

УДК 81'373.2

А. Моради

СОСТОЯНИЕ И НЕРЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ НАЗВАНИЙ ГОРОДСКИХ ОБЪЕКТОВ В РУСЛЕ УРБАНОЛИНГВИСТИКИ

*А. МОРАДИ. СТАН І НЕВИРІШЕНІ ПРОБЛЕМИ НАЗВ МІСЬКИХ ОБ'ЄКТІВ У РУСЛІ
УРБАНОЛІНГВІСТИКИ*

У статті представлений стислий огляд історії дослідження мови міста та визначені основні напрямки та аспекти вивчення найменувань міських об'єктів з урахуванням стану наукової розробки проблем урбанолінгвістики і ергонімії як її складової частини. Доведена необхідність і показано напрямок розширення джерельної бази досліджень з метою більш повного розуміння процесів функціонування живої російської мови в Україні.

Ключові слова: урбанолінгвістика, урбанонімія, мовний простір міста, ономастичний простір міста, ергонімі.

*А. МОРАДИ. СОСТОЯНИЕ И НЕРЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ НАЗВАНИЙ
ГОРОДСКИХ ОБЪЕКТОВ В РУСЛЕ УРБАНОЛИНГВИСТИКИ*

В статье представлен краткий обзор истории исследования языка города и определены основные направления и аспекты изучения названий городских объектов с учетом состояния научной разработки проблем урбанолінгвістики и эргонимии как ее составной части. Показана необходимость и направление расширения базы источников исследования с целью более полного понимания процессов функционирования живого русского языка в Украине.

Ключевые слова: урбанолінгвістика, урбанонімія, языковое пространство города, ономастическое пространство города, эргонимы.

*A. MORADI. STATUS AND UNSOLVED PROBLEMS OF URBAN NAMES CITY OBJECTS
STUDYING WITHIN URBAN LINGUISTICS*

The article presents a brief review of the research of the city language history and also main directions and aspects of studying of city objects names taking into account a condition of the scientific elaboration of urban linguistics and ergonymy problems as its component. The necessity and direction of source research base expansion on purpose of fuller comprehension of living Russian language functioning in Ukraine is defined.

Keywords: urban linguistics, urbanonymy, language space of the city, onomastic space of the city, ergonymus.

В настоящее время язык современного города как сложный лингвистический, лингвосоциальный и лингвокультурный феномен изучается в рамках нового направления в языкознании – урбанолінгвістики. По определению Е. Н. Степанова, «урбанолінгвістика – это направление языкознания, которое возникло вследствие взаимодействия социальной и региональной лингвистики с целью исследования городского лингвистического пространства» [15, с. 13]. В урбанолінгвістике «языковое пространство города, выделенное по территориальному принципу, представляется частью языкового пространства как сферы существования языка в его различных реализациях» [8, с. 3]. Общеизвестно, что языковое пространство города неоднородно по своему составу, в нем сосуществуют такие элементы, как литературная разговорная речь и просторечие, городские койнэ, сленг, жаргон и арг, а также официальные наименования различных городских объектов и их разговорно-обиходные названия, все элементы взаимодействуют друг с другом и образуют сложную единую систему в рамках конкретного города. Являясь составной частью языковой картины конкретного города, наименования городских объектов представляют интерес не только как лингвистические, но и как лингвокультурные знаки, свидетельствующие об историческом наследии, экономическом развитии и культурных традициях этого города.

Все собственные наименования внутригородских объектов составляют разряд онимов, обозначаемых термином *урбанонимы (урбонимы)*, и потому являются объектом не только урбанолінгвістики, но и современной ономастики. Круг появляющихся в последние десятилетия урбанонимов активно расширяется, что потребовало от ономастологов дифференцировать _____ их _____ по _____

<http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.33565>

типам и обозначить соответствующими терминами. В зависимости от объекта наименования урбанонимы делят на городские топонимы (хоронимы и годонимы), имена сооружений (ойкодонимы, экклезионимы) и имена заведений (эргонимы – фирмонимы, эмпоронимы, трапезонимы и др.) [12; 17]. Общеизвестно, что наименования городских заведений, являясь частью ономастической лексики любого языка, входят в систему этого языка и подчиняются его закономерностям, одновременно подвергаясь сильному влиянию экстралингвистических факторов.

