Разумов Р. В. Названия жилых комплексов: между урбанонимами и рекламными именами / Р. В. Разумов, С. О. Горяев // Научный диалог. — 2018. — № 9. — С. 76—97. — DOI: 10.24224/2227-1295-2018-9-76-97.

Razumov, R. V., Goryaev, S. O. (2018). Names of Residential Complexes: between Urbanonyms and Advertising Names. *Nauchnyy dialog, 9:* 76-97. DOI: 10.24224/2227-1295-2018-9-76-97. (In Russ.).



УДК 811.161.1'373.2

DOI: 10.24224/2227-1295-2018-9-76-97

Названия жилых комплексов: между урбанонимами и рекламными именами¹

© Разумов Роман Викторович (2018), огсіd.org/0000-0001-9878-2271, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского (Ярославль, Россия), rvrazumov@list.ru. © Горяев Сергей Олегович (2018), orcid.org/0000-0002-1684-0384, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; доцент кафедры социально-гуманитарных и естественно-научных дисциплин, Миссионерский институт (Екатеринбург, Россия), gorajev@yandex.ru.

Рассматривается вопрос о «пограничном» состоянии в ономастическом пространстве новой для русского языка категории имен собственных — названий жилых комплексов. Новизна исследования видится в том, что впервые определяется ономастический статус названий жилых комплексов, а также проводится сопоставительный анализ двух корпусов таких названий, собранных по Ярославлю и Екатеринбургу. Проанализированы существующие определения, разработаны возможные терминологические дефиниции подобных имен собственных. Отмечается, что эти онимы попадают в поле значений предложенного в свое время термина ойкодомоним, но указывается, что названия жилых комплексов занимают промежуточное место в ономастической системе: с одной стороны, они вписываются в разряд урбанонимов, с другой стороны, являются разновидностью рекламных имен. Предлагается новый подход к анализу названий жилых комплексов, основанный на ономасиологических основаниях: авторы располагают группы названий по степени возрастания признаков собственного имени от дескриптивных обозначений до условно-символических номинаций. Авторы приходят к выводу о том, что в системе рассматриваемых ойкодомонимов сложились две тенденции: (1) встраивание названия в существую-

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-012-00586.

щий урбанонимикон с учетом его своеобразия и (2) создание названий, не связанных с существующим городским ономастическим пространством. Проведенный анализ корпусов онимов Екатеринбурга и Ярославля подтвердил пограничный статус рассмотренных собственных имен.

Ключевые слова: ономастика; ономасиология; городское онимическое пространство; урбаноним; ойкодомоним; названия жилых комплексов.

1. Предварительные замечания

Появление в начале 2000-х годов нового ономастического разряда — названий жилых комплексов (далее — ЖК) — связано с «ономастическим взрывом», прогремевшим в русской ономастике в последнее десятилетие XX и первом десятилетии XXI веков. В этот период активно создаются имена собственные не только традиционных, давно известных онимических разрядов, но и появляются новые, в том числе переходные разряды онимов, что в полной мере относится и к названиям жилых комплексов.

Этот разряд имен собственных уже становился предметом научного осмысления. Впервые в русской лингвистике к рассмотрению названий жилых комплексов один из авторов данной статьи обратился в своем докладе на 10-й международной конференции «Ономастика Поволжья» [Разумов, 2006]. Интересно, что параллельно с нами на той же конференции данный тип онимов был предметом внимания и в докладе волгоградской исследовательницы М. Я. Выходцевой [Выходцева, 2006]. С тех пор появилось еще несколько исследований, рассматривающих названия жилых комплексов в аспекте тенденций их развития [Соколова, 2010], формирования имиджа города [Федотовских, 2015а; Федотовских, 2015б], лингвопрагматическом [Резенков, 2009] и ономасиологическом [Дьякова, 2016] аспектах.

К началу 2000-х годов в отечественной ономастике уже был предложен и теоретически обоснован термин для обозначения такого разряда имен собственных [Подольская, 1989; Подольская, 1993]. Названия жилых комплексов могут быть отнесены к разряду *ойкодомонимов*, впервые выделенному во 2-м издании словаря Н. В. Подольской: «Имя собственное здания <...> Происх.: греч. οίχοδομή 'здание, строение' + оним» [Подольская, 1988, с. 88]. Интересно, что в его 1-м издании в определении на этом месте был употреблен описательный оборот название отвельного здания [Подольская, 1978, с. 154]. Как уже ранее отмечал один из соавторов, данный термин был предложен как термин-футуроним и, к сожалению, не получил широкого распространения в российской ономастике (см. об этом: [Разумов, 2015]). Заметим, что в зарубежной ономастике этот термин, насколько нам известно, практически не употребляется (исключением из данного

правила является лишь белорусская ономастика, в которой его использование связано с именем А. М. Мезенко и ее учеников), а в болгарской ономастике для данного вида собственных имен предложен иной термин — касоним — «собственно име на всеки дом (къща, колиба, палат, дворец и под.) <...> лат. casa 'къща, колиба'» [Балкански, 2016, с. 208]. Термин инсулоним, предложенный Н. С. Дъяковой [Дъякова, 2016], не может быть использован для обозначения данного разряда собственных имен, поскольку в ономастике им принято обозначать названия островов: «собственное имя любого острова... Происх.: лат. insula 'остров' + оним» [Подольская, 1988, с. 63]¹. В настоящей статье мы будем использовать как синонимичные выражение название жилого комплекса и термин ойкодомоним, как уже известный в отечественной науке и включенный в российские ономастические терминологические словари.

Но вопрос о месте этих имен собственных в ономастиконе и, в какойто степени, даже о терминологическом определении этого разряда до сих пор остается открытым. На взгляд авторов настоящей статьи, основная «интрига» заключается в том, что, с одной стороны, названия жилых комплексов являются частью урбанонимии, а с другой стороны, это ярко выраженные «рекламные имена», связанные с экономической деятельностью и экономическими общественными отношениями. Рассмотрим этот вопрос более подробно.

2. Названия жилых комплексов как урбанонимы и как рекламные имена

С одной стороны, названия жилых комплексов могут быть отнесены к разряду урбанонимов. Н. В. Подольская в своем словаре дает им следующее определение: «Вид топонима. Собственное имя любого внутригородского топографического объекта, в т. ч. агороним, годоним, хороним городской, экклезионим, ойкодомоним» [Подольская, 1988, с. 139]. Ключевым в данном определении, безусловно, является слово топографический, образованное от слова топография, под которым понимается как «отдел геодезии, изучающий земную поверхность и способы ее измерения», так и «совокупность признаков, характеризующих населенный пункт или административно-территориальную единицу в географическом отношении» [БАС, ст. 640—641]. Очевидно, что любое название жилого комплекса обладает признаком топографичности, что объединяет названия жилых комплексов с другими урбанонимами по следующим признакам:

Многозначное латинское слово insula может обозначать также многоквартирный жилой дом.

