Print. (In Russ.)
11. Podolskaya, N.V. 1988. *Dictionary of Russian onomastic terminology. 2nd ed., revised and add.* Moscow: Science. Print. (In Russ.)
12. Perepelitsa, V.V. 1997. *How to make advertising effective or how to become famous?* Rostov-on-Don: Phoenix Publishing House. EDN: YYZVOL Print. (In Russ.)
13. Mikhailyukova, N.V. 2014. *Texts of city signage as a special speech genre (based on the language of Vladivostok)*. Vladivostok. Print. (In Russ.)
14. Taylor, K., and J. Lennon. 2012. *Cultural landscape management*. London and New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203128190> Print.
15. Martin, O., and J. Piatti. 2009. *World Heritage and buffer zone*. Paris: UNESCO. Print. 16.
16. Krieger, L. 2009. *Architecture of the community*. Washington: Island Press. Print.

Сведения об авторах:

Иванова Ираида Геннадьевна — кандидат филологических наук, доцент, Марийский государственный университет, Российская Федерация, 420000, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, 1. ORCID: 0000-0001-5247-0125, eLibrary SPIN-код: 4081-7299. E-mail: iraida44@yandex.ru

Хабидулина Флёра Яхиятовна — кандидат педагогических наук, доцент, Марийский государственный университет, Российская Федерация, 420000, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, 1. ORCID: 0000-0002-5438-1828, eLibrary SPIN-код: 2883-1021. E-mail: khflora@yandex.ru

Bio notes:

Iraida G. Ivanova is Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Mari State University, 1 Lenin Sq, Yoshkar-Ola, 420000, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-5247-0125, eLibrary SPIN-code: 4081-7299. E-mail: iraida44@yandex.ru

Flera Ya. Khabibullina is Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Mari State University, 1 Lenin Sq, Yoshkar-Ola, 420000, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-5438-1828, eLibrary SPIN-code: 2883-1021. E-mail: khflora@yandex.ru