В данной статье мы ставим *задачу* кратко представить ту часть исследований языка города, которая связана с изучением урбанонимикона, в частности эргонимов, описать основные направления и аспекты этого изучения, а также с учетом состояния научной разработки проблем урбанонимии определить направления дальнейшего исследования эргонимов как составной части визуального языкового пространства города.

Актуальность названной задачи вызвана необходимостью обобщить имеющийся опыт исследований, проведенных российскими и украинскими русистами в области урбоэргонимии, а также украинскими ономатологами, с тем, чтобы определить теоретическую базу комплексного изучения эргонимов и выделить малоизученные аспекты русских эргонимов, функционирующих в многонациональном городе Украины.

Активное развитие в последние десятилетия процессов номинации, которые были вызваны бурным ростом торговых отношений и появлением многочисленных предприятий разных по видам деятельности и по формам собственности, привело, по словам Т. В. Шмелевой, к «номинационному взрыву», отразившему происходящие изменения в современном русском языке в этой сфере его употребления. В настоящее время формируется новая система названий предприятий торговли и других внутригородских объектов. Этот пласт лексики отличается нестабильностью состава, постоянной изменчивостью вследствие влияния экстралингвистических факторов. Обилие и разнообразие этого нового языкового материала и возможность его многоаспектного изучения вызывает обоснованный интерес лингвистов. Возникла необходимость сбора и классификации многочисленных эргонимов, исследования общего и индивидуального в принципах, мотивах и способах номинации, разностороннего изучения их структурных и функционально-стилистических особенностей, выявления их коммуникативного и прагматического потенциала, а также способности отражать экономические, политические и культурологические изменения в социуме. Исследование этих явлений на конкретном языковом материале определенного региона позволяет создать картину функционирования русского языка на современном этапе его развития, и в частности, функционирования живого русского языка в Украине в сфере урбоэргонимии.

В России в «Лингвистических центрах изучения языка города» складываются региональные школы урбанолингвистов и ономастов, которые исследуют инновационные процессы, происходящие в современном ономастиконе города. В Украине же появились лишь отдельные научные работы, в которых исследователи обращаются к анализу явлений индивидуальной номинации городских объектов, преимущественно на украинском языке. В Украине существуют региональные ономастические научные сообщества, каждое из которых, изучая украинский ономастикон, специализируется на определенной ономастической проблематике. Кроме того, создана Украинская ономастическая комиссия, задачей которой является координация сотрудничества ономастических сообществ и академического отдела ономастики Института украинского языка АНУ с целью проведения научно-теоретических изысканий и создания всеукраинского онимного фонда – главной эмпирической базы украинской ономастики [3]. Украинские лингвисты признают, что в современном украинском языкознании нет исследований, направленных на выявление комплекса структурно-семантических, функциональных и психолингвистических характеристик эргонимов [9, с. 3]. Среди научных исследований последних лет можно назвать диссертации, в которых рассматриваются отдельные аспекты украинского эргонимикона Луганска (Н. М. Лесовец), Одессы (Н. В. Кутуза), Киева (М. Н. Цилина), Тернопольщины (Ю. Н. Петрашик), Закарпатья (О. Е. Белей, О. Б. Галай), частично Харьковской и Сумской областей, Киева и Полтавы (С. А. Шестакова), а также исследуются иноязычные эргонимы – английские, французские (А. Г. Микина) и украинские эргонимы в сопоставлении с русскими и английскими (Ю. Дидур).

В то время как трудно назвать в Украине город, в котором бы отсутствовали городские наименования на русском языке, непосредственно русские эргонимы не стали предметом

активного исследования украинских русистов. Номинационные процессы в русской эргонимии XX века исследуются донецкой научной школой ономастики Е. С. Отина, ономатологи которой, помимо городских топонимов, изучают названия промышленных предприятий, акционерных обществ и фирм [11; 14].

