

the following *conclusions*: in Polish advertising texts, as well as in Ukrainian ones, phraseological units are rarely used without violating the structure and semantics, that is, in a literal reproduction. More often in both Ukrainian and Polish advertising texts we deal with modified phraseological units. The main type of modification is the replacement of phraseological components. Analysis of phraseological units in advertising texts showed that they are necessary components to create expressiveness and imagery of the text.

Key words: phraseologism, phraseological unit, advertising text, literally reproduced phraseologisms, modified phraseologisms.

Статтю отримано 28.04.2021 р.

DOI: 10.18524/2307-4558.2021.35.237842

УДК 811.512.122'373.2(574-25)

ИСКАКБАЕВА Шолпан Орынтаевна,

докторант PhD кафедры теоретической и прикладной лингвистики Евразийского национального университета имени Л. Н. Гумилева; ул. Сатпаева, 2, Нур-Султан, 010000, Казахстан; тел.: +7 7755512380; e-mail: sholpan.isk@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-0957-8760

АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО КАЗАХСТАНСКОГО ЭМПОРОНИМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА (на примере торговых объектов города Нур-Султан)

Аннотация. В статье рассматриваются проблемные вопросы применения эмпоронимов в городском информационном медиапространстве. Проанализированы технологии смыслопорождения и манипулирования. *Цель* статьи — изучить эмпоронимы Казахстана на современном этапе исторического развития казахского общества и государства. *Объект* исследования — эмпоронимы как единицы-номинанты реалий современного городского пространства. *Предмет* исследования — особенности эмпоронимов казахского языка. В качестве материала исследования были выбраны эмпоронимы, выступающие номинациями крупнейших торговых объектов г. Нур-Султан. Единицы для анализа отбирались методом сплошной выборки, при котором изучению подвергались лексемы и синтаксические конструкции по мере их представленности в дискурсе. *Результаты* исследования: выявлены особенности формирования эмпоронимического пространства современного Казахстана, специфика появления и функционирования эмпоронимов под влиянием трансформаций социокультурной реальности. *Выводы.* Система эмпоронимов современного казахского языка формируется под сильным влиянием английского языка. В то же время, номинации городских объектов часто апеллируют к историческому прошлому казахов, отражают интенцию к воздействию на эмоциональную сферу реципиента, вызывают к чувству патриотизма и исторической гордости. *Практическое применение* результатов исследования представляется возможным в процессе дальнейшего изучения изменений казахского языка под влиянием социокультурных факторов. Результаты могут быть полезны при проведении исследований, выполненных в русле контрастивной лингвистики.

Ключевые слова: ономастика, эмпоронимы, городское медиапространство, Казахстан, Нур-Султан.

Постановка проблемы. В последние годы для большей части населения привычной средой обитания становится город, городской контекст, в котором протекает жизнедеятельность личности, средства которого оказывают влияние на мировосприятие, миропонимание и мироконструирование личности. В последние десятилетия особая роль в моделировании городского контекста отводится наименованиям торговых марок, объектам, названиям торговых предприятий — эмпоронимам. Эмпоронимы сегодня не просто окружают личность, не просто выступают средством конструирования городской реальности, но и обладают силой идеологического воздействия на личность, мотивируя к совершению тех или иных поступков, прежде всего, к приобретению товаров или услуг.

Принимая во внимание высокую степень распространенности номинации торговых марок, торговых брендов, в последние годы всё большую актуальность и значимость приобретает изучение эмпоронимов. В современной научной литературе подвергаются исследованию самые различные аспекты номинаций: особенности функционирования, истоки формирования, взаимодействие с другими группами онимов. В то же время, принимая во внимание тот факт, что актуальным объектом исследований эмпоронимы стали относительно недавно, по сегодняшний день лексические единицы данной группы остаются изученными фрагментарно. Соответственно, формируется противоречие, обусловленное, с одной стороны, увеличением численности эмпоронимов, численности работ, посвящённых исследованию номинаций торговых объектов, и недостаточной изученностью указанных единиц, с другой. Разрешение указанного противоречия обуславливает актуальность темы исследования.