- название жилого комплекса обозначает объект, который имеет четкую локализацию на земной поверхности;
- одно и то же название не может повторяться в пределах одного населенного пункта;
- однажды закрепленное название не может произвольно переноситься с объекта на объект;
- название жилого комплекса способно выполнять адресную функцию как в письменной, так и в устной речи; как в официальном дискурсе (юридических документах, реестрах, списках и т. п.), так и в неофициальном общении.

Зримым воплощением топографичности, на наш взгляд, является нанесение онима на географические карты или его включение в адресные базы данных. Этими свойствами, безусловно, обладают и названия жилых комплексов. Так, при подготовке данного исследования для установления мотива создания названия нам пришлось обращаться к онлайн-картам Ярославля и Екатеринбурга, на которые нанесены уже построенные жилые комплексы. Обращение к данным Федеральной информационной адресной системы [ФИАС], содержащей сведения об адресных объектах Российской Федерации, также подтверждает появление топографической функции у подобных имен собственных: они впервые начинают фиксироваться в этом электронном ресурсе, указывая на территорию, которую занимает жилой комплекс. Например, в Истринском районе Московской области зафиксированы следующие объекты: «Жилой комплекс Балтия Территория», «Жилой комплекс Истринский родник Территория», «ЖК Берег Песочной Территория», «ЖК Истринский родник Территория», «ЖК Огниково Парк Территория», «ЖК Ренессанс Парк Территория» [ФИАС]. Заметим, что данное явление еще не носит массовый характер, нами отмечены лишь единичные случаи включения названий жилых комплексов в эту базу данных.

С другой стороны, названия жилых комплексов, несомненно, связаны с коммерческой деятельностью человека, то есть носят очевидный рекламный характер, принадлежат к категории рекламных имен.

Термин рекламное имя был введен в монографии И. В. Крюковой «Рекламное имя: от изобретения до прецедентности» [2004] и затем стал использоваться лингвистами¹ в значении 'название любого товара в самом широком смысле этого слова' [Крюкова, 2004, с. 7], а в более строгом смысле — как объединяющий термин для частных ономастических

¹ На начало августа 2018 года в Научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU содержится 201 публикация, содержащая ключевое слово «рекламное имя».

разрядов, среди которых особенно подчеркнем прагматонимы (названия товаров) и эргонимы (названия предприятий). Этот термин появился как отклик ономастической науки1 на изменения в укладе российской жизни, вызвавшие уже упомянутый «номинативный взрыв», при котором резко возрастает количество собственных имен, функционирующих в экономической сфере деятельности. Например, Т. П. Романова отмечает, что «в 1987—1989 гг. в 10 крупнейших городах Российской Федерации, то есть практически во всей стране, использовалось около 500 различных наименований магазинов <...> в настоящее время их количество только в Самаре составляет несколько тысяч и продолжает интенсивно увеличиваться» [Романова, 2009, с. 174]. Но применительно к рассматриваемым в данной статье ойкодомонимам даже выражение взрывное увеличение количества оказывается неуместным, поскольку традиционные для многих стран западной культуры имена собственные крупных жилых комплексов, отличающихся от типовой массовой застройки, практически не были распространены в России советского периода ее истории. Собственное имя отдельного строения, дома связывалось с памятниками архитектуры, учреждениями и крайне редко — с жилыми строениями². Заметим, однако, что в 1920—1930-е годы во многих российских городах отмечаются случаи появления подобных названий, однако они не носили массовый характер. Например, в Иванове в эти десятилетия появился ойкодомоним Дом инженерно-технических работников, в Ярославле — ойкодомоним Бутусовский поселок, в Екатеринбурге — ойкодомонимы Дома специалистов, Дом старых большевиков и комплекс «Городок Чекистов», в Москве — ойкодомонимы Дом актера, Дом артистов Большого театра, Дом полярника, Дом правительства (Первый Дом Советов, более известный как Дом на набережной) и др. Сейчас же жилые новостройки — дома, или группы домов, образующие единый жилой комплекс — часто получают собственное имя еще на стадии проектирования.

Укажем черты, объединяющие названия жилых комплексов с другими типами рекламных имен:

В западноевропейской ономастике набирает силу термин коммерческое имя, а в восточноевропейской многие разряды рекламных имен рассматриваются как входящие в разряд хрематонимов, что совершенно расходится с отечественным пониманием последнего термина (см. подробнее: [Бугешу и др., 2018]).

Отметим любопытный факт: в «Словаре русской ономастической терминологии» (1988) отмечается тенденция «давать частным загородным домам имена собственные» [Подольская, 1988, с. 89], и то только для тогдашней советской Латвии, то есть за пределами ядерной сферы русского языка и к строениям, принадлежащим конкретному хозяину.

- название жилого комплекса может быть запатентовано или иным образом защищено законом, подобно другим разрядам рекламных имен;
- такое название создается и существует, прежде всего, в рекламных текстах, то есть рекламная функция является первичной;
- при создании этих ойкодомонимов используются приемы, характерные для рекламных имен (см. об этом в [Разумов, 2006]);
- традиционно в ономастике ойкодомонимы рассматриваются в связи с выражением авторских интенций их обитателей¹, тогда как в случае с названием жилых комплексов их жильцы оказываются в позиции не авторов, а «потребителей» имени собственного.

Упомянутая ранее адресная функция таких имен представляется нам в большей степени потенциальной, нежели действительно реализуемой в речи. Безусловно, адресная функция вполне находит применение в возможностях поиска таких жилых комплексов на онлайн-картах, но вопрос заключается в том, насколько горожане представляют себе местоположение того или иного жилого комплекса по названию. Когда мода на «именные» дома только зарождалась, это было вполне объяснимо: новостройка, имеющая собственное имя, несомненно, привлекала внимание самим фактом его наличия. Гипотетически вхождение ойкодомонима в активное употребление уместно, например, в небольших городах, где строительство «неанонимного» дома существенно выделяет его на фоне массовой застройки, однако в современных крупных городах очевидна тенденция к тому, что все большее количество новых зданий получает собственное имя, причем иногда оно не вписано ни в существующую топонимическую систему, ни в культурный «бэкграунд» города (это будет показано далее на нашем материале). Таким образом, новые ойкодомонимы необязательно становятся топонимическим фактом для большинства жителей города. Названия жилых комплексов иногда обозначаются на дорожных указателях для ориентирования в пространстве, как и названия улиц и другие традиционные официальные урбанонимы, но сейчас также можно, по согласованию с соответствующими инстанциями, размещать на указателях информацию о местоположении любых коммерческих объектов. Кроме того, в российских условиях, в отличие от западной практики, практически не существует традиции помещать название жилого комплекса на самом

¹ Характерно, что в вышедшем недавно учебнике по ономастике глава, посвященная ойкодомонимам (в оригинале — names of dwellings) начинается с утверждения, что в ней обсуждаются «такие жилища, за имена которых ответственны их нынешние или предыдущие жильцы» [Коортап, 2016, с. 636], а названия жилых комплексов отдельно не рассматриваются.