Такое состояние эргонимики в украинской русистике обуславливает необходимость расширения источниковой базы исследований и активизации исследований ономастического пространства города для объективной научной квалификации русских эргонимных образований в языковом пространстве украинского города. Расширение источниковой базы возможно за счет фиксирования и анализа эргонимов разных городов, прежде всего, восточной и южной Украины, где процент этнически русского населения достаточно велик и в устной речи преобладает русский язык, что, несомненно, накладывает свой отпечаток на выбор наименований торговых и других коммерческих предприятий. Интересным представляется изучение эргонимикона больших городов – центров промышленного, научного и культурного значения, в которых проживают не только русские и украинцы, но и представители других этносов. В силу социально-экономических процессов, происходящих в современном мире, в таких городах формируется полилингвальная среда, которая также находит отражение в процессах номинации внутригородских объектов. Вопросы влияния полилингвальной среды на процессы номинизации внутригородских объектов рассматривались лишь в исследованиях А. М. Емельяновой [5] и Е. Н. Сидоренко [14], в то время как изучение функционирования русской эргонимии в полилингвальном пространстве полиэтничного города предоставляет огромное поле для исследования русистами.

Урбанолингвистика при изучении номинационных процессов в языковом пространстве города использует накопленный опыт и терминологический понятийный аппарат ономастики, который продолжает находиться в процессе становления по отношению к новым языковым явлениям, попадающим в поле зрения исследователей. К таким относительно новым явлениям принадлежат наименования городских объектов – урбанонимы, ставшие составной частью ономастического пространства города.

Термин *ономастическое пространство* был введен ведущим советским ономатологом А. В. Суперанской в книге «Общая теория имени собственного», под этим понятием она подразумевает «пространственное размещение имен и именуемых объектов, <...> сумму имен собственных, употребляющихся в языке данного народа для именования реальных, гипотетических и фантастических объектов» [16, с. 9]. Понятие «ономастическое пространство» коррелирует с понятием языковое пространство города, которое включает в себя и ономастическое пространство, т. е. все названия внутригородских объектов. Ономастическое пространство города – это пространство номинаций, включающее в себя не только наименования географических объектов (топонимов), но и собственные наименования различных торговых, коммерческих предприятий, организаций, фирм как локализованных, зафиксированных в письменном виде в городском пространстве, так и нелокализованных, существующих в разговорной речи горожан.

Тот факт, что ономастическое пространство города довольно обширно и разнообразно, вызывает объективную необходимость членения его на определенные сектора, группы и разработку классификации урбанонимов. Не останавливаясь здесь на обосновании выбора термина *урбоним* или *урбаноним*, отметим, что в подавляющем большинстве исследований все урбанонимы традиционно относят к географическим названиям – городским топонимам (микротопонимам), что закреплено и в «Словаре ономастической терминологии» Н. В. Подольской [12, с.154-155]. Однако нетрудно увидеть, что названия улиц, переулков, площадей, парковых и водных массивов по мотивам и способам номинации, своим функциям, сфере употребления и коммуникативным потребностям в них горожан значительно отличаются, а потому, на наш взгляд, не могут быть объединены в один класс. Попытка решить задачу разведения этих понятий была предпринята Т. В. Шмелевой [17], которая, опираясь на классификацию онимов, разработанную А. В. Суперанской [16], и практику использования ономастической терминологии в научных исследованиях последних десятилетий предложила собственную логично выстроенную классификацию урбанонимов. Располагая данными об урбанонимии российских городов, об общих свойствах и о специфике разных типов урбанонимов, Т. В. Шмелева основывает свою *классификацию на типологии* городских объектов, совокупность которых представлена: а) пространствами, б) сооружениями и в) социальными институциями, т.е. объединениями людей по их деятельности различной направленности [17, с.

б]. Собственные наименования третьей группы городских объектов, в дальнейшем ею называемых городскими заведениями, в ономастике получили терминологическое обозначение эргонимы. К эргонимам Т. В. Шмелевой отнесены эмпоронимы (наименования торговых заведений), фирмонимы (наименования фирм), трапезонимы (наименования заведений еды) и группы онимов, не имеющие терминологического обозначения: имена лечебных заведений, имена учебных заведений, имена заведений досуга, имена заведений красоты, имена производств [17, с. 12]. По словам автора классификации, «этот список не исчерпывает всех городских институций, <...> но все-таки дает возможность сделать обзор эргонимов с возможной полнотой» [17, с.11]. Даже этот неполный перечень позволяет увидеть, что в современной лингвистике к урбанонимам относятся не только топонимы, но и другие группы онимов, репрезентирующих ономастическое пространство города.

