

УДК 81'272

DOI: 10.26907/2782-4756-2025-82-4-19-25

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В ЭРГОНИМАХ ПОЛИЛИНГВАЛЬНОГО ГОРОДА: НОМИНАТИВНЫЕ МОДЕЛИ (НА МАТЕРИАЛЕ КАЗАНИ)

© Елена Варламова, Фануза Тарасова

ENGLISH IN THE ERGONYMS OF A MULTILINGUAL CITY: NOMINATIVE MODELS (BASED ON KAZAN)

Elena Varlamova, Fanuza Tarasova

The English language is characterized by various modes of expression in ergonyms. The latter may contain an English lexeme not found in the official languages of Kazan, Russian or Tatar. Furthermore, ergonyms may also include English-associated vocabulary, to which international and non-international loanwords from English refer, as well as international vocabulary found in Russian, Tatar, and English dictionaries. The hypothesis of the Research is: The English language, in any of its manifestations, is represented in commercial names which are formed according to cognitive models of a specific structure, and constructs the consciousness of the target audience. Our study of the names of food service establishments on Chistopolskaya, one of Kazan's longest and busiest streets, identified dominant models of nomination: direct (by a product) and metonymic (by a subject, by raw materials used for production, by a target audience, by a part of the product's country of origin, by a specific room in the establishment, by a piece of professional equipment, and by the result of the activity). Direct nomination models "include" the population in a shared global gastronomic space, while metonymic transfer nomination attests to the high degree of Anglicization of Kazan residents' consciousness, as well as their good lexical proficiency in English. The limited use of metaphorical models, however, suggests the lack of vitality in the English language for expressing national specifics and cultural codes.

Keywords: ergonym, English vocabulary, anglo-associated vocabulary, models of direct and indirect nomination, metonymy

Английский язык характеризуется различными способами выраженности в эргонимах. Наименования могут содержать лексему английского языка, не зафиксированную в титульных языках Казани, русском и татарском. Кроме этого, в состав эргонимов может входить и англо-ассоциируемая лексика, к которой относятся заимствования из английского языка интернационального и не интернационального характера, а также интернациональная лексика, присутствующая в словарях русского, татарского и английского языков. Гипотеза исследования заключается в следующем предположении: английский язык в любом из своих проявлений использован номинантами в эргонимах, образованных по когнитивным моделям особой структуры, и конструирует сознание целевой аудитории. В ходе исследования на материале наименований сферы общепита одной из самых длинных и «бойких» улиц Казани, Чистопольской, были определены доминирующие модели номинации: прямая (через продукт деятельности) и метонимическая (по субъекту, по сырью для производства продукта, по целевой аудитории, по части культуры страны продукта, по одному из помещений заведения, по предмету профессионального оборудования, по результату деятельности). Наличие моделей прямой номинации «включает» население в общее мировое гастрономическое пространство, номинация по переносу по типу метонимии свидетельствует о высокой степени англоизированности сознания казанцев, а также о хорошем уровне владения английским языком на лексическом уровне, в то время как ограниченность метафорических моделей говорит о невитальности английского языка в плане выражения национальной специфики и культурного кода.

Ключевые слова: эргоним, лексика английского языка, англо-ассоциируемая лексика, модели прямой и косвенной номинации, метонимический перенос

Для цитирования: Варламова Е., Тарасова Ф. Английский язык в эргонимах полилингвального города: номинативные модели (на материале Казани) // Филология и культура. Philology and Culture. 2025. № 4 (82). С. 19–25. DOI: 10.26907/2782-4756-2025-82-4-19-25

Эргонимы городов Российской Федерации представляют обширный материал для лингвистических и междисциплинарных исследований, пользующийся непреходящим интересом ученых и широкой общественности, не теряющий актуальности в силу собственной изменчивости. «Текучесть» и «гибкость» эргонимиков связана прежде всего с их чувствительностью к политическим, социальным и экономическим изменениям, и в силу этого исследования эргонимов не могут не проводиться в русле социолингвистики.