здании: как минимум, для Екатеринбурга и Ярославля можно утверждать, что такие случаи носят единичный характер.

Для того чтобы показать наглядно колебания статуса ойкодомонимов между географическими и коммерческими именами, мы предлагаем рассмотреть два корпуса этих названий в ономасиологическом ключе.

3. Современные ойкодомонимы в ономасиологической классификации

Мы рассмотрим два массива названий ЖК, собранных синхронно по Ярославлю (125 названий) и Екатеринбургу (189 названий)¹.

Главным классификационным противопоставлением в нашем подходее становится оппозиция включенности / невключенности ойкодомонима в существующий урбанонимический ландшафт и, шире, «урбанонимический имидж» района, города, региона. Мы рассматриваем в качестве значимой характеристики, ставшей основным номинативным признаком при создании названия, географическое положение объекта, во-первых, поскольку это важнейшее качество объекта недвижимости, во-вторых, потому что употребление «адресного» в широком смысле принципа номинации показывает желание номинатора привязать новый ойкодомоним к сложившемуся ономастическому ландшафту. Таким образом, «включенными» ойкодомонимами мы считаем имена собственные, имеющие хотя бы косвенное отношение к месту расположения объекта, то есть названия, которые могут быть интерпретированы человеком, более-менее включенным в городской контекст. В связи с последним авторы и привлекают к анализу материал, собранный в своих родных городах.

Мотивы появления таких названий могут быть достаточно различными: от прямого указания на адрес жилого комплекса до выражения региональной идентичности. По этой причине в рамках «включенных» ойкодомонимов мы также выделяем две основные группы по непосредственному и косвенному воплощению локальной привязки.

Номинативное воплощение идеи точной локализации на карте города ярче всего иллюстрируют дескриптивные названия, соответствующие официальному адресу объекта («На Кучерском пер., 5» Яр.; «Парниковая, 6»

Материал собран путем личных наблюдений, а также посредством анализа ресурсов сети Интернет — сайтов, предлагающих квартиры в новостройках; последний термин риелторы толкуют очень расширительно, по-видимому, относя к нему весь постсоветский жилой фонд (для Ярославля был просмотрен соответствующий городу раздел «Новостройки» на сервисе Яндекс.Недвижимость [Новостройки...], для Екатеринбурга — раздел «Новостройки» в базе данных ЦИАН [ЦИАН], доступ от 15 июля 2018). Далее примеры из двух корпусов сопровождаются пометами Яр. и Ек. соответственно.

 $E\kappa$.)¹, хотя возможны и различные варианты, включающие и не включающие номер строения, урбанонимические термины ∂ oм, улица с предлогами по или на или вообще без предлогов и т. п., или названия, отсылающие не к официальному адресу дома, а к другому годониму — названию располагающейся рядом улицы (в случае квартальной, ограниченной несколькими улицами застройки или нахождении здания на перекрестке).²

Менее конкретизированные географические привязки дает другая группа ойкодомонимов, характеризующихся тем, что в составе наименования содержится другой урбаноним или топоним, позволяющий предположительно определить местонахождение объекта. Заметим, что в редких случаях топонимической, а не урбанонимической отсылки в названии ЖК низкая степень такой предположительности позволяет говорить уже не столько о географической привязке, сколько о манифестации локального патриотизма. Таковы, например, гидронимические названия «Волжский» Яр. и «Башня "Исеть"» Ек.

Идею косвенной географической мотивировки также иллюстрируют две группы названий. Первую составляют названия ЖК, созданные с опорой на название улицы, но не акцентирующие это: «Ленинградский» Яр., по одноименному проспекту; «Московский дворик» Ек., по улице Московская. В таких ойкодомонимах все-таки прочитывается отсылка к названию улицы или микрорайона (или к иному урбанониму) с минимальными интерпретационными усилиями. Вторую же образуют номинации, тематически связанные с неназванным, но предположительно известным горожанину годонимом или другим урбанонимом, ассоциирование с которым обеспечивается применением языковой игры с опорой на метафору,

Вопрос о том, насколько такие дескриптивные номинации соответствуют концепту опота можно считать открытым. Впрочем, это справедливо и для других рекламных имен, которые занимают периферийное (см. [Крюкова, 2004]) положение в ономастическом пространстве. Мы признаем, что при весй возможной широте понимания концепта опота некоторые из названий ЖК («Дом на Данилы Зверева, 17» Ек) уже заступают за его границы. Но, как будет видно из примеров далее, таких полных описаний сравнительно немного, и модус их существования в реальных рекламных текстах соответствует «чистым» собственным именам даже на формальном уровне — кавычки, заглавные буквы, строение фразы. Ср. гипотетические примеры: Вы найдете свою уютную квартиру в доме на Данилы Зверева 17 и Вы найдете свою уютную к квартиру в жилом комплексе «Дом на Данилы Зверева, 17» — авторы рекламных текстов явно склоняются ко второму варианту. В рамках настоящей работы мы придерживаемся мнения, что такие названия по их индивидуализирующей функции представляют собой самостоятельные развернутые знаки, а не комбинации знаков, то есть выступают как цельная номинативная единица, вписывающаяся в ряд «несомненных» собственных имен.

В редких случаях ЖК имеет два или даже три рекламных названия, например: «Таежный», он же «На Таежной», он же «Дом на Таежной»; чистую адресную идею мы считаем доминирующей.

метонимию. Такие названия предполагают целенаправленные интерпретационные усилия со стороны адресата: « $Cum\phi$ ония» Sp., расположенный на ул. Штрауса, «Perama» $E\kappa$., находится на берегу водохранилища, где регулярно проводится международная парусная регата «Кубок Екатеринбурга». Создание таких названий, по нашему мнению, будет свидетельствовать о попытке номинатора окончательно оторваться от дескриптивного подхода и создать несомненное собственное имя.

«Невключенные» ойкодомонимы не имеют локальной привязки к сложившемуся ономастическому ландшафту. Основных ономасиологических ходов здесь также два. В одном случае имя создается с опорой на «неадресные» характеристики зданий — это может быть форма, стиль, особенности архитектуры: «Рояль» Яр. — по двухцветной окраске здания с характерным изгибом границы цветов, напоминающей по форме крышку рояля¹, «Октава» Ек. — здание из восьми разноэтажных частей в порядке возрастания / убывания. Часть таких названий можно было бы отнести к результатам образной номинации², часть — к ассоциативно-сопоставительным номинациям, однако, как ни странно, в нашем случае такие названия нельзя считать отобъектно мотивированными в чистом виде. В процессе любой отобъектной номинации субъект переводит в языковую форму свои представления об объекте, завершая номинативной единицей акт познания действительности. В нашем же случае выбор названия для ЖК является рекламной, то есть отадресатной, номинативной стратегией и появление номинативной единицы может предшествовать не только строительству, но даже и проектированию здания.