Углубленный анализ понятий «урбаноним» и «эргоним», установление внутренних связей и взаимозависимости составляющих их компонентов, классификации по иным основаниям, например, по функциям, приводят других исследователей к выделению и терминованию новых понятий: для обозначения наименования фирмы наряду с *фирмонимом* вводится термин *эрготемоним* (Т. В. Ларина), для обозначения городских наименований на городских вывесках и баннерах термин *эргоурбоним* (Р. И. Козлов, Т. В. Ларина), для собственного наименования коммерческого предприятия любого типа – *коммерсоним* и наименования, выполняющего рекламные функции, термин *эргорекламоним* (Т. В. Васильева). Несмотря на структурно-семантическое разнообразие и различную денотативную отнесенность, к урбанонимам относят и словесные товарные знаки (*прагматонимы*), и названия средств массовой информации (*гемеронимы*), торжественных мероприятий (*геортонимы*), и названия остановок транспортных средств (*порейонимы*) (Крюкова И. В.). Как видим, процесс терминования ономастических понятий и отнесение их к той или иной группе и подгруппе продолжается и требует от исследователей при обращении к новому онимному материалу рассмотрения его терминологического соответствия в системе ономастической терминологии. Таким образом, актуальным остается уточнение терминологического статуса понятия «эргоним» и определение лингвистических характеристик его подгрупп в классе урбанонимов. Вероятно, есть необходимость уточнить единые принципы и логические основания классификации (классификаций) эргонимов и сформулировать правила их дифференциации на подгруппы.

Исследование процессов номинации и функционирования наименований городских объектов в языковом пространстве города выходит за рамки ономастики и приобретает новые возможности в постижении сущности эргонимов в русле урбанолингвистики.

На необходимость изучения лингвистического облика города обратил внимание Б. А. Ларин еще в начале XX века. В статье «О лингвистическом изучении города» ученый говорил о необходимости разработки системы понятий и терминов для языка города и его структуры [10, с. 176], а также об учете особенностей социального состава городского населения в качестве существенных условий особого языкового быта [9, с. 178]. Начатое в 20-е годы XX века лингвистическое изучение города снова привлекает внимание лингвистов в 60-е и 70-е гг. В эти годы складываются два основных направления изучения языка города – лингвогеографическое и социолингвистическое. Первое направление развивается в русле изучения топонимикона городов, т.е. изучения происхождения и значения названий самих городов, наименований улиц, переулков, площадей, водных объектов и под., второе рассматривает языковые явления города с точки зрения антропоцентрического подхода и изучает социальную природу возникновения и дальнейшего функционирования особенностей городской речи [15, с.14]. В 80-е годы и последующие десятилетия происходит интенсивное изучение ономастического пространства города, расширяются и углубляются представления о топонимике города. В эти годы предпринимаются попытки из собранного огромного массива собственных имен-топонимов (урбанонимов) выделить разряды, классы, группы онимов, занимающие особое место в языковых ресурсах города, и дать им собственные терминологические обозначения (А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Т. В. Шмелева, М. К. Гарвалик, Е. Ю. Карпенко). Публикуются статьи и диссертации, посвященные теоретическим проблемам исследования номинации (Т. П. Романова, Л. А. Капанадзе и Е. В. Красильникова, С. М. Казакова, М. В. Голомидова, М. Е. Новичихина, Н. В. Шимкевич, Р. И. Козлов, Т. В. Щербакова) и общим проблемам современной эргонимии (Т. П. Романова, Р. В. Разумов), анализу структурно-семантических, словообразовательных, орфографических

особенностей эргонимов (Ю. В. Вайрах, С. А. Копорский, З. Т. Танаева, М. Я. Крючкова), функционированию иноязычных средств и заимствованных слов в эргонимии (Е. С. Бутакова, Е. С. Самсонова), семантическим и семиотическим аспектам эмпоронимов (Т. С. Куст и В. В. Деманова, Т. В. Щербакова), изучению креативных приемов создания неофициальных наименований городских объектов (Е. Н. Иванова, Т. А. Зуева, Т. В. Шмелева).