Актуальность настоящего исследования поддерживается множественностью подходов к классификации эргонимов, среди которых можно выделить исследования структуры эргонимов (А. В. Беспалова, С. В. Земскова), особенностей аббревиатурных эргонимов (З. Т. Танаева), образования и функционирования эргонимов (Д. А. Яловец-Коновалова, И. В. Крыкова, В. Л. Нестерова), ономастического сознания современного горожанина (А. А. Трапезникова), семантических и pragматических особенностей эргонимов (Н. В. Шимкевич, Н. В. Носенко, А. М. Емельянова), графических и этимологических особенностей эргонимов (Е. В. Варламова).

Источником материала настоящего исследования послужили эргонимы улицы Чистопольская, г. Казань, зафиксированные в январе 2025 г. методом сплошной выборки в количестве 344 единиц. Данное исследование сконцентрировано на выявлении моделей номинации, актуализируемых в наименованиях с англоязычным или англо-ассоциируемом компонентом, которые используются в наименованиях референта – заведений общественного питания. Из общего количества эргонимов ул. Чистопольская (344 ед.) было выделено 42 таких эргонима. Говоря о наименованиях, в состав которых входит англоязычный компонент, мы понимаем эргонимы с лексемой английского языка в их составе, не зафиксированной в словарях титульных языков Казани – русском и татарском. Под англо-ассоциируемой лексикой мы понимаем заимствования из английского языка интернационального и не интернационального характера, а также интернациональную лексику, присутствующую в словарях русского, татарского и английского языков.

Модели прямой и косвенной номинации неоднократно становились объектом исследования отечественных исследователей (А. К. Матвеев, М. Э. Рут, М. А. Голомидова, Т. В. Гридина, В. Н. Телия, В. Г. Так, Е. С. Кубрякова, О. И. Блинова, Н. Д. Голев, А. А. Уфимцева,

Е. А. Кольцова, В. В. Копочева, Н. В. Носенко, М. Ю. Стрельцова и др.). На материале эргонимов модели прямой, косвенной и комплексной номинации рассматривались в диссертационном исследовании Е. С. Бутаковой.

Организации общественного питания на улице Чистопольская представлены следующими наименованиями: *Mangal island* (ресторан), *MëD kitchen* (завтрак обед ужин еда и танцы), *MëD (bar)*, *ВЕРАНДА* (KITCHEN&BAR), *РОКНРОЛЛЫ* (сеть кафе www.рокнроллы.рф), *БИНХАРТС* (КОФЕ), *PIGEON* (ПЕКАРНЯ КОНДИТЕРСКАЯ), *Хинкальная* (Кафе), *PEOPLE* (КОФЕ COFFEE), *SHAURMA CITY* (ПИЦЦА ШАУРМА БУРГЕРЫ ГИРОС СЕТЬ КАФЕ), *ПАПА ДЖОНС* (пицца), *la Vita* (Паста бар Кафе), *CHEFROLLS*, *Mozart* (Банкетный зал), *ФИЛАДЕЛЬФИЯ* (кафе), *MEAT&OSH* (кафе halal), *ГРИЛЬ №1*, *SUSHI OUTLET* (роллы пицца вок halal), *COFFEE LIKE*, *BURGER KING* (КИНГ АВТО), *ЛЛГЛ* (ЛАУНЖ КАФЕ LOUNGE CAFE), *Food Hanoi* (ВЬЕТНАМСКАЯ КУХНЯ), *АЛМАЗ* (КАФЕ halal), *AFINA* (lounge-bar), *ХИНКАЛИ ХАЧАПУРИ ШАШЛЫК*, *SofraKebab СофраКебаб* (café), *поЧЕСНОКУ* (ресторан), *Fun City* (рестопарк), *ROSTIC'S*, *ЛАВКА ПИРОГОВА* (Кофейня Пекарня), *ГОГОЛЬ МОГОЛЬ*, *Don Pizzalio* (пицца на дровах), *БЕЛЫЙ ТРИОФЕЛЬ*, *Панда*, *Agafredo Агафредо* (Coffeeshop coffee кофейня кафе), *Шоколадница* (кофейня), *AZU* (татарская кухня татар ашлары), *ЖАР СВЕЖАР* (ПЕКАРНЯ), *НА УГЛЯХ* (Шаурма#1), *RefettoriO* (gastrobar), *LUNA* (FOOD&PARTY BAR), *ХОЧУ И БУДУ* (ГАСТРОБАР).