Связь с предыдущими исследованиями. Прежде всего, хотелось бы отметить, что проблема имен собственных онимов не нова в лингвистических науках. В разные годы к исследованию различных аспектов онимов обращались М. Я. Морозкин [4], В. А. Никонов [6], А. В. Суперанская [11–13],

Т. В. Шмелёва [12] и т. д. Однако работы, объектом исследования которых выступают эмпоронимы, малочисленны. Во многом подобная ситуация объясняется тем фактом, что на протяжении длительного периода времени названия городских объектов были стандартизированными, не отражали результаты лингвокреативного творчества. За последние десятилетия города стран постсоветского пространства несколько изменили свой вид, облик, который сформировался во многом под влиянием эмпоронимов.

Следует отметить, что в наиболее общем виде под эмпоронимами понимаются обозначения магазинов, торговых учреждений, торговых объектов в целом [12; 1, с. 7]. Иными словами, указанный термин объединяет все названия объектов, так или иначе связанных с продвижением и продажей товаров и услуг.

Постановка задач. В качестве материала исследования были выбраны эмпоронимы, выступающие номинациями крупнейших торговых объектов новой столицы Казахстана, города Нур-Султана. В качестве источника для сбора материала был использован официальный сайт города [7], единицы для анализа отбирались методом сплошной выборки, при котором изучению подвергались лексемы и синтаксические конструкции по мере их представленности на сайте.

Изложение основного материала. Эмпоронимы сопровождают человечество с древнейших времён. Они возникли, предположительно, одновременно с возникновением товарно-денежных отношений как таковых, однако наибольшей интенсивности процессы образования новых онимов достигли в настоящее время, когда мы переживаем «словарный», точнее, ономастический «бум» [5, с. 36], обусловленный рядом лингвистических (слово-наименование) и экстралингвистических (рисунки, цветовое оформление) факторов.

К лингвистическим факторам следует отнести взаимодействие между национальными культурами, усиление межъязыковых контактов, социальные катаклизмы и языковую политику: «Меняется коммуникативная парадигма современного общества: носители языка все больше сознают свое важное место в общественно-политической жизни, формируют собственные оценки происходящих событий, ведут себя в процессе коммуникации в соответствии с собственными целями, мотивами и интересами» [3, с. 14]. Иначе говоря, на сегодняшний день активизация словообразовательных процессов обусловлена процессами демократизации общества и языка, изменениями общественного сознания, увеличением взаимодействия между национальными культурами, появлением новых реалий, изменениями предметного мира и материальной культуры.

Под влиянием демократизации отмечается снижение требований к оформлению собственных высказываний, акцент смещается на сущность сообщения, а не на правильность его оформления. В результате этого, с одной стороны, отмечается расшатывание литературных норм, с другой, — повышается транспарентность границ между культурными стилями и культурными моделями. В итоге, в рамках одного функционального стиля могут одновременно употребляться научные термины и просторечные слова, отмечается активное проникновение в национальную казахскую культуру многочисленных заимствований, прежде всего, американизмов.

Вследствие изменений системы аксиологием формируются новые значения лексических единиц, чаще всего идеологически направленные, семантика которых связана с политической сферой коммуникации. Демократизация общественного сознания актуализирует интенсивность словообразовательных процессов, мотивирует к словотворчеству, в котором язык выступает прямым отражением новых, изменившихся общественных интересов, новых общественных ценностей. Имена собственные, таким образом, по словам М. Я. Морошкина, «имеют важность и значение не только как языковой материал, но и как памятник воззрений, понятий и представлений народных, в них нередко отражается характер и дух народный лучше всех других исторических памятников» [4, с. 6].

Как и другие онимы, эмпоронимы обладают полевой структурой, в которой условно можно выделить ядро (денотативные значения), ближнюю периферию (коннотации) и дальнюю периферию (ассоциативные значения) [11–15].

