

# ВНУТРИГОРОДСКОЙ ОНОМАСТИКОН СОВРЕМЕННОГО ДОНБАССА

И. А. Герасименко  
*iragerasimenko@mail.ru*

ОО ВПО «Горловский институт иностранных языков»  
г. Горловка

*В статье представлен анализ внутригородских наименований современного Донбасса в аспекте проблемы чистоты русской речи. Определено, что в языковых средствах актуализации эргонимного ландшафта донецкого края отображены негативные последствия, вызванные языковой модой, экспансией иноязычных заимствований и орфографической свободой носителей русского языка.*

*Ключевые слова: эргоним, лингвокультурная ситуация, Донбасс, номинация, оним.*

**Gerasimenko Irina Anatolevna**

Educational Organisation of higher professional education "Gorlovka Institute for Foreign Languages"

*The article presents the analysis of ergonyms of the present-day Donbass from the point of the linguistic purity. It is stated that linguistic means of the actualization of the Donbass ergonymic landscape reflect the negative consequences caused by the latest linguistic tendencies, expansion, loaned words, violation of spelling rules.*

*Key words: ergonym, linguocultural situation, Donbass, nomination, onym, transliteration, transonymisation.*

Городской ономастикон Донбасса как сплав универсального и специфичного маркирует ценностные стереотипы общества, сведения об исторических фактах, политических предпочтениях, эстетических вкусах, о традициях населяющих регион народов и народностей. Городской ономастикон современного Донбасса также отражает языковую моду и орфографические вкусы эпохи. Рассмотрим некоторые языковые средства актуализации онимного ландшафта донецкого края с целью освещения возможных негативных последствий, вызванных языковой модой, экспансией иноязычных заимствований и орфографической свободой носителей русского языка.

Городской ономастикон Донбасса связан «с процессом глобализации, охватившим все сферы современной жизни и проявившим себя в семиотическом пространстве региона,

важным компонентом которого – и одновременно коррелянтом – является коммуникативное, языковое пространство» [2, с. 365]. Влияние английского языка широко представлено названиями типа ТЦ «*Green Plaza*»; пиццерия «*New York Street Pizza*»; спортивный клуб «*My fitness*»; магазин обуви «*Step*» и др. Данные номинации перенесены из языка-источника в том виде, в котором существуют в момент заимствования, поэтому полностью соответствуют своим иноязычным эквивалентам в языке-источнике. Использование латиницы в городской ономастической среде обусловлено экстралингвистическими факторами – всё, что названо на «иностранном» языке, ассоциируется с качественным товаром или услугой, с новейшими технологиями и последними разработками.

Показательно, что графическое оформление городского пространства современного Донбасса также реализуется путём транслитерации русских и украинских слов средствами латиницы. Ср. номинации, которые, на наш взгляд, крайне отрицательно сказываются на экологии родного языка, формируют у молодого поколения восприятие иноязычных слов как «модных», «престижных», «повышающих статус» коммерческого заведения: *Dondass Palace* (гостиница), *Shakhtar Plaza* (гостиница), магазины «*Обувноу*» и «*Tuffelka*». Как справедливо замечает В. Г. Костомаров, «громадную роль в определении нынешнего орфографического вкуса следует приписать рекламе и в целом масс-медиа. Формируясь на рубеже лингвистических и графических, точнее – всех изохудожественных средств (вплоть до цвета и звука), они принципиально переплетают языковую и внеязыковую стороны, что и вызывает органическую потребность в новых типах письменного оформления текста» [3, с. 281-282].

В городских названиях современного Донбасса активно используются ретро-номинации, включающие элементы дореволюционной орфографии: рестораны «*Багратионъ*» и «*Трактиръ*»; магазин «*Булкинъ*». Использование буквы Ъ вызвано стремлением следовать письменной архаике и воссоздать колорит старины, которые ассоциируются со стабильностью, традициями и историей Российской империи. Как пишет В. Г. Костомаров, «любование упразднёнными буквами старой

азбуки есть, конечно же, проявление крайности моды на книжность» [3, с. 280].

Расширение ономастического пространства современного Донбасса происходит и за счёт названий, имеющих в своей основе элементы рифмы. Появление в современном русском языке рифмованных сложных слов типа *муси-пуси*, *фигли-мигли шурум-бурум*, *трали-вали*, *тары-бары-растабары* привело к возникновению следующих эргонимов: *рестораны «Ёксель-моксель»*, *«Кухен-Игрухен»*, *«Абра-кадабра»*, *«Ё-Моё»*. В этих словах-гендиадисах один из компонентов представляет собой фонетическую трансформацию ключевого слова, повторяющую его с изменением начального звука или группы начальных звуков. Как пишет Е. А. Земская, к слову прибавляется рифмованное эхо, слово-отзвучие, что создаёт экспрессивный эффект. При этом «эхо-конструкции могут выражать разного рода смысловые и экспрессивные оттенки, а могут быть лишены какой-либо семантики, выступая лишь в роли шутливой рифмовки» [4, с. 193]. В городском ономастиконе слова-гендиадисы обеспечивают установку «на привлечение внимания потенциальных потребителей посредством необычности самой эргонимической конструкции, демонстрирующей лингвокреативную деятельность номинатора, а также выступающей вербальным инструментом воздействия, манипулирования сознанием посредством слова, что способствует повышению спроса к рекламируемому товару» [1, с. 49].

Как известно, городской ономастикон отображает общие и национально-специфические черты нейминга в конкретной языковой ситуации. С этой целью номинатор прибегает к орфографической игре, что приводит к нарушению целостности слова. Так, в названии кафе с кальяном *«Дунь ка»* разделение слова на две отдельные единицы создаёт эффект языковой игры со смыслами 'Дунька' и 'Дуть' и, на наш взгляд, препятствует восприятию языкового знака как цельнооформленного элемента.

Итак, ономастикон современного Донбасса находится в контексте влияния вкуса эпохи на языковую жизнь общества. Анализ названий городских объектов раскрывает как общие механизмы топообразования, так и особенности регионального

сознания. Однако бесспорным остаётся тот факт, что коммерческая номинация должна быть более взвешенной и продуманной. Названия коммерческих заведений не должны определяться языковым произволом, так как это расшатывает графические, орфографические и лексические нормы русского языка. Данная проблема требует дальнейшего изучения (и не только на материале городского ономастикона, но и, например, слоганов коммерческой рекламы), что и будет нами предпринято в дальнейшем.

#### Литература

1. Багирова Е.П., Гаврилова Э.О. Языковой имидж современного города (на материале топонимов и эргонимов г. Тюмень) // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. 2015. Т. 1. № 4 (4). – С. 43-55.
2. Герасименко И.А. Региональная практика в сфере номинации внутригородских пространственных объектов современного Донбасса / И.А. Герасименко // Русский язык в поликультурном мире: сб. науч. статей III Международного симпозиума (8 – 12 июня 2019 г.) / отв. ред. Е.Я. Титаренко : В 2-х т. Т. 1. – Симферополь : АРИАЛ, 2019. – С. 364-369.
3. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой масс-медиа; изд. 3-е, испр. и доп. СПб.: Златоуст, 1999. – 320 с.
4. Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест / Отв. ред. Е.А. Земская. М.: Наука, 1983. – 239 с.