На лексико-этимологическом уровне английский язык представлен в наименованиях в следующих качествах: 1) слово английского языка, 2) заимствование из английского языка не интернационального характера в титульные языки РТ, русский и татарский, 3) заимствование из английского языка интернационального характера, 4) интернациональное слово, входящее в фонд английского, русского и татарского языков.

1. Слова английского языка представлены в эргонимах как в однословных наименованиях, так и в сочетаниях слов: *Mangal island*, *MëD kitchen*, *PIGEON*, *PEOPLE*, *MEAT&OSH*, *БИНХАРТС*, *Food Hanoi* – 7 единиц.

2. Заимствования из английского языка не интернационального характера: не зафиксировано.

3. Заимствования из английского языка интернационального характера также представлены как в однословных наименованиях, так и в сочетаниях слов. В сложных словах одна из произво-

дящих основ может быть заимствована из английского языка, а другая – из другого иностранного языка. Выделение жирным означает заимствованный элемент интернационального характера из английского языка: **РОКНРОЛЛЫ, SHAURMA CITY, CHEFROLLS, SUSHI OUTLET** (первый элемент сложного слова – японского происхождения, откуда он и заимствован в английский язык; уже из английского языка данное слово перешло в европейские и русский языки; второй элемент сложного слова пришел в русский язык из английского, это слово используется для обозначения магазина в испанском, итальянском, немецком языках), **COFFEE LIKE** («лайк» происходит от английского слова *like* ‘нравится’ и является международным термином для обозначения одобрения контента в интернете, особенно в социальных сетях, «кофе» также является интернационализмом, в русский язык пришло из английского языка, в европейские языки – из турецкого языка), **BURGER KING** (в русский язык первый элемент сложного слова пришел из английского языка; в европейских языках слово «бургер» сохраняет свою форму или звучит похоже: на французском – *burger*, на итальянском – *burger*, на испанском – *hamburguesa*, на немецком – *Hamburger* или *Burger*; в разных странах могут существовать свои вариации названия, но корень слова, происходящий от немецкого города Гамбурга, сохраняется; слово «кинг» также зафиксировано в русском языке как заимствование из английского языка, однако не имеет значения ‘глава государства’, а было заимствовано в значении ‘карточная игра’, данное слово не интернационально, слово русского языка «король» происходит от имени короля Карла Великого), **Панда, Fun City** (оба элемента – англицизмы интернационального характера), **ВЕРАНДА** – 9 единиц.

4. заимствования интернационального характера из классических и современных европейских языков, которые присутствуют как в русском, так и в английском языках: **CHEFROLLS, ГРИЛЬ № 1, Шоколадница, БЕЛЫЙ ТРИЮФЕЛЬ** (существительное заимствовано из немецкого языка) – 4 единицы.

Помимо групп эргонимов, содержащих англоязычный или англо-ассоциируемый компонент, в эргонимиконе сферы общепита выделяются следующие группы:

1) имена собственные **ПАПА ДЖОНС, Mozart, ФИЛАДЕЛЬФИЯ, AFINA, ROSTIC'S, ЛАВКА ПИРОГОВА** – 6 единиц;

2) исконная лексика в эргонимах сферы общепита представлена в наименованиях *MëD*,

ХОЧУ И БУДУ, LUNA, НА УГЛЯХ, ЖАР СВЕЖАР, Азу, поЧЕСНОКУ – 7 единиц;

3) другие иностранные языки – *la Vita* (итальянский язык, ‘жизнь’), *RefettoriO* (итальянский язык, ‘столовая’), «Agafredo» (название кафе в Казани, которое может быть отсылкой к итальянской сети кафе «Segafredo», так как они очень похожи по звучанию и являются кофейнями), *Don Pizzalio* (первый элемент заимствован в русский из испанского языка, «Pizzaiolo» – это итальянское слово, означающее повара, который специализируется на приготовлении пиццы; изначально термин был итальянским, но теперь широко используется во всем мире для обозначения мастера по приготовлению пиццы) – 4 единицы;

4) заимствования из других языков: *Алмаз* (турецкий), *Хинкальная, Хинкали* (грузинский), *ХАЧАПУРИ* (грузинский), *ШАШЛЫК* (туркское происхождение), *ГОГОЛЬ МОГОЛЬ* (заимствование из польского), *SofraKebab СофраКебаб* (*café*) (*sofra* по-караимски и по-крымчакски означает ‘стол’, «кебаб» – слово тюркского происхождения) – 6 единиц;

5) происхождение эргонима затемнено – *ЛЛФЛ* (ЛАУНЖ КАФЕ LOUNGE CAFE), 1 единица.