В качестве основных функций исследуемого класса единиц можно отметить назывную, идентифицирующую (эмпороним выступает средством номинации единичных объектов), информативную и рекламную (прагматическую) [2, с. 9]. Эмпоронимы неизменно содержат информацию об особенностях развития региона, его истории, населения, религии и вероисповедания. Иными словами, в эмпоронимах отражаются национальные ценности, национальное миропонимание, мировосприятие, особенности жизнедеятельности национального общества, что делает их бесценным источником сведений о жизни народа и нации. Они же обладают высоким манипулятивным потенциалом, который проявляется, прежде всего, в повышении мотивации к приобретению товаров и услуг.

Принимая во внимание выявленные особенности эмпоронимов, на следующем этапе работы представляется целесообразным обратиться к изучению особенностей формирования и функционирования изучаемых лексических единиц в современном казахском языке.

Город Нур-Султан — интенсивно развивающийся мегаполис республики. Благодаря государственной поддержке в последние годы в столице осуществляется активное развитие бизнеса, что приводит к появлению торговых объектов, объектов малого и среднего бизнеса, которые, в свою очередь, требуют своей номинации, формирования эмпоронимов. Следовательно, изучение эмпоронимов

города косвенно позволяет выявить общие тенденции развития эмпоронимического пространства в Казахстане.

Примерами эмпоронимов могут выступать следующие:

ТРЦ «*Хан Шатыр*» — один из крупнейших торговых центров столицы, который в последние годы превратился в своеобразный символ города. В основании номинации — размеры здания, акцент делается на то, что здание представляет собой наибольшее сооружение подобного типа. Номинация выступает производной от «хан» (1) в турецком, персидском — «дом»; (2) азиатский титул: хан — император) [11, с. 221] + «шатыр» (древнее заимствование из тюркского, шатёр, палатка) [11, с. 413]. Первый компонент подчёркивает размеры сооружения, второй — его сущность. Конструкция создана по модели аналогичной русскоязычной модели «Царь-пушка», «Царь-колокол», когда номинация титула направлена на отражение не характера принадлежности сооружения, а на его размер. Благодаря эмпорониму одновременно осуществляется привлечение внимания к сооружению, к торговому центру, реализация функции идентификации, конкретизации единичного торгового объекта. Оба структурных компонента выступают порождением казахской лингвокультуры, апеллируют к сознанию реципиента посредством актуализации национальных смыслов, связанных в сознании личности с номинацией титула, обращения к историческому прошлому страны, системе верований.

С историческим прошлым Казахстана связана номинация ТРЦ «*Керуен*» — караван как цепь путников, которые в далёком прошлом передвигались по просторам Казахстана, по Великому шёлковому пути. Караваны стали неотъемлемой составляющей казахской истории, ментальности, и эмпороним таким образом апеллирует к национальному прошлому казахов, их исторической гордости.

В качестве иного примера эмпоронима можно привести следующий: ТД «*Жаннур*» — в данном случае в качестве номинации торгового объекта используется традиционное казахское имя собственное, антропоним. Воздействие на потенциального покупателя осуществляется при помощи усиления национальной составляющей, обращения к знакомым, привычным реалиям, именам. В данном аспекте наглядно отображается тесная взаимосвязь между онимами, тенденция к использованию антропонимов в качестве номинации объектов социокультурной среды.

Антропоним был положен в основу ещё одного эмпоронима: рынок «*Асем*». В данном примере видим, что развитие эмпоронимической системы осуществляется в логике развития группы топонимов, которые формируются под влиянием антропонимов. Как отмечает В. А. Никонов, подобные топонимы «некогда служили основным средством выражения принадлежности, образуя притяжательные прилагательные. Эта историческая функция сделала их господствующими в ойконимии, когда распространение феодальной собственности на землю стало главным признаком наименования мест — кому оно принадлежит» [6, с. 69]. Та же функция отражения принадлежности осуществляется и в структуре эмпоронимов, основанных на антропонимах.