В другом случае ойкодомоним вообще не основывается на свойствах и качествах объекта; их появление является результатом условно-символической номинации³, для которой характерно отсутствие привязки к денотату. Такие названия воплощают идею onoma в чистом виде, как словесного знака, выполняющего исключительно индивидуализирующую функцию в противовес дескриптивной. В связи с тем, что привязка к объекту отсутствует, такие названия могут повторяться в двух массивах: «Классика» Яр и $E\kappa$., «Клевер Парк» Яр. и «Clever Park» $E\kappa$. Более того, подобные названия формируют своего рода набор «потенциальных коммерческих имен»⁴, которые подходят для самых разных коммерческих объектов, ср.

¹ Наше предположение; официальной информации от застройщика нет.

² В понимании М. Э. Рут [Рут, 1994].

³ Понятие, ставшее классикой ономасиологии после выхода в свет работы Н. Д. Голева [Голев, 1980].

⁴ Подобно тому, как существуют потенциальные антропонимы, актуализирующиеся в выборе имени для конкретного человека [см. Смольников, 2005].

«Лесная сказка» Яр. и многочисленные одноименные объекты: другие ЖК (как минимум, в г. Заречном Свердловской области, Всеволожске, Саранске, Сочи, Троицке), база отдыха, кафе (Екатеринбург), коттеджный поселок (Свердловская область), отель (Тамбов), производство пиломатериалом (Балаково), а также торговая марка игрушек, торт, детский надувной батут, искусственная ель, сорт земляники и мн. др. Возможны и более «вопиющие» случаи: в силу предметной неопределенности доономастического значения, в Ярославле онимом «Престиж», кроме ЖК, может быть обозначен совершенно неограниченный круг денотатов. Интересно также отметить возрождение в нашем материале универсальных названий советского периода — в екатеринбургском массиве есть ойкодомонимы «Мечта», «Восход», «Заря» (возможно, по расположенному в сравнительной близости к кинотеатру, ставшему неофициальным ономастическим маркером городского пространства) и даже «Ударник», совершенно не совпадающей географически с переулком Ударников².

Рассмотрим классификацию более подробно на конкретных примерах.

4. Материальное наполнение классификационных разрядов.

4.1. Включенные прямые номинации

Адресный мотивировочный признак лег в основу 43 номинаций екатеринбургского корпуса (23 %) и 46 номинаций ярославского корпуса (36 %).

4.1.1. Адресные дескрипции, включающие годоним, входящий в официальный адрес объекта, или, в случае квартальной застройки, обозначение улицы, пограничной к объекту номинации.

Адресные дескрипции екатеринбургского корпуса включают 24 названия (13 %), ярославского — 28 названий (22 %). При всем разнообразии формальных моделей такие названия включают годоним, урбанонимический термин (самым частотным является улица) и числительное, обозначающее номер дома. Кроме годонима, остальные элементы могут редуцироваться. Приведем примеры номинаций, построенных по основным моделям подобных ойкодомонимов (все примеры взяты из корпуса ярославских онимов): «Батова 10», «Улица Нефтяников», «На Большой Луговой», «На Кучерском пер., 5», «По ул. Совхозная». В екатеринбургском корпусе достаточно активна модель «Дом на... + годоним» или «Дом по... + годоним».

¹ Напомним, что популярность именно этого названия была пародийно обыграна в повести Н. Носова «Незнайка на Луне»: «Жалеть не будут коротышки / И не потратят деньги зря / коль будут все жевать коврижки / конфетной фабрики «Заря».

Популярность «советских» вербальных символов в коммерческой номинации отмечается в [Голомидова, 2009].

В качестве курьеза отметим екатеринбургское название «Квартал 1.2.-1.3.», нумерация которого соответствует плану застройки нового района, а название появилось еще до того, как в этом районе новостроек были утверждены официальные годонимы. Есть еще одно подобное название, пытающееся рекламно обыграть такую же номенклатурную привязку — «Первый Жилой Квартал» $E\kappa$. — имеется в виду первый на плане и по порядку застройки района.

4.1.2. Иные урбанонимические отсылки, в основном включающие в себя название административного, жилого или микрорайона

В екатеринбургском корпусе эта подгруппа включает 19 единиц (10 %), в ярославском — 18 онимов (14 %). Большинство ойкодомонимов просто используют название жилого района или поселка («7 Ключей» Ек., «Пионерский» Ек.; «Норский» и «Норские резиденции» Яр) или расположенного рядом урбообъекта («Парк Каменные Палатки» Ек. — рядом с одноименным лесопарком). Сюда же мы отнесли некоторые ойкодомонимы, образованные от названий улиц, но «сбивающие» четкую географическую привязку: например, название «Московский квартал» Ек. (по обозначению ул. Московская, одной из самых длинных улиц Екатеринбурга) дает гораздо менее конкретную локализацию объекта, чем примеры, приведенные выше. Интересно, что подобные названия в Ярославле — «Московская слобода» и «Московский квартал», хотя и имеют отсылку к главной автомагистрали этой части города Московскому проспекту, служат обозначениями объектов, расположенных по другим улицам.

4.2. «Включенные» косвенные номинации

Косвенно воплощенный адресный мотивировочный признак лег в основу 38 номинаций екатеринбургского корпуса (20%) и 28 онимов ярославского (22%).

4.2.1. Названия, прозрачно обыгрывающие годоним или иной урбаноним, если обозначаемые объекты расположены рядом.

Эта подгруппа включает 19 названий (10 %) в екатеринбургском и 14 названий (11 %) в ярославском корпусе. Самый простой способ образования таких номинаций — перенос названия улицы на название ЖК: «Июльский» — Ек. — ул Июльская, «Нагорный» Яр. — ул. Нагорная. Более сложный случай «обратное» восстановление для ойкодомонима существительного, давшего прилагательное в годониме (ЖК «Альпы» Ек. — ул. Альпийская; «Златоустые» Яр. — ул. Златоустьинская), образование прилагательного от существительного, входящего в годоним («Некрасовский» Яр. — ул. Некрасова), обыгрывание существительного, входящего

в годоним («*Комиссаръ*» 1 *Ек.* \leftarrow ул. Бакинских Комиссаров), или выбор однокоренного существительного («*Стрелки*» *Ек.* \leftarrow ул. Стрелочников).