Таким образом, лексика английского языка и англо-ассоциируемая лексика представлена в 20 из 42 наименований сферы общепита. Однако данное количество возможно увеличить до 23 единиц (**ПАПА ДЖОНС, ФИЛАДЕЛЬФИЯ, ROSTIC'S**), даже до 25 единиц, если учитывать, что наименования *Mozart* и *AFINA* переданы латиницей. Таким образом, половина наименований организаций общественного питания может быть отнесена к английскому языку или ассоциирована с ним. Стоит отметить, что значительное количество наименований, актуализирующих исконную лексику и заимствования из других языков, также приближены к английскому языку посредством латинизации написания, графогибридизации, а также использования морфем английского языка: *MëD, LUNA, Agafredo, Don Pizzalio, SofraKebab, ЛЛФЛ, ROSTIC'S*.

Эргонимы со словами английского языка и англо-ассоциируемой лексикой употребляются в следующих моделях номинации:

- *Mangal island* – ресторан назван по комплексной модели номинации с сочетанием метафоры и метонимии: предприятие сравнивается с масштабными объектами, также в названии представлен предмет профессионального оборудования ресторана – «предприятие = пространство + профессиональное оборудование»;

- *Pigeon* – пекарня названа по модели метонимической номинации: по целевой аудитории (английское *pigeon*, в переводе на русский язык ‘голубь’, созвучно и схоже в написании при транслитерации на кириллицу со словом русского языка «пижон»): «*предприятие = целевая аудитория*»;
 - *People* – кофейня названа по модели метонимической номинации – «*предприятие = целевая аудитория*»;
 - *MEAT&OSH* – кафе названо по модели прямой номинации в сочетании с метонимическим переносом с сырья для производства на продукт – «*предприятие = сырье для производства продукции + продукт*»;
 - *БИНХАРТС* – кофейня названа по комплексной модели номинации, в которой сочетается метафорический и метонимический переносы – «*предприятие = сырье для производства продукции + чувства от продукта*»;
 - *Food Hanoi* – кафе вьетнамской кухни названо по модели прямой номинации – «*предприятие = товар*».
- Заимствования из английского языка интернационального характера встречаются в следующих моделях номинации:
- *РОКНРОЛЛЫ* – кафе названо по модели прямой номинации с использованием приема языковой игры, основанной на омонимии (*roll* как глагол имеет значение ‘крутить’ и обозначает элемент танца, как существительное означает «блюдо японской кухни») – «*предприятие: продукт (языковая креативность)*»;
 - *SHAURMA CITY* – сеть кафе быстрого питания названо по модели прямой номинации в сочетании с метафорической – «*предприятие = продукт + пространство, масштабный объект*»;
 - *CHEFROLLS* – организация, осуществляющая доставку еды и обедов названа по модели прямой номинации в сочетании с переносом с субъекта действия на предприятие – «*предприятие = лицо, осуществляющее производство продукции + продукт*»;
- *SUSHI OUTLET* – ресторан назван по модели прямой номинации - «*предприятие = продукт + вид предприятия*»;
 - *COFFEE LIKE* – кофейня названа по модели прямой номинации в сочетании с метафорическим переносом – «*предприятие = продукт + отличительный признак продукта*»;
 - *BURGER KING* – сеть кафе быстрого питания названа по модели прямой номинации в сочетании с метафорическим переносом – «*предприятие = продукт + отличительный признак продукта*»;
 - *Панда* – суши-бар назван по метонимической модели – «*предприятие: часть культуры страны продукта*»;
 - *Fun City* – ресторан назван по модели комплексной номинации, сочетает в себе метафоро-метонимический перенос – «*предприятие = результат деятельности + пространство*»;
 - *ВЕРАНДА* – заведение формата *kitchen&bar* названо по модели метонимического переноса – «*предприятие = часть предприятия*».
- Заимствования интернационального характера из классических языков, современных европейских языков встречаются в следующих моделях номинации:
- *CHEFROLLS* – для номинации использована модель сочетания прямой и метонимической номинации – «*предприятие: субъект действия + продукт*»;
 - *ГРИЛЬ № 1* – метонимическая модель номинации в сочетании с признаком, метафорически отражающим качественное отличие от предприятий подобного типа – «*предприятие: профессиональное оборудование + его признак*»;
 - *Шоколадница* – метонимическая модель номинации – «*предприятие: субъект действия*»;
 - *БЕЛЫЙ ТРЮФЕЛЬ* – модель прямой номинации – «*предприятие: продукт*».
- Распределение наименований организаций общественного питания, содержащих лексему английского языка или англо-ассоциируемую лексему, по моделям номинации

