

**Т. П. Романова**

Самарский национальный исследовательский университет  
им. акад. С. П. Королева  
Самара, Россия  
romanovatr@mail.ru

**Ивентоним как особый тип рекламного имени**

Современная наука отмечает прогресс в развитии периферийных разрядов ономастической лексики, выполняющих рекламную функцию. К числу таких разрядов относятся собственные имена массовых мероприятий и специальных событий — фестивалей, выставок, марафонов, конкурсов, ярмарок, различных акций и презентаций: *международная экспедиция «Жигулевская кругосветка на собачьих упряжках Volga Quest»*; *экстремальный марафон «Хрящевка Challenge»*. Состав этого разряда онимов постоянно пополняется и быстро эволюционирует.

Собственные имена массовых мероприятий традиционно рассматриваются в составе геортонимов, которые определяются как собственные имена праздников, памятных дат, торжеств, фестивалей: *День Победы, или Праздник Победы (9 Мая), «Москва—80»* (фестиваль) [Подольская, 1988, 48].

Календарный праздник — это потенциальная возможность события, связанная с определенным моментом времени (Рождество, Новый год), которая может быть реализована во множестве конкретных специальных событий. Например, в связи с праздником Новый год — 2019 в Самаре было организовано более 260 мероприятий: *фикси-шоу «Разбуди Деда Мороза», киноелка «Приключения в МорозКино», новогодняя ночь «Между нами тает LED», экскурсия «Новогодняя планета Хаски»* и др.

Таким образом, собственные имена календарных праздников (народных, религиозных, этнических, государственных, международных) и специально созданных событий принципиально отличаются. Исследователи отмечают разный узуальный статус этих имен [Врублевская, 2004, 129]. Два разных типа онимов целесообразно рассматривать отдельно и обозначать разными терминами: *геортоним* — имя календарного праздника, *эвентоним / ивентоним* — имя специального события.

Термин *эвентоним* (от лат. *eventus* ‘событие, случай’ и греч. ἔβουα, ἔβουα ‘имя’) предложил П. Н. Донец для обозначения собственных имен событий (в широком смысле) [Dones, 2002, 36–38]. Этот термин используют зарубежные лингвисты, например Э. Хоффманн в исследовании собственных имен политических событий [Хоффманн, 2008, 92–93].

В составе эвентонимов выделяется группа рекламных собственных имен специально организованных событий, *ивентов* (англ. *event*), по отношению к которым лучше использовать вариант термина *ивентоним*, чтобы обеспечить прочную связь с типом обозначаемого объекта.

Ивентонимы отличает прагматическая направленность и рекламная функция, которую они реализуют за счет информативных, аттрактивных и суггестивных компонентов, экспрессивности и эмоциональности стилистической окраски: *Межрегиональный фестиваль набережных «ВолгаФест»*, *Летний фестиваль ветра, парусов и свободы «Жигулевское море. Лето—018»*.

Ивентонимы, в отличие от имен календарных праздников, относятся к числу искусственных образований и целенаправленно создаются для презентации концепции продвигаемого события. Они имеют прозрачную внутреннюю форму и представляют собой развернутые конструкции, которые носят описательный характер (*VII Международный фестиваль национальных кукольных театров*) либо включают объемный терминологический компонент, подробно описывающий тип мероприятия, его статус, место и время проведения: *V Губернский фестиваль самодельного творчества «Рожденные в сердце России»*.

Ивентонимы, как правило, не входят в состав узуальных номинаций. Они являются недолговечными речевыми конструктами, созданными для продвижения конкретного события, за исключением имен регулярно повторяющихся специальных событий: *25-й экологический марафон «Самарская Лука»*, *Гастрономический фестиваль «Жигулевская вишня—2018»*. Номинации серийных мероприятий приближаются к эргонимам, за ними стоит постоянно действующий специальный институт.

Яркой особенностью ивентонимов является связь с языком рекламы. Они реализуют свои функции благодаря поддерживающим контекстам презентации мероприятия (логотип, креолизованный рекламный текст, событийная ситуация). На практике могут использоваться вариативные формы названия: *Всероссийский фестиваль авторской песни имени Валерия Грушина*, *45-й Фестиваль авторской*

*песни им. Валерия Грушина, Грушинский фестиваль*. Согласно правилам русской орфографии, индивидуализирующий компонент должен выделяться кавычками, которые могут отсутствовать: *Фестиваль активного отдыха Жигулевское море. Зима—2017*. Границы этого разряда онимы размыты, поскольку контексты не всегда содержат признаки проприального статуса рассматриваемых наименований.

*Врублевская О. В.* Языковая мода в русской ономастике : дис. ... д-ра филол. наук / Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т. Волгоград, 2017.

*Подольская Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии. М., 1988.

*Хоффманн Э.* Имена политических событий и их онимизация в средствах массовой информации // *Вопр. ономастики*. 2008. № 5. С. 90–104.

*Dones P. N.* Zum Begriff des Eventonyms // *Das Wort: Germanistisches Jahrbuch der GUS*. 2002. P. 35–41.

DOI 10.31168/7996-2700-3.106

## **И. И. Русинова**

Пермский государственный национальный  
исследовательский университет

Пермь, Россия  
irusinova@mail.ru

### ***Ойкать, ахатъ и охатъ: семантика причинения магического вреда (по данным русских диалектных словарей и мифологических текстов)***

Вредоносное магическое влияние на человека, хозяйство и скот, по представлениям носителей традиционной крестьянской культуры, может осуществляться по-разному. Основными видами такого воздействия у славян являются порча и сглаз. По данным словаря «Славянские древности», вредоносный результат порчи «достигается с помощью разных форм контактной магии, сглаз осуществляется исключительно нематериальными способами воздействия и не обязательно злонамеренно» [Левкиевская, 2009, 597].

В докладе рассмотрена семантика глагольной лексики междометного происхождения, в которой реализуется идея сглаза через похвалу.