Вместе с тем в последние годы собственно лингвистические исследования эргонимии дополняются функциональным и антропоцентрическим подходом к анализу наименований внутригородских, в частности коммерческих, объектов (Т. А. Кадола, А. А. Трапезникова) и в свете этого подхода проводятся исследования коммуникативного и прагматического (Н. В. Носенко, Н. В. Шимкевич, О. Н. Зюзина, В. А. Ражина, М. Г. Курбанова), историко-культурного (Л. Н. Рабданова, Р. В. Разумов, А. М. Мезенко, Е. В. Ворошилова) и лингвокультурологического (Ю. В. Вайрах, Ю. Г. Пушкарева, О. В. Глухова, Д. И. Ермолович, Н. Ф. Алефиренко, И. И. Турута) аспектов, изучение влияния экономических процессов и языковой политики государства на процессы номинации (Л. З. Подберёзкина, Б. Я. Шарифуллин, Г. Х. Исмагилова, Е. Н. Сидоренко). Большинство исследований проведено на материале эргонимии российских городов (Великого Новгорода, Екатеринбурга, Казани, Магнитогорска, Москвы, Омска, Перми, Пскова, С.-Петербурга, Саратова, Уфы, Челябинска и некоторых малых городов), анализировались русские эргонимы белорусского г. Минска (А. М. Мезенко) и украинского г. Мариуполя (Е. Н. Сидоренко).

Проведенные исследования позволили определить лингвистический статус, описать лексико-семантические характеристики и способы образования эргонимов, закономерности их функционирования в конкретном городе как разновидности собственных имен в городском ономастическом пространстве. Определено, что эргонимы являются продуктом вторичной номинации и относятся к ономастической лексике, занимающей периферийное положение в ономастическом пространстве [4; 7]. Почти все эргонимы возникают на базе звуковых или семантических ассоциаций с уже существующими словами. Новые слова с необозначенной семантикой в качестве названий исследователи обычно квалифицируют как креативные инновации.

В проведенных исследованиях было подтверждено наличие у имен данной группы урбанонимов структурных, семантических и функциональных особенностей, отличающих их от других разрядов имен собственных и имеющих некоторые одинаковые признаки с другими группами урбанонимов. Лексико-семантический анализ, выполненный на массиве эргонимов конкретных городов, позволил исследователям выделить от 10 до 17 тематических групп лексики, используемой при номинации. Наиболее продуктивными способами наименования городских объектов как явлений вторичной номинации считают онимизацию (переход общего названия – апеллятива в имя собственное) и трансонимизацию (переход имени собственного из одного класса названий в другой), которые закономерно вызывают семантические и грамматические изменения используемых языковых единиц (С. А. Шестакова, Н. Н. Лесовец, Т. В. Щербакова). К лексико-семантическим способам словотворчества в эргонимии относят также онимотрансонимизацию (одновременное комбинирование онимизации и трансонимизации по модели: онимизация + трансонимизация), деривационную метонимию (*Булавка* – магазин фурнитуры) и деривационную метафору (*Водолей* – магазин сантехники), иноязычные заимствования на языке оригинала (*Mustang, Second Hand*) и в форме транслитерации кириллицей (*Санта Барбара* – парикмахерская) или сочетания двух алфавитов (*Second Hand на Гагарина, БриллиантVip*), а также собственно словообразовательные модели: сложение (*Электромир, Домостроитель, Хозтовары*), усечение (*ИнтерАктив*), суффиксация с уменьшительно-ласкательными суффиксами (*Сладкоежка, Тополек*), аббревиация (*АТБ, НаТан*). Как свидетельствует представленный в исследованиях фактический материал, эргонимы могут быть однословными, бинарными и многословными – словосочетаниями и предложениями. При этом однословные представлены преимущественно именами существительными (*Тополек, Сундучок*), реже именами прилагательными (*Центральный, Покровский*); бинарные состоят из предложно-падежных конструкций с предлогами НА, У, ДЛЯ (*На Пушкинской, У Галины, Для тебя*) и сочетаний «существительное + существительное» (*Мир штор, Лавка жизни*), «прилагательное+ существительное» (*Торговое оборудование, Столярная фурнитура*), «местоимение + существительное» (*Наши малыши, Ваш дом*) и некоторыми другими; эргонимы-предложения представлены этикетными формулами (*Алло! Кушать подано*) или побудительными предложениями (*Сделай сам, Рыбачьте с нами*). Даже