Таблица 1

Наименования организаций общественного питания, содержащих лексему английского языка или англо-ассоциируемую лексему, по моделям номинации

	Прямая номинация в сочетании с метафорической	Прямая номинация в сочетании с метонимической	Метонимическая номинация	Метафорическая номинация	Комплексная модель метафоро-метонимической номинации	Прямая номинация
Эргонимы со словами английского языка		1. MEAT&OSH 2. People	1. Pigeon 2. People		1. Mangal island 2. БИНХАРТС	1. Food Hanoi

Эргонимы-англицизмы интернационального характера	1. SHAURM A CITY 2. COFFEE LIKE 3. BURGER KING	1. CHEFROL LS	1. Панда 2. ВЕРАНДА		1. Fun City	1. РОКНРОЛ ЛЫ 2. SUSHI OUTLET
Эргонимы-интернационализмы		1. CHEFROL LS	1. Шоколадница		1. ГРИЛЬ №1	1. БЕЛЫЙ ТРЮФЕЛЬ

Английский язык представлен в эргонимах российского полилингвального города преимущественно в наименованиях с прямой номинацией (как правило, в названиях фигурирует «продукт») и номинацией по метонимическому переносу (номинация по субъекту, по сырью для производства продукта, по целевой аудитории, по части культуры страны продукта, по одному из помещений заведения, по предмету профессионального оборудования, по результату деятельности). Метафорическая номинация в самостоятельной модели не представлена (на материале данного исследования).

В моделях, сочетающих прямую и метафорическую номинацию, а также в случаях метафорометонимической номинации не задействованы образы, отражающие уникальность и самобытность Казани, наименования нейтральны и могут быть соотнесены с любым другим городом. Зачастую такие модели номинации характерны для глобальной сети кафе и ресторанов. Например, *Mangal island*, *БИНХАРТС*, *SHAURMA CITY*, *COFFEE LIKE*, *BURGER KING*, *Fun City*, *ГРИЛЬ № 1*.

Метафорическая номинация представлена шире в эргонимах с исконной лексемой (*Mëd*, *ХОЧУ И БУДУ*, *LUNA*, *поЧЕСНОКУ*), хотя метонимическая (*НА УГЛЯХ*, *ЖАР СВЕЖАР*) и прямая (*Азу*) номинация также представлены, хотя гораздо в меньшей степени.

Другие иностранные языки представлены в моделях прямой номинации (*RefettoriO*, *Agafredo*), метафорической (*la Vita*), метонимиченской (*Don Pizzalio*). Случаи комплексной номинации выявлены не были.

Заемствования не из английского языка представлены преимущественно в моделях прямой номинации: *Хинкальная*, *Хинкали*, *ХАЧАПУРИ*, *ШАШЛЫК*, *ГОГОЛЬ МОГОЛЬ*, *SofraKebab*, *СофраКебаб*.

Таким образом, англоязычные и англоассоциируемые эргонимы особым образом моделируют сознание адресатов полиглантического города. Наличие моделей прямой номинации «включает» население в общее мировое гастрономическое пространство, номинация по переносу по типу метонимии свидетельствует о высо-

кой степени англоизированности сознания казанцев, а также о хорошем уровне владения английским языком на лексическом уровне, в то время как ограниченность метафорических моделей говорит о невитальности английского языка в плане выражения национальной специфики и культурного кода.