В случае меморативных годонимов подобный подход приводит к появлению в Екатеринбурге названий ЖК, совпадающих с фамилией известного лица: «Сахаров» $E\kappa$. — ул. Академика Сахарова, «Крыловъ» $E\kappa$. — ул. Крылова, «Татищев» $E\kappa$. — ул. Татищева, в честь основателя Екатеринбурга. Иногда подобные трансформации могут привести к появлению ойкодомонима, напоминающего иные типы названий. Например, в Ярославле название ЖК «Доронино» образовано не от топонима, а от меморатива, увековечивающего память о летчике, Герое Советского Союза, участвовавшем в спасении экипажа парохода «Челюскин». Адресные и мемориальные мотивы переплетаются в номинациях «Репин парк» $E\kappa$. — ул. Репина² и «Бажов Ноизе» $E\kappa$. — ул. Бажова. Отметим также попытку возвращения к историческим названии пр. Ленина, и «Клубный дом Тихвинъ», при современном названии $E\kappa$ 0. Хохрякова, заменившем историческое $E\kappa$ 1. (по названию Ново-Тихвинского женского монастыря).

4.2.2. Названия, включающие скрытую апелляцию к урбанониму, или отсылающие к комплексному «имиджу» района, города / региона, страны.

19 названий (10 %) екатеринбургского и 14 названий (11 %) ярославского корпуса образуют эту группу ойкодомонимов. В нее мы включаем названия, локально привязанные к некоему особому объекту, например, уже отсутствующему ныне в городском ландшафте, или к нескольким функционально схожим объектам, образующим пространственный континуум: «Современник» Ек. (ЖК расположен в районе досягаемости бывшего одноименного кинотеатра, перепланированного в торговый центр); «Дипломат» Ек. (рядом находятся несколько консульств), «Октябрь» Яр. (ЖК построен на месте снесенного здания одноименного кинотеатра). Гидронимическую «привязку» имеют названия «Адмирал» Ек. и «Адмиральский» Ек. для двух ЖК, близких к акватории Верх-Исетского пруда, а гораздо более важный в национальном масштабе гидрообъект дал в Ярославле производные названия ЖК «Волга парк», «Волжские пенаты», «Волжский»

Отметим, что в отличие от других типов рекламных имен, широко использующих «Ъ» для стилизации под дореволюционную орфографию, в названиях ЖК такой прием (как минимум, в наших массивах) дает только единичные примеры: четыре — в екатеринбургском массиве и ни одного — в ярославском.

² При том, что парков на этой улице нет, а из зеленых массивов есть только два кладбища — православное и мусульманское.

³ Редкое использование латиницы (8 случаев ЕК., ни одного Яр.) также отличает ойкодомонимы от других типов рекламных имен.

(интересно, что не все эти объекты расположены рядом с одноименной рекой). Аналогичное происхождение имеет и ойкодомоним «Komopocnb» $\mathcal{A}p$., источником для которого стало название одноименной реки.

Интересна микросистема ойкодомонимов «Коперник», «Ломоносов», «Менделеев» (все — Ек.), намекающих на соотнесенность с новым микрорайоном Университетский (заметим, что ул. Менделеева находится в совершенно другой локации, то есть в данном случае у горожан могут возникнуть ложные пространственные ассоциации). Подобные ложные ориентиры потенциально возможны и в Ярославле, в котором, по нашим данным, в разные годы рекламировались два ЖК с названием «Победа», расположенных в разных районах города: первый, находящийся в центре Ярославля, был связан с названием одноименной улицы, а второй, строящийся в Дзержинском районе, — с эргонимом кинотеатра. Впрочем, рекламные кампании этих ЖК осуществлялись в разные годы, поэтому первый ойкодомоним, возможно, уже вышел из употребления.

Название города дает один производный ойкодомоним в одном корпусе — «Огни Екатеринбурга» и три в другом — «Новый Ярославль», «Ярославль-СИТИ» и «Ярославские палаты». Несколько названий основаны на отсылке к целому региону: «Уральский», «Демидовский» (по фамилии известных на Урале промышленников) в екатеринбургском и «Верхневолжский» — в ярославском корпусе. Один ойкодомоним основан на максимально широкой географической привязке и отсылает к названию страны (по форме государственного устройства) — «Квартал Федерация» Ек. (в этом случае привлечение слова федерация можно объяснить и задачей актуализации смысла 'союз, объединение').

Таким образом, если рассматривать соотношение прямых и косвенных номинаций в ойкодомонимии в целом, то следует отметить, что «адресная», урбанонимическая мотивировка представлена в довольно большом круге названий: 81 оним (43 %) в екатеринбургском корпусе и 73 онима (58 %) в ярославском. Рассмотрим теперь названия совершенно иного свойства, не исходящие из идеи локализации объекта.

4.3. «Невключенные» номинации

Этот классификационный раздел представляют 108 ойкодомонимов (57 %) екатеринбургского и 53 ойкодомонима (42 %) ярославского корпуса.

4.3.1. Образные названия, основанные на языковом воплощении некой особенности объекта

Названия этой группы — 29 онимов (15 %) в екатеринбургском и 25 онимов (20 %) в ярославском корпусе — отражают два классических способа образного отождествления: метонимию и метафору.

Первых ойкодомонимов значительно меньше, тем более что метонимический замысел автора названия часто становится понятен только в том случае, если он раскрыт в рекламных материалах, например, упомянутый в названии ЖК «Дом у $npy\partial a$ » $E\kappa$. гидрообъект не имеет официального гидронима, но рекламные буклеты подчеркивают «живописный пруд под окнами, придающий месту особую романтику», то же касается названий типа «Хрустальные ключи», «Березовая роща», «Родник» (все — $E\kappa$.).

Метафорические же названия, как мы уже указывали, обыгрывают, в основном, внешний вид объекта. Это может быть цвет: «Апельсин» $E\kappa$., «Базилик» $E\kappa$., «Голубой топаз» \mathfrak{Ap} ., «Изумрудный» $E\kappa$. и \mathfrak{Ap} .; особенности архитектуры: «Каскад» $E\kappa$. (разноэтажное здание), «Серебряная подкова» $E\kappa$., (характерная форма здания), «Панорама» \mathfrak{Ap} . (панорамное остекление здания). Некоторые названия довольно прихотливо связаны с особенностями объекта, например, здание «Дельтаплан» $E\kappa$. украшено синими полосами, символизирующими небо, и схематическими изображениями не дельтапланов, а бумажных самолетиков.

Вполне ожидаемо обыгрывание высотного характера здания: «Монблан», «Олимп», «Эверест», «Небесный», «Седьмое небо» (все — $E\kappa$.) и «Богатырь», «Поднебесный» (все — $\mathit{Яр}$.). Комплексные номинации встречаются изредка: появление ойкодомонима « $\mathit{Три}$ богатыря» $E\kappa$. мотивировано не только размерами зданий, но и их количеством в застройке.