такой краткий обзор структурно-семантического аспекта эргонимов подтверждает тезис о том, что эргоурбонимическая система в целом изоморфна ономастической системе языка [2]. При этом ответ на вопросы о том, какие словообразовательные модели реализуются в каждом городе или регионе и какие из них займут доминантное положение, чем определяется преимущественный выбор той или иной модели наименования, требует дальнейшего изучения.

В то же время, как свидетельствуют исследования Т. В. Шмелевой, Е. Н. Ивановой, М. Г. Курбановой, эргонимии свойственны инновации и креативный подход в словообразовании, иначе говоря, языковая игра в её различных вариантах (*InterПол* – магазин напольных покрытий, *иЗюмин&кА* – мебельный салон, *СТОМАТОЛОГиЯ* – стоматологическая клиника). Т. В. Шмелева называет креативные приемы номинационными экспериментами, языковыми и омонимическими играми [17, с. 95]. Креативный подход связан, с одной стороны, с тем, что эргонимы представляют собой явление искусственной номинации и функционально направлены на привлечение внимания горожанина-потребителя; с другой стороны, он вызван имманентной незавершенностью, подвижностью и демократизацией как номинационных процессов, так и языка города в целом. Разработка типологии креативных приемов в эргонимии и определение того, какие из них составляют специфику данной сферы функционирования языка и в чем состоит эта специфика, – дальнейшая задача исследования этого вопроса.

Трактуя названия городских объектов как результат искусственной номинации, мы переходим в область коммуникативно-деятельностного подхода к анализу сущности эргонимической номинации. При таком подходе зафиксированный в письменном виде эргоним становится средством коммуникации в ситуации общения между имядателем (номинатором, создателем названия) и потребителем (адресатом, к которому обращено название) и в этой роли выполняет ряд функций. Обширный статистический материал доказывает полифункциональность эргонимов, способность совмещать несколько функций. Современные исследователи обычно выделяют следующие основные функции: номинативную, информативную и рекламную. Номинативная – функция идентификации объекта – главная функция любого собственного имени. А информативная и рекламная – специфические функции названий, предназначенных для сферы реализации товаров и услуг [13]. Выделяются также дополнительные функции эргонимов: коммуникативная, когнитивная, информативная, дифференцирующая, конкретизирующая, эмотивная, апеллятивная («апелляция к адресату»); аттрактивная, экспрессивная [1, с. 22-23]. Описаны лингвистические и паралингвистические средства выражения основных функций и некоторых дополнительных.

Структура коммуникативного акта с участием эргонима описывается через ситуацию реализации товарно-денежных отношений и состоит из субъекта (номинатора), объекта товарно-денежных отношений (товара или услуги), адресата (потребителя), локатива (места, где предоставляется товар или услуга) и эргонима (эмпоронима) [17, с. 36]. Коммуникативно-прагматический подход позволяет учесть установки номинатора и перцепцию названия адресатом. Одним из условий эффективного функционирования наименования городского объекта является тождество (в идеале) замысла, установки номинатора и перцепции, восприятия названия потенциальным адресатом, обладающим разнообразными индивидуально-психологическими и мотивационными характеристиками. Мотивирование наименования может рассматриваться в двух аспектах: ономасиологическом, отражающем деятельность номинатора (имядателя) и семасиологическом, отражающем деятельность адресата (потребителя) [18]. Как считает Т. В. Щербакова, все названия предприятий в ономасиологическом аспекте являются мотивированными, даже если они таковыми, на первый взгляд, не кажутся. Выявление мотивирующих признаков эргонимов в ономасиологическом аспекте представляет собой путь от содержания к форме, а в семасиологическом – от формы к содержанию [18]. Мотивирующие факторы, установки имядателя и способы их выражения в названии, а также факторы, определяющие перцепцию адресата, в современных исследованиях остаются еще не описанными в достаточной мере.