Список источников

1. Беспалова А. В. Принципы и способы номинации в английской эргонимии (на материале названий фирм и компаний) // Номинация в ономастике. Свердловск, 1991. С. 158–167.
2. Бутакова Е. С. Эргонимы иноязычного происхождения в коммуникативном пространстве города: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2013. 26 с.
3. Варламова Е. В. Латиница и кириллица в эргонимиконе центральных улиц Казани: этимология наименований как отражение проблем и перспектив графической презентации // Филология и культура. Philology and Culture. 2024. № 4 (78). С. 32–39.
4. Емельянова А. М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиглантического города: на примере деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2007. 24 с.
5. Земскова С. В. Лексико-семантический и словообразовательный анализ эргонимов г. Тольятти Самарской области Российской Федерации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1996. 20 с.
6. Интернационализмы // Большая российская энциклопедия 2004–2017. URL: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2014621> (дата обращения: 01.11.2024).
7. Крыкова И. В. Англоязычные эргонимы и словесные товарные знаки Японии как опосредованное отражение национальной культуры: автореф. дис. ... канд. филол. наук; Дальневост. гос. ун-т. Владивосток, 2004. 24 с.
8. Нестерова В. Л. Продуктивные способы образования эргонимов в англоязычном описании русской культуры // Гуманитарная планета, 2009. № 1. С. 24–29.
9. Носенко Н. В. Названия городских объектов Новосибирска: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2007. 23 с.
10. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. URL:

<https://ozhegov.slovaronline.com/> (дата обращения: 01.11.2024).

11. Танаева З. Т. Аббревиатурные эргонимы г. Махачкалы как многоуровневая система: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Махачкала, 2012. 22 с.

12. Трапезникова А. А. К вопросу о классификации эргонимов (на материале коммерческих наименований Красноярска) // Мир науки, культуры и образования. Горно-Алтайск, 2009. № 2 (14). С. 68–71.

13. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. URL: <https://vasmer.slovaronline.com/> (дата обращения: 01.11.2024).

14. Шимкевич Н. В. Русская коммерческая эргонимия: pragmaticheskiy i lingvokulturologicheskiy aspekty: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Ekaterinburg, 2002. 21 с.

15. Яловец-Коновалова Д. А. Названия коммерческих предприятий: ономасиологическая классификация и функционирование в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 1997. 24 с.

References

1. Bespalova, A. V. (1991). *Printsy i sposoby nominatsii v angliiskoi ehrgonimii (na materiale nazvaniy firm i kompanii)* [Principles and Methods of Nomination in English Ergonymy (based on the names of firms and companies)]. Nominatsiya v onomastike. Pp. 158–167. Sverdlovsk. (In Russian)
2. Butakova, E. S. (2013). *Ehrgonimy inoyazychnogo proiskhozhdeniya v kommunikativnom prostranstve goroda: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Ergonyms of Foreign Origin in the Communicative Space of the City: Ph.D. Thesis Abstract]. Tomsk, 26 p. (In Russian)
3. Varlamova, E. V. (2024). *Latinitsa i kirillitsa v ehrgonimike tsentral'nykh ulits Kazani: ehtimologiya naimenovanii kak otrazhenie problem i perspektiv graficheskoi reprezentatsii* [Latin and Cyrillic Alphabets in the Ergonomicon of the Central Streets in Kazan: Etymology of Names as a Reflection of Problems and Perspectives of Graphic Representation]. Filologiya i kul'tura. Philology and Culture. No. 4 (78), pp. 32–39. (In Russian)
4. Emel'yanova, A. M. (2007). *Ehrgonimy v lingvisticheskem landshafte poliehnickeskogo goroda: na primere delovykh, kommercheskikh, kul'turnykh, sportivnykh ob"ektov g. Ufy: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Ergonyms in the Linguistic Landscape of a Multi-ethnic City: The Example of Business, Commercial, Cultural, and Sports Facilities in Ufa: Ph.D. Thesis Abstract]. Ufa, 24 p. (In Russian)
5. Zemskova, S. V. (1996). *Leksiko-semanticeskii i slovoobrazovatel'nyi analiz ehrgonimov g. Tolyatti Samarskoi oblasti Rossiiskoi Federatsii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Lexical-Semantic and Word-Formation Analysis of Ergonyms of the City of Tolyatti, Samara Re-

gion, Russian Federation: Ph.D. Thesis Abstract]. Moscow, 20 p. (In Russian)