Распространенным мотивом создания названий жилых комплексов является подчеркивание их расположения рядом с зелеными насаждениями. Вероятно, подобные ойкодомонимы должны сформировать у потребителя представление о комфортной и благоприятной окружающей среде. Помимо уже упомянутых выше екатеринбургских названий данного типа, приведем аналогичные примеры из ярославского корпуса: «Вишневый сад» («Зеленый бор», «Зеленый квартал», «Клевер парк», «Лесная сказка», «Сирень», «Чистые ключи», «Экогород», «Экоквартал», «Яблоневый посад», «Яблоневый сад». Реальность существования зеленых насаждений вокруг жилого комплекса можно проверить только после окончания строительства, но на всех рекламных материалах обязательно показаны многочисленные деревья и кустарники.

4.3.2. Условно-символические названия, эксплуатирующие общеположительные ассоциации и представления

Названия, воплощающие концепт onoma в наиболее чистом виде, то есть названия, менее всего определенные свойствами денотата, состав-

Отметим, что возможные аллюзии на название известного литературного произведения в рекламных материалах никак не проявлены.

ляют 42 % (78 ойкодомонимов) в екатеринбургском корпусе и 22 % (28 ойкодомонимов) в ярославском.

В задачи настоящей статьи не входит детальное описание всех возможных мотивов создания условно-символических номинаций рассматриваемых корпусов¹, поэтому мы, опираясь на собственный языковой опыт, отметим только наиболее характерные тенденции, как типичные для традиционных коммерческих названий, так и сравнительно новые, характерные именно для ойкодомонимов последнего времени.

В екатеринбургском корпусе достаточно активна «алфавитная» номинация, обусловленная стремлением создать название на букву «а», чтобы в алфавитных списках рекламируемых однотипных объектов соответствующее название занимало первые позиции: «Аврора», «Азбука», «Академия» (ЖК, не имеющий отношения к району Академический), «Акварель», «Аксиома», «Альфа», «Астория»; в ярославском же корпусе такое название только одно — «Аврора». Совпадение одной производящей лексемы в двух корпусах, возможно, показывает, что до сих пор в постсоветском языковом сознании сохраняется узнаваемость некогда идеологически нагруженного символа советского времени.

Из общественно значимых идей, вложенных авторами ойкодомонимов в названия, отметим следующие.

Популярна природная и экологическая тематика, например, *«Бриз»*, *«Восход»*, *«Рассветный»*, *«Смородина»* (все — *Ек.*) и *«Звездный»*, *«Радуга»*, *«Радужный»*, *«Солнечный берег»* (все — *Яр.*). Интересно отметить, что ойкодомоним *«Времена года»* представлен в обоих корпусах, однако в Ярославле мотивировка этой номинации иная: отдельные жилые дома, образующие комплекс, носят названия, происходящие от обозначений сезонов: *«Зима»*, *«Весна»*, *«Лето»*, *«Осень»*².

Также наглядно выделяется группа названий, связанных с идеей высокой культуры, наукой, искусством: «Вернисаж» $E\kappa$., «Маэстро» $E\kappa$., «Ренессанс» Sp., «Классика» Sp. В Екатеринбурге эта идея воплоща-

В определенной степени для екатеринбургских ойкодомонимов это сделано в [Федотовских 2015а, 2015б]

Традиция связывать наименование всего жилого комплекса и имена входящих в него зданий появилась сравнительно недавно, однако уже зафиксирована в нескольких городах Российской Федерации: в Казани ЖК «Сказочный лес» состоит из семи зданий: «Кипарис», «Тополь», «Клён», «Рябина», «Ясень», «Каштан», «Черёмуха», в Нижнем Новгороде ЖК «Квартал Европейский» включает дома «Прага», «Берлин», «Вена» и «София», «Афины», «Неаполь», «Марсель», «Барселона». В Екатеринбурге ЖК «Самоцветы» включает дома «Агат», «Оникс», «Чароит». При развитии такого подхода объем термина ойкодомоним, по-видимому, придется подвергнуть определенному пересмотру.

ется также в отантропонимических названиях «Кандинский», «Малевич», «Татлин» (здания двух разных застройщиков в честь деятелей русского авангарда и конструктивизма) и, по не вполне ясным мотивам, «Булгаков».

Особый пласт этого типа ойкодомонимов составляют названия, эксплуатирующие тему семьи, ближнего окружения. Особенно широко представлены подобные онимы в Ярославле: «Молодая семья», «Династия», «Дружная семья». Примыкает к ним и название «Новые друзья». В Екатеринбурге представлен всего один ойкодомоним данного типа: «Свой круг».

С дореволюционных времен в российской коммерческой номинации существовала традиция именования объектов посредством использования иностранных топонимов или ойконимов, зафиксированных в других регионах страны. В настоящее время эта практика успешно реализуется при создании названий жилых комплексов: «Арбатский» Ек., «Artek» Ек., «Европейский» Яр., «Прованс» Яр.

Только для екатеринбургского корпуса характерен прием, типичный для коммерческой номинации, — употребление заимствований и / или написание названия латиницей. Хотя общее количество таких названий составляет около 5 %, сам факт наличия в городе ЖК «NOVA park», «Radius Central House», «Vivaldi», «WOODS» и «Гринвуд», «Форест», «Тринити» показывает, что влияние номинативный моделей, возникших в рекламных именах, получает распространение и в ойкодомонимии. Интересно в этом плане единичное обращение к немецкому, а не английскому языку — название ЖК «Das Haus», возможно, навеяно слоганом Фольксвагена «Das Auto».

В ярославском корпусе отмечен случай появления названия-посвящения. Ойкодомоним «Галимов» призван увековечить имя Александра Галимова, капитана ярославского хоккейного клуба «Локомотив», единственного выжившего в авиакатастрофе 2011 года, но позднее скончавшегося в больнице. Гибель любимой команды потрясла ярославцев, а за судьбу любимого капитана переживал весь город. Заметим, что данное название неоднозначно было встречено горожанами, многие критиковали его в социальных сетях и на региональных форумах, однако застройщики не изменили своего решения. Возможный меморативный подход, основной в русской урбанонимии XX века и один из ведущих в XXI веке, показывает, что ЖК мыслится именно как урбанонимический, а не коммерческий объект. Мемориальность можно усмотреть и в других названиях, в том числе в уже

упоминавшихся выше екатеринбургских ойкодомонимах «Кандинский», «Малевич», «Татлин», «Булгаков» и др.

Наконец, представляется важным отметить проявившуюся в екатеринбургском корпусе тенденцию отсубъектной номинации, если под субъектом понимать компанию-застройщика. Названия типа «Форум Сити», «Квартал Форум», «Квартал Астра», «Квартал Брусника», «Квартал Синара» включают в себя одноименный эргоним. Впрочем, три последних примера относятся к ЖК в районе новостроек и, возможно, появились до официального присвоения годонимов соответствующим улицам. В Ярославле также можно обнаружить случаи отсубъектной номинации, хотя связь названия жилого объекта с названием застройщика здесь не столь явна (непосредственно название застройщика не фигурирует в названии жилого комплекса): ЖК «Северное сияние» и «Полярная звезда» (застройщик «ЯкутИнвестСтрой»), «Империал» (застройщик «Империя Строй»).