Помимо антропонимов в качестве основы для эмпоронимов могут использоваться топонимы, например: *Сарыарка* — название степи в Центральном Казахстане, которое было использовано в качестве основы для номинации торгового центра. В данном случае отмечается обращение не к историческим, а к географическим, климатическим особенностям страны.

Как было выявлено ранее, на сегодняшний день отмечается усиление тенденции к заимствованию онимов, в том числе эмпоронимов, например: ТРЦ «*Asia Park*» — в отличие от представленной выше номинации, указанный эмпороним наглядно отображает влияние английского языка на формирование эмпоронимического пространства города. Конструкция выступает результатом заимствования двух лексических единиц: *Asia* (название крупнейшей части света) + *Park* (производное от средневекового лат. *parcisus* — отгороженное место, участок земли с естественной или посаженной растительностью, аллеями, водоёмами и т. д. [13]). Соответственно, первый компонент указывает на местоположение объекта, второй выступает номинацией самого объекта. Важно добавить, что оба компонента обладают высоким манипулятивным потенциалом: первый подчёркивает, что объект, торговый центр выступает местом отдыха не только для жителей Казахстана, но для всех жителей Азии, отражает масштабность проекта. Существительное «парк» подчёркивает высокий уровень развития инфраструктуры торгово-развлекательного центра, лексема изначально обладает позитивными коннотациями в сознании казахов, которые исторически выживали в суровых условиях сухого климата, длительное время были кочевой культурой, вызывая ассоциации с оазисом, местом отдыха.

Заимствованными из английского языка словами сформирован и эмпороним ТРЦ «*Mega Silk Way*» — название казахской сети торговых-развлекательных центров. Этот эмпороним состоит из греческого компонента (*mezas* — большой), вошедшего в казахский и многие языки мира через посредство других языков. Благодаря ему в названии сети акцентируется внимание на желании охватить своей деятельностью как можно большую территорию и количество жителей. Интересным представляется второй компонент: *Silk Way*. С одной стороны, компонент является заимствованием из английского, отражая влияние интеграционных глобализационных процессов, усиление воздействия английского языка на национальные языковые системы. С другой, — номинация апеллирует к историческому прошлому Казахстана, периоду, когда через страну проходил Великий шёлковый путь, который связывал страны Азии со Средиземноморьем. Соответственно, в данном эмпорони-

ме сливается универсальное, глобальное и национальное, уникальное. Обращение к историческому прошлому позволяет подчеркнуть выдающееся место Казахстана в прошлом и современном мире. В последние годы широкое распространение эмпоронима связано с китайской инициативой: проектом «Один пояс — один путь», — который, по сути, должен возродить древний маршрут, связав многие страны торговыми путями и взаимоотношениями с Китаем через территорию Казахстана. В содержании конструкции, таким образом, сливается прошлое и настоящее, сама номинация апеллирует к исторической гордости и патриотизму казахов.

Выводы. Таким образом, на основании проведённого анализа можно сделать вывод, что эмпоронимы представляют собой номинации торговых марок, торговых объектов. Они неразрывно связаны с производственной, торговой, профессиональной жизнедеятельностью общества, в той или иной форме сопровождают человечество на протяжении всей истории его существования, однако высокой степени продуктивности процессы формирования эмпоронимов достигают в последние десятилетия. На основании анализа номинаций торговых объектов г. Нур-Султан можно сделать ряд выводов: (1) современное казахстанское эмпоронимическое пространство развивается под сильным влиянием английского языка, американизмов, которые становятся основой для номинации торговых объектов; (2) в процессе формирования эмпоронимического пространства современного Казахстана отчётливо прослеживается тенденция обращения к историческому прошлому государства. Номинации отражают интенцию к воздействию на эмоциональный фон, историческую гордость и чувство патриотизма казахов; (3) большая часть торговых организаций обращается к семантике прилагательного «большой», подчёркивает размеры сооружения, амбициозные устремления бизнесменов, акцентируя внимание на том, что их деятельность не ограничивается исключительно Казахстаном, но распространяется на всю Азию или Евразию; (4) в процессе формирования эмпоронимического пространства Казахстана отмечается обращение к многочисленным реалиям, отражающим особенности национальной культуры, истории, национального мировосприятия; (5) развитие эмпоронимической системы сегодня осуществляется в логике формирования топонимической системы в историческом плане, в результате чего в качестве основы для эмпоронимов чаще других используются антропонимы, являющиеся средством отражения принадлежности торговой марки, бренда объекта его создателю, разработчику, владельцу; (6) в качестве основы эмпоронимов могут выступать также топонимы.