Эргоурбонимы, являющиеся результатом искусственной номинации и центральным звеном коммуникативного акта общения между номинатором и адресатом, обладают сложной структурой. Стандартная модель построения полной номинации была определена Л. А. Капаназде и Е. В. Красильниковой еще в 1982 г. и выглядит таким образом: {номенклатурная номинация + собственно эргоним} [6, с. 283]. Позже по аналогии со структурой составных топонимов Р. И. Козлов [7] предложил в составе эргоурбонима выделять термин-идентификатор (стандартизированное обозначение типа предприятия, напр., *магазин*,

кафе, парикмахерская), квалификатор (определение локализованного коммерческого предприятия, которое дается номинатором в составе полного наименования и уточняет его профиль, класс обслуживания, ассортимент или его другие функциональные либо стилевые признаки, напр., *Женская одежда, Низкие цены*) и дифференциатор (ядро названия, базовая составляющая полного наименования локализованного коммерческого предприятия, напр., *Баимачок, Караван*). Именно дифференциатор является в этой структуре собственно эргонимом и выполняет индентифицирующую и дифференцирующую функцию. Исследование характеристик каждого из названных компонентов структуры полного наименования городского объекта будет способствовать уяснению их роли в мотивировании процесса номинации и разработке коммуникативных стратегий номинатора и адресата в русле теории речевых актов.

Динамические процессы, происходящие в языковом пространстве города, в том числе и в сфере номинации внутригородских объектов, порождаются социальными изменениями в жизни города – политическими, экономическими, миграционными, демографическими. Поэтому можно говорить о социальной детерминированности условий функционирования рассматриваемой лингвистической единицы – эргонима и необходимости рассмотрения его с социолингвистических позиций, в контексте фоновых знаний всех участников эргонимной номинации. Название ориентировано на определенную группу адресатов с учетом географических, исторических, демографических, этнических, языковых и культурологических характеристик этой группы. Современные эргонимы, наряду с другими урбанонимами, формируют языковую картину города, его лингвокультуру. Лингвокультурологический анализ эргонимов позволяет рассмотреть уникальные по природе и функционированию единицы и раскрыть их культурологический потенциал.

Особую актуальность этот вопрос приобретает в проекции на региональный уровень, на уровень отдельно взятого города. Как известно, во многих центральных, южных и восточных областях Украины городское население полиэтнично, преимущественно русскоговорящее, а собственники коммерческих структур называют свои заведения не только на украинском, но предпочитают давать названия на русском языке, на английском или на языках других национальностей, проживающих в конкретном городе. Можно предположить, что структурно-семантические, функциональные, психолингвистические и другие особенности эргонимии и эмпоронимии полиэтничного города будут иметь и этнолингвистические характеристики, обусловленные этническим составом жителей города и их языковым сознанием, а также лингвосоциальные показатели, свидетельствующие об историческом и культурном наследии города, об уровне его экономического развития. Однако на сегодняшний день социальный и лингвокультурологический аспект, как и другие аспекты, урбанонимии полиэтничного города изучен недостаточно ни в теоретическом, ни в методологическом отношении.

Обобщая изложенное, отметим, что огромный массив проанализированного ономастического материала, полученные результаты и сделанные исследователями выводы позволяют создать непротиворечивую теорию эргоурбанонимии современного русского языка. Комплексный, полипарадигмальный подход к изучению урбанонимов и эргонимов, который имел бы целью всесторонний и обстоятельный анализ особенностей их семантики, структуры, функциональных характеристик, культурологических и других аспектов, предстоит еще сделать.