5. Заключение

В целом процентное соотношение классификационных групп (табл. 1) выглядит следующим образом:

Таблица 1 Типология ойкодомонимов

Типы номинаций	Екатеринбург	Ярославль
1. Включенные прямые номинации	23 %	36 %
1.1. Адресные дескрипции	13 %	22 %
1.2. Урбанонимические отсылки	10 %	14 %
2. Включенные косвенные номинации	20 %	22 %
2.1. Названия, «прозрачно» обыгрывающие урбаноним	10 %	11 %
2.2. Названия со скрытой отсылкой к урбанониму	10 %	11 %
3. Невключенные номинации	57 %	42 %
3.1. Образно-отождествляющие	15 %	20 %
3.2. Условно-символические	42 %	22 %

Из таблицы видно, что пока в системе новых ойкодомонимов сложились две тенденции: привязке, пусть даже косвенной, к существующему урбанонимикону противостоит тенденция к созданию названий, не связанных с существующим городским ономастическим пространством. Для Екатеринбурга это противопоставление количественно выглядит как 43 % — 57 %

соответственно, а для Ярославля — 58 % и 42 %. Кстати, из сопоставления видно, что Ярославль — более консервативный город, в нем несколько меньше смелых экспериментов с названиями жилых комплексов, например, отсутствует написание латиницей, стилизация через конечный «Ъ», а также имеет место существенно большее, чем в Екатеринбурге, количество адресных дескрипций. Впрочем, даже разные принципы номинации могут приводить к похожим результатам. Так в Ярославле ЖК «Ньютона» возникает как адресная дескрипция, а в Екатеринбурге ЖК «Ньютон Парк» — как условно-символическая отсылка к известному ученому.

Если считать, что включенные названия ближе к традиционным урбанонимам, а невключенные — к рекламным именам, можно констатировать, что система ойкодомонимов «зависает» в неопределенности по отношению к их ономастическому статусу. Но если принять во внимание, что включенные косвенные номинации часто образуются по моделям несомненных собственных имен, адресная привязка объектов-носителей которых достаточно неопределенна или трудна для интерпретации, очевидно, что формирование нового ономастического класса можно признать состоявшимся, а термин ойкодомоним нуждается в корректировке объема стоящего за ним понятия.

Отмеченные особенности еще раз доказывают наличие различий в номинации объектов в городах разного онимического типа, поскольку Ярославль, в отличие от Екатеринбурга, не относится к городам-миллионникам. Несомненно и существование различий в номинации названий жилых комплексов в других городах Российской Федерации, выяснение которых — цель дальнейших исследований.

Источники и принятые сокращения

- 1. БАС *Словарь* современного русского литературного языка : в 17 т. Москва ; Ленинград : Академия. наук СССР, 1963. Т. 15.
- 2. *Новостройки* в Ярославле // Яндекс.Недвижимость. Ярославль. Режим доступа: https://realty.yandex.ru/yaroslavl/kupit/novostrojka/?from=main menu.
- 3. ФИАС *Федеральная* информационная адресная система [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://fias.nalog.ru.
 - 4. ЦИАН [Екатеринбург]. Режим доступа: https://ekb.cian.ru.

Литература

- 1. *Балкански Т.* Енциклопедия на българската ономастика / Т. Балкански, К. Цанков. Велико Търново, 2016. 576 с.
- 2. Бугешу А. Коммерческое имя в мировой ономастике : современное состояние. (по материалам докладов «экономической» проблематики на двух международных ономастических конгрессах: XXVI International congress of onomastic

- scienses (ICOS, Дебрецен, Венгрия 27 августа 1 сентября 2017) и 4-th International Conference on Onomastics "Name and Naming" (ICONN, Бая Маре, Румыния 5—7 сентября 2017) / А. Бугешу, С. О. Горяев // Коммуникативные исследования. 2018. N 3 (в печати).
- 3. Выходцева М. Я. Названия жилых комплексов на ономастической карте города / М. Я. Выходцева // Ономастика Поволжья : материалы X Международной конференции. Уфа, 2006. С. 123—125.
- 4. *Голев Н. Д.* Заметки об условно-символической номинации в русском языке / Н. Д. Голев // Актуальные проблемы лексикологии и словообразования : сборник научных трудов. Новосибирск : НГУ, 1980. Вып. 9. С. 47—55.
- 5. Голомидова М. Вербальные символы СССР в современной коммерческой номинации / М. Голомидова // Советское прошлое и культура настоящего : монография : в 2 т. / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург : Уральский университет, 2009. Т. 2. С. 332—348.
- 6. Дьякова Н. С. Ономасиологический анализ наименований жилых домов и жилищных комплексов Череповца / Н. С. Дьякова // Вестник Череповецкого государственного университета. 2016. № 6. С. 87—90.
- 7. *Крюкова И. В.* Рекламное имя: от изобретения до прецедентности / И. В. Крюкова. Волгоград : Перемена, 2004. 288 с.
- 8. *Научная* электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://elibrary.ru.
- 9. *Подольская Н. В.* Имена внутри и около города / Н. В. Подольская // Исторические названия памятники культуры : тезисы докладов и сообщения Всесоюзной научно-практической конференции (17—20 апреля 1989 г). Москва : Наука, 1989. С. 69—70.
- 10. *Подольская Н. В.* Названия зданий часть городской культуры / Н. В. Подольская // Ономастика. Книга 1 : материалы к серии Народы и культуры. Москва, 1993. Вып. 25. Ч. 1. С. 134—140.
- 11. *Подольская Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Наука, 1988. 192 с.
- 12. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. Москва: Наука, 1978. 200 с.
- 13. *Разумов Р. В.* Названия жилых комплексов новая разновидность урбанонимов / Р. В. Разумов // Ономастика Поволжья : материалы X Международной конференции. Yфа, 2006. C. 160—163.
- 14. Разумов Р. В. Ойкодомонимы как разновидность городских онимов / Р. В. Разумов // Имя собственное в жизни и литературе : материалы IX Международных Святогорских ономастических и IX Международных Михайловских литературно-ономастических чтений / отв. ред. В. М. Калинкин. Киев : Издательский дом Дмитрия Бураго, 2015. С. 115—123.
- 15. *Резенков А. В.* Названия современных жилых домов в лингво-прагматическом аспекте / А. В. Резенков // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия, 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2009. Вып. 3. С. 266—270.