Перспективы исследования. В дальнейшем исследовании затронутой проблемы предполагается провести сопоставительное изучение особенностей формирования эмпоронимов в русской, казахской, английской лингвокультурах, что позволит выявить и разграничить универсальные и национальные характеристики отражения городского пространства в национальных языковых системах.

Л и т е р а т у р а

1. Бакшеева М. Г., Поспелова Н. А. Эмпоронимическое пространство г. Ханты-Мансийска. *Вестник Югорского государственного университета*. Ханты-Мансийск, 2012. Вып. 1 (24). С. 7–9.
2. Исмагилова Г. Х. Языковые особенности наглядно-информационной атрибутики города в рамках реализации закона о языках Республики Татарстан : на примере казанских урбанонимов : Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2011. 23 с.
3. *Кормилицына М. А.* Некоторые итоги исследования процессов, происходящих в языке современных газет. *Проблемы речевой коммуникации* : Межвуз. сб. науч. тр. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2008. Вып. 8. С. 13–34.
4. Морозкин М. Я. Славянский именослов или Собрание славянских личных имён в алфавитном порядке. Санкт-Петербург : Типография Второго отделения собственной Е. И. В. Канцелярии, 1867. 213 с.
5. Никипорец-Такигава Г. Ю. Языковая норма в постсоветской социокультурной ситуации. *Язык, сознание, коммуникация* : Сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. Москва : МАКС Пресс, 2004. Вып. 26. С. 33–38.
6. Никонов В. А. Введение в топонимику. Москва : Наука, 1965. 179 с.
7. Официальный интернет-ресурс акимата города Нур-Султан. URL : http://astana.gov.kz/ru/page/preferencii_lgoty_dlya_investorov/
8. Степанов Е. Н. Факторы формирования одесской урбанотопонимии. *Записки з ономастики* : зб.наук. праць. Одеса : АстроПринт, 2000. Вып. 4. С. 12–22.
9. Степанов Е. Н. Город в контексте научной лингвистической парадигмы. *Мова* : науково-теоретичний часопис з мовознавства. Одеса : Астропринт, 2012. № 17. С. 14–23.
10. Степанов Е. Н. Взаимодействие научных лингвистических подходов в исследовании русской городской речи. *Мова* : науково-теоретичний часопис з мовознавства. Одеса : Астропринт, 2014. № 21. С. 27–35.
11. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка : в 4 т. Москва : Астрель ; АСТ, 2009. Т. 4. 861 с.
12. Шмелёва Т. В. Новгородский ономастикон / под ред. А. В. Жукова. *Слово и фразеологизм в русском литературном языке и народных говорах* : Межвуз. сб. науч. тр. В. Новгород, 2001. С. 187–193.
13. Энциклопедический словарь. 2009. URL : <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/42906/парк/>
14. Byrne A. Perception and Conceptual Content. *Contemporary Debates in Epistemology* / edited by E. Sosa & M. Steup, Chichester : Blackwell, 2005. P. 231–250.
15. McAlliste B. Conceptualism and Concept Acquisition. *Theoria*. Stockholm, 2021. Vol. 87, issue 1. P. 69–86. URL : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/theo.12209/> (Date of access : 23.03.2021). DOI: /10.1111/theo.12209/