В свете сказанного комплексное изучение наименований городских объектов, в частности названий магазинов, торговых предприятий и заведений общественного питания, сферы услуг, например, города Харькова, имеющего в силу исторически сложившихся обстоятельств многонациональный состав населения, сложную историю, развитую структуру промышленных, банковских, торговых предприятий и образовательных учреждений, сложившиеся культурные традиции, позволит получить интересные результаты для более полного понимания процессов функционирования живого русского языка в Украине.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бутакова Е. С. Эргонимы иноязычного происхождения в коммуникативном пространстве города: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук.: спец. 10.02.01 «Русский язык» / Е. С. Бутакова. – Томск, 2013. – 25 с.
2. Вайрах Ю. В. Эргоурбанонимия города Иркутска: структурно-семантический и лингвокультурологический аспекты исследования [электрон. ресурс]: автореф. дис. на

соискание учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.01 «Русский язык» / Ю. В. Вайрах. – Иркутск, 2011. – 218 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/ergourbonimiya-goroda-irkutska-strukturno-semanticheskii-i-lingvokulturologicheskii-aspekty->

3. Вербич С. Українська ономастика: перспективи розвитку / С. Вербич. – Українська мова. – 2010. – №3. – С. 73-80.

4. Голомидова М. В. Искусственная номинация в русской ономастике [электрон. ресурс]: дис. ... докт. филол. наук: спец. 10.02.01 / М. В. Голомидова. – Екатеринбург, 1998. – 375 с. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/iskusstvennaya-nominatsiya-v-russkoi-onomastike>

5. Емельянова А. М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтничного города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы) [электрон. ресурс]: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / А. М. Емельянова. – Уфа, 2007. – 19 с. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/ergonimy-v-lingvisticheskom-landshafte-polietnicheskogo-goroda#ixzz3opaH0sI4>

6. Капанадзе Л. А. Лексика города (к постановке проблемы) / Л. А. Капанадзе, Е. В. Красильникова // Способы номинации в современном русском языке. – М.: Наука, 1982. – С. 282-295.

7. Козлов Р. И. Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики [электрон. ресурс]: дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.01 / Р. И. Козлов. – Екатеринбург, 2000. – 151 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/ergourbonimy-kak-novy-razryad-gorodskoi-onomastiki>

8. Курбанова М. Г. Эргонимы современного русского языка в коммуникативно-прагматическом аспекте / М. Г. Курбанова // Гуманитарные Исследования: Журнал фундаментальных и прикладных исследований. – 2012. – № 1 (41). – С. 29-35.

9. Кутуза Н. В. Структурно-семантичні моделі ергонімів: (на матеріалі ергонімікону м. Одеси): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова» / Н. В. Кутуза. – Одеса, 2003. – 18 с.

10. Ларин Б. А. О лингвистическом изучении города / Б. А. Ларин // История русского языка и общее языкознание. – М.: Просвещение, 1977. – С.175-191.

11. Отин Е. С. Номинативные процессы в русской эргонимии XX века: (названия промышленных предприятий, акционерных обществ и фирм) / Е. С. Отин // Актуальные вопросы теории языка и ономастической номинации: сб. науч. тр.– Донецк, ДонГУ, 1993. – С. 83-84.

12. Подольская Н. В. Словарь ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Наука, 1988. – 192 с.

13. Романова Т. П. Проблемы современной эргонимии [электрон. ресурс] / Т. П. Романова // Вестник СамГУ. История. – 1998 (1). – Режим доступа: <http://weblib.ssu.samara.ru/DLib/vestnik/documents/199810904.html>

14. Сидоренко Е. Н. Исторические предпосылки формирования эргонимикона города Мариуполя / Е. Н. Сидоренко // Λογος ονομαστικῆς = Ономастические науки. – 2009. – №1(3). – С. 48-53.

15. Степанов Е. Н. Структурно-функциональная модель урбанолингвистического исследования в Украине / Е. Н. Степанов // Мова: Науково-теоретичний часопис з мовознавства. – № 15 / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. – Одеса: Астропринт, 2010. – С. 13-19.

16. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – М.: Наука, 1973. – 366 с.

17. Шмелева Т. В. Ономастикон российского города / Т. В. Шмелева. – Saarbrücken: Lar Lambert Academic Publishing, 2014. – 137 с.

18. Щербакова Т. В. Искусственная номинация коммерческих предприятий на материале тюменских наименований [электрон. ресурс]: дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.01 / Т. В. Щербакова. – Тюмень, 2009. – 195 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/iskusstvennaya-nominatsiya-kommercheskikh-predpriyatii>

(Статья поступила в редакцию 16 сентября 2015 г.)