6. *Internatsionalizmy* [Internationalisms]. Bol'shaya rossiiskaya ehntsiklopediya 2004–2017. URL: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2014621> (accessed: 01.11.2024). (In Russian)

7. Krykova, I. V. (2004). *Angloyazychnye ehrgonimy i slovesnye tovarnye znaki Yaponii kak oposredovannoe otrazhenie natsional'noi kul'tury: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [English-Language Ergonyms and Word Trademarks of Japan as an Indirect Reflection of National Culture: Ph.D. Thesis Abstract]. Dal'nevost. gos. un-t. Vladivostok, 24 p. (In Russian)

8. Nesterova, V. L. (2009). *Produktivnye sposoby obrazovaniya ehrgonimov v angloyazychnom opisanii russkoi kul'tury* [Productive Ways of Forming Ergonyms in the English-Language Description of Russian Culture]. Gumanitarnaya planeta. No. 1, pp. 24–29. (In Russian)

9. Nosenko, N. V. (2007). *Nazvaniya gorodskikh ob"ektor Novosibirska: strukturno-semanticeskii i kommunikativno-pragmatischeskii aspekty: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Names of Urban Objects in Novosibirsk: Structural-Semantic and Communicative-Pragmatic Aspects: Ph.D. Thesis Abstract]. Novosibirsk, 23 p. (In Russian)

10. Ozhegov, S. I., Shvedova, N. Yu. *Tolkoyyi slovar' russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian Language]. URL: <https://ozhegov.slovaronline.com/> (accessed: 01.11.2024). (In Russian)

11. Tanaeva, Z. T. (2012). *Abbreviaturnye ehrgonimy g. Makhachkaly kak mnogourovnevaya sistema: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Makhachkala's Abbreviated Ergonyms as a Multi-Level System: Ph.D. Thesis Abstract]. Makhachkala, 22 p. (In Russian)

12. Trapeznikova, A. A. (2009). *K voprosu o klassifikatsii ehrgonimov (na materiale kommercheskikh naimenovanii Krasnoyarska)* [On the Classification of Ergonyms (based on commercial names in Krasnoyarsk)]. Mir nauki, kul'tury i obrazovaniya. Gorno-Altaisk. No. 2 (14), pp. 68–71. (In Russian)

13. Fasmer, M. *Ehtimologicheskii slovar' russkogo yazyka* [Etymological Dictionary of the Russian Language]. URL: <https://vasmer.slovaronline.com/> (accessed: 01.11.2024). (In Russian)

14. Shimkevich, N. V. (2002). *Russkaya kommercheskaya ehrgonimiya: pragmatischeskii i lingvokul'turologicheskii aspekty: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Russian Commercial Ergonyms: Pragmatic and Linguacultural Aspects: Ph.D. Thesis Abstract]. Ekaterinburg, 21 p. (In Russian)

15. Yalovets-Konovalova, D. A. (1997). *Nazvaniya kommercheskikh predpriyatiy: onomasiologicheskaya klassifikatsiya i funktsionirovaniye v sovremennom russkom yazyke: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Names of Commercial Enterprises: Onomasiological Classification and Functioning in Modern Russian: Ph.D. Thesis Abstract]. Chelyabinsk, 24 p. (In Russian)

Варламова Елена Валерьевна,
кандидат филологических наук,
доцент,
Казанский федеральный университет,
420008, Россия, Казань,
Кремлевская, 18.
el-var@mail.ru

Тарасова Фануза Харисовна,
доктор филологических наук,
профессор,
Казанский федеральный университет,
420008, Россия, Казань,
Кремлевская, 18.
fhtarasova@yandex.ru

Varlamova Elena Valerievna,
Ph.D. in Philology,
Associate Professor,
Kazan Federal University,
18 Kremlyovskaya Str.,
Kazan, 420008, Russian Federation.
el-var@mail.ru

Tarasova Fanuza Kharisovna,
Doctor of Philology,
Professor,
Kazan Federal University,
18 Kremlyovskaya Str.,
Kazan, 420008, Russian Federation.
fhtarasova@yandex.ru