References

1. Baksheyeva, M. G., Pospelova, N. A. (2012), "Emporonymic space of Khanty-Mansiysk city", *Herald of Yugra State University* ["Emporonymicheskoye prostranstvo goroda Hanty-Mansiyska", *Vestnik Yugorskogo gosudarstvennogo universiteta*], Khanty-Mansiysk, issue 1 (24), pp. 7–9.
2. Ismagilova, G. Kh. (2011), *Linguistic features of visual and informational attributes of the city within the framework of the implementation of the law on the languages of the Republic of Tatarstan : on the example of Kazan urbanonyms : Author's thesis [Yazykovye osobennosti naglyadno-informatsionnoy atributiki goroda v ramkakh realizatsii zakona o yazykakh Respubliki Tatarstan : na primere kazanskikh urbanonimov : Avtoref. dis. kand. filol. nauk]*, Kazan, 23 p.
3. Kormilitsyna, M. A. (2008), "Some results of the study of the processes occurring in the language of modern newspapers", *Problems of verbal communication : Inter-university collection research papers* ["Nekotorye itogi issledovaniya protsessov, proishodyashchikh v yazyke sovremennykh gazet"], *Problemy rechevoy kommunikatsii : Mezhevuz. sb. nauch. trudov*, Publishing house of Saratov University, Saratov, issue 8, pp. 13–34.
4. Moroshkin, M. Ya. (1867), *Slavic name book or Collection of Slavic personal names in the alphabetical order [Slavyanskii imenoslov ili Sobranie slavyanskikh lichnykh imyon v alfavitnom poriyadke]*, Printing House of the Second Branch of His Imperial Majesty Own Office, St. Petersburg, 213 p.
5. Nikiporets-Takigawa, G. Yu. (2004), "Language norm in the post-Soviet socio-cultural situation", *Language, consciousness, communication : Collected papers* ["Jazykovaya norma v postsovetsoy sotsiokul'turnoy situatsii", *Yazyk, soznaniye, kommunikatsiya : Sb. statey*], edited by V. V. Krasnykh, A. I. Izotov, MAKS Press, Moscow, vol. 26, pp. 33–38.
6. Nikonov, V. A. (1965), *Introduction to toponymics [Vvedenie v toponomiku]*, Nauka, Moscow, 179 p.
7. *Official Internet resource of the akimat of Nur-Sultan city* [Ofitsial'nyy Internet-resurs akimata goroda Nur-Sultan], available at : http://astana.gov.kz/ru/page/preferencii_lgoty_dlya_investorov/
8. Stepanov, Ye. N. (2000), "Factors of Odessa urban toponymy formation", *Opera in Onomastica*, ["Fakty formirovaniya odeskoj urbanotoponimii", *Zapysky z onomastyky*], Odessa I. I. Mechnikov National University, AstroPrint, Odessa, vol. 4, pp. 12–22.
9. Stepanov, Ye. N. (2012), "City in the context of linguistic research paradigms", *Mova / Language : scientific and theoretical journal of linguistics* ["Gorod v kontekste nauchnoy lingvisticheskoy paradigmy, Mova : naukovо-teoretychnyy chasopys z movoznavstva], Odessa I. I. Mechnikov National University, Astroprint Publishing house, Odessa, vol., 17, pp. 14–23.
10. Stepanov, Ye. N. (2014), "Interaction of scientific linguistic approaches to research the Russian urban language", *Mova / Language* ["Vzaimodeystviye nauchnykh lingvisticheskikh podkhodov v issledovanii russkoy gorodskoy rechi", *Mova*], Odessa I. I. Mechnikov National University, Astroprint Publishing house, Odessa, vol. 21, pp. 27–35
11. Vasmer, M. (2009), *Etymological dictionary of the Russian language : in 4 volumes [Etimologicheskii slovar' russkogo yazyka : v 4 t.]*, Astrel-AST Publishing house, Moscow, vol. 4, 861 p.
12. Shmelyova, T. V. (2001), "Novgorod Onomasticon", *Word and phraseological units in the Russian literary language and folk dialects : inter-univ. coll. sci. papers* ["Novgorodskiy onomastikon", *Slovo i frazeologizm v russkom literaturnom yazyke i narodnykh govorakh* : Mezhevuz. sbornik nauch. trudov], edited by A. V. Zhukov, Great Novgorod, pp. 187–193.
13. *Encyclopedic Dictionary* (2009) [Entsiklopedicheskii slovar'], available at : <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/42906/park/>
14. Byrne, A. (2005), "Perception and Conceptual Content", *Contemporary Debates in Epistemology* / edited by E. Sosa & M. Steup, Blackwell Publishing, Chichester, pp. 231–250.
15. McAlliste B. (2021), "Conceptualism and Concept Acquisition", *Theoria*, Stockholm, vol. 87, issue 1, pp. 69–86. Available at : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/theo.12209/> (Accessed : 23.03.2021). DOI: /10.1111/theo.12209/

ІСКАКБАЄВА Шолпан Оринтаївна,

докторант PhD першого року навчання кафедри теоретичної та прикладної лінгвістики Євразійського національного університету імені Л. М. Гумільова; вул. Сапаєва, 2, Нур-Султан, 010000, Казахстан; +7 7755512380; e-mail: sholpan.isk@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-0957-8760

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО КАЗАХСЬКОГО ЕМПОРОНІМІЧНОГО ПРОСТОРУ (на прикладі торговельних об'єктів міста Нур-Султан)

Анотація. У статті розглядаються проблемні питання застосування емпоронімів у міському інформаційному медіа просторі. Проаналізовано технології смислопородження і маніпулювання. **Мета** статті — вивчення емпоронімів Казахстану на сучасному етапі історичного розвитку казахського суспільства і держави. **Об'єкт** дослідження — емпороніми як одиниці-номінанти реалій сучасного міського простору. **Предмет** дослідження — особливості емпоронімів казахської мови. **Матеріалом** дослідження було обрано емпороніми-номінації найбільших торговельних об'єктів міста Нур-Султан. Одиниці для аналізу відбиралися **методом** суцільної вибірки, при якому вивченню підлягали лексеми і синтаксичні конструкції у відповідності до їхньої послідовності в поданні у дискурсі. **Результати** дослідження: виявлено особливості формування емпоронімичного простору сучасного Казахстану, специфіку формування емпоронімів під впливом трансформації соціокультурної реальності. **Висновки.** Результати проведеного дослідження надають змогу зробити висновок, що система емпоронімів сучасної казахської мови формується під сильним впливом англійської мови. У той же час, на сьогоднішній день номінації міських об'єктів часто апелюють до історичного минулого казахів, відображають інтенцію до впливу на емоційну сферу реципієнта, містять відсилки до почуття патріотизму та історичної гордості. Результати дослідження можуть знайти своє **практичне застосування** у процесі подальшого вивчення змін казахської мови під впливом соціокультурних чинників, виявлення взаємозв'язків між лінгвістичними та екстралінгвістичними факторами. Результати можуть бути корисними у проведенні досліджень, виконаних у руслі медіа простору лінгвістики.

Ключові слова: ономастика, емпороніми, міський медіа простір, Казахстан, Нур-Султан.

Sholpan O. ISKAKBAYEVA,

graduate student at the Department of Theoretical and Applied Linguistics of L. N. Gumilyov Eurasian National University; 2 Satpayev st., Nur-Sultan, 010000, Kazakhstan; +7 7755512380;
e-mail: sholpan.isk@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-0957-8760

ASPECTS OF FORMATION OF MODERN KAZAKH EMPORONIMIC SPACE (on the material of Nur-Sultan city emporonims)

Summary. The article deals with the controversial issues of the use of emporonyms in the urban information media space. There were analyzed the technologies of meaning-making and manipulation. *The purpose* of the article is to study the emporonyms of Kazakhstan at the present stage of historical development of the Kazakh society and state. *The object* of the research is emporonyms as nominees of the realities of modern urban space. *The subject* of the research is features of the emporonyms of the Kazakh language. Emporonyms-nominations of the largest trading objects in Nur-Sultan were selected as the research material. Units for analysis were selected by the continuous sampling method, thus, lexemes and syntactic constructions were studied in accordance to an order of their representation in discourse. *The results* of the study revealed the features of the formation of the emporonymic space of modern Kazakhstan, the specificity of the formation of emporonyms under the influence of transformations of socio-cultural reality.

Conclusions. As a result of the study, it seems possible to conclude that the system of emporonyms of the modern Kazakh language is formed under the strong influence of the English language. At the same time, today the nominations of urban objects often appeal to the historical past of Kazakhs, reflect the intention to influence the emotional sphere of the recipient, appeal to a sense of patriotism and historical pride. *The practical application* of the research results is possible in the process of further studying the changes in the Kazakh language under the influence of sociocultural factors, in the process of identifying the relationship between linguistic and extralinguistic factors. The results can be useful in further research carried out in the mainstream of contrastive linguistics.

Key words: onomastics, emporonyms, urban media space, Kazakhstan, Nur-Sultan.

Статтю отримано 14.04.2021 р.

DOI: 10.18524/2307-4558.2021.35.237846

УДК 811.162.1'373.7:159.942.3

ЛОЗИНСЬКА Оксана Григорівна,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри польської філології Львівського національного університету імені Івана Франка; вул. Університетська, 1, Львів, 79000; Україна; e-mail: oksana.lozynska@lnu.edu.ua;
тел.: +38 097 2494558; ORCID: 0000-0002-1479-3000

КОНТАМІНАЦІЇ ПОЛЬСЬКИХ КІНЕМАТИЧНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙ

Анотація. *Мета* статті — продемонструвати особливості структури, семантики та функціонування в текстах сучасної польської мови фразеологічних контамінацій як одного із типів структурно-семантичних інновацій, яких зазнають польські кінематичні фразеологізми на позначення емоцій. *Об'єктом* дослідження є контаміновані польські кінематичні фразеологізми на позначення емоцій; *предметом* аналізу — структурно-семантичні особливості контамінованих кінематичних фразеологізмів на позначення емоцій. *Результатом* дослідження є ґрунтовне вивчення текстової реалізації контамінованих кінематичних фразеологізмів, розкриття механізмів їхнього творення з урахуванням специфіки семантичного поєднання контамінованих фразеологізмів, встановлення різновидів контамінацій та спроба визначення причин їхньої появи. **Висновки.** З'ясовано, що значення контамінованих кінематичних фразеологізмів є результатом розширення — накладання, розгортання чи злиття — значень переважно двох вихідних нормативних фразеологізмів. Такі контамінації здебільшого вживаються для інтенсифікації значення одиниці шляхом схрещення значень поєднаних фразеологізмів. Найчастіше контамінуються дієслівні фразеологізми з іменними чи два дієслівні фразеологізми, значно рідше — обставинні з дієслівними чи два обставинні фразеологізми. При перехрещенні дієслівної одиниці з іменною відбувається розгортання образу і/чи значення дієслівного фразеологізму, а при контамінаціях з формально-семантичним вузлом — накладання значень фразеологізмів.

Ключові слова: кінематична фразеологічна одиниця, нормативний фразеологізм, фразеологічна інновація, фразеологічна контамінація, контамінований фразеологізм, польська мова.

Постановка проблеми. Сучасні мовці в процесі комунікації часто чи то свідомо, чи несвідомо використовують фразеологічні одиниці (далі ФО) не лише у їхній нормативній, а й у видозміненій формально і/або семантично формі, намагаючись таким чином прикрасити, увиразнити чи уточнити свої думки. Саме тому функційні особливості ФО є важливим аспектом їхнього дослідження. Слідом за М. В. Жуйковою вважаємо, що „багато так званих „стійких” виразів поводяться насправді як