- 16. Романова Т. П. Эволюция типов рекламных имен в истории русской эргонимии (XIX начало XXI века) / Т. П. Романова // Вестник Самарского университета. 2009. № 3. С. 174—180.
- 17. *Рут М.* Э. Образная номинация в русской ономастике / М. Э. Рут. Екатеринбург: Уральский университет, 1992. 144 с.
- 18. *Смольников С. Н.* Актуальная и потенциальная русская антропонимия / С. Н. Смольников // Вопросы ономастики. 2005. № 2. С. 23—35.
- 19. Соколова Т. П. Тенденции эргонимической номинации / Т. П. Соколова // Ономастика Поволжья : сборник материалов XII Международной научной конференции. Казань, 2010. С. 364—367.
- 20. Федотовских Т. Г. Коммерческая номинация объектов недвижимости как инструмент формирования имиджа Екатеринбурга / Т. Г. Федотовских // Коммуникативные исследования. 2015а. № 3. С. 116—126.
- 21. *Федотовских Т. Г.* Роль нейминга городских объектов в поликультурном развитии современного общества / Т. Г.Федотовских // Вестник Челябинского государственного университета. 2015б. № 15. С. 99—103.
- 22. Koopman A. Names of Dwellings / A. Koopman // The Oxford Handbook of Names and Naming / C. Hough, D. Izdebska (eds.). Oxford : Oxford Univ. Press, 2016. P. 636—644.

Names of Residential Complexes: between Urbanonyms and Advertising Names¹

- © Razumov Roman Viktorovich (2018), orcid.org/0000-0001-9878-2271, PhD in Philology, associate professor, Department of Russian Language, Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky (Yaroslavl, Russia), rvrazumov@list.ru.
- © Goryaev Sergey Olegovich (2018), orcid.org/0000-0002-1684-0384, PhD in Philology, associate professor, Department of Russian Language, General Linguistics and Speech Communication, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin; associate professor, Department of Social-Humanitarian and Natural Sciences, Missionary Institute (Yekaterinburg, Russia), gorajev@yandex.ru.

The question of the "borderline" status in the onomastic space of the new for the Russian language category of proper names — names of residential complexes — is considered. The novelty of the study is seen in the fact that for the first time the onomastic status of the names of residential complexes is determined, and a comparative analysis of the two corps of such names collected in Yaroslavl and Yekaterinburg is carried out. The existing definitions are analyzed, possible terminological definitions of such proper names are developed. It is noted that these proper names are in field of meanings of term *oykodomonym*, but it is indicated that the names of residential complexes occupy an intermediate position in onomastic system: on the one hand, they fit into the category

¹ The study was financially supported by RFBR, research project No. 18-012-00586.

of urbanonyms, on the other hand, they are a form of advertising names. A new approach to the analysis of the names of residential complexes based on onomasiological grounds is proposed: the authors divide groups of names according to the degree of increasing the signs of proper name from descriptive designations to conditionally-symbolic nominations. The authors come to the conclusion that in the system of considered oykodomonyms two trends were formed: (1) embedding the name in an existing urbanisation given its identity and (2) creation of names that are not related to existing urban onomastic space. The analysis of the corps of Yekaterinburg and Yaroslavl names confirmed the border status of the considered proper names.

Key words: onomastics; onomasiology; urban onomastic space; urbanonym; oykodomonym; names of residential complexes.

Material resources

- BAS Slovar' sovremennogo russkogo literaturnogo yazyka. 17/15. (1963). Moskva; Leningrad: Akad. nauk SSSR. (In Russ.).
- FIAS Federalnaya informatsionnaya adresnaya sistema. Available at: http://fias.na-log.ru. (In Russ.).
- Novostroyki v Yaroslavle. In: *Yandeks.Nedvizhimost'. Yaroslavl*. Available at: https://realty.yandex.ru/yaroslavl/kupit/novostrojka/?from=main_menu. (In Russ.).

TsIAN [Yekaterinburg]. Available at: https://ekb.cian.ru. (In Russ.).

References

- Balkanski, T., Tsankov, K. (2016). *Entsiklopediya na blgarskata onomastika*. Veliko Trnovo. (In Bulg.).
- Bugeshu, A., Goryaev, S. O. (2018). Kommercheskoye imya v mirovoy onomastike: sovremennoye sostoyaniye. (po materialam dokladov «ekonomicheskoy» problematiki na dvukh mezhdunarodnykh onomasticheskikh kongressakh: XXVI International congress of onomastic scienses (ICOS, Debretsen, Vengriya 27 avgusta 1 sentyabrya 2017) i 4-th International Conference on Onomastics "Name and Naming" (ICONN, Baya Mare, Rumyniya 5—7 sentyabrya 2017). *Kommunikativnyye issledovaniya, 3.* (In Russ.).
- Dyakova, N. S. (2016). Onomasiologicheskiy analiz naimenovaniy zhilykh domov i zhilishchnykh kompleksov Cherepovtsa. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta*, 6: 87—90. (In Russ.).
- Fedotovskikh, T. G. (2015a). Kommercheskaya nominatsiya obyektov nedvizhimosti kak instrument formirovaniya imidzha Yekaterinburga. *Kommunikativnyye issledovaniya*, 3: 116—126. (In Russ.).
- Fedotovskikh, T. G. (2015b). Rol' neyminga gorodskikh obyektov v polikulturnom razvitii sovremennogo obshchestva. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, 15:* 99—103. (In Russ.).
- Golev, N. D. (1980). Zametki ob uslovno-simvolicheskoy nominatsii v russkom yazyke. In: Aktualnyye problemy leksikologii i slovoobrazovaniya: sbornik nauchnykh trudov. 9. Novosibirsk: NGU. 47—55. (In Russ.).
- Golomidova, M. (2009). Verbalnyye simvoly SSSR v sovremennoy kommercheskoy nominatsii. In: Kupina, N. A., Mikhaylova, O. A. (eds.). *Sovetskoye pro-*

- *shloye i kultura nastoyashchego: monografiya.* 2/2. Yekaterinburg: Uralskiy universitet. 332—348. (In Russ.).
- Koopman, A. (2016). Names of Dwellings. In: C. Hough, C., Izdebska, D. (eds.). The Oxford Handbook of Names and Naming. Oxford: Oxford Univ. Press. 636—644.
- Kryukova, I. V. (2004). *Reklamnoye imya: ot izobreteniya do pretsedentnosti*. Volgograd: Peremena. (In Russ.).
- Nauchnaya elektronnaya biblioteka eLIBRARY.RU. Available at: http://elibrary.ru. (In Russ.).
- Podolskaya, N. V. (1978). Slovar' russkoy onomasticheskoy terminologii. Moskva: Nauka. (In Russ.).
- Podolskaya, N. V. (1988). Slovar' russkoy onomasticheskoy terminologii. Moskva: Nauka. (In Russ.).
- Podolskaya, N. V. (1989). Imena vnutri i okolo goroda. In: *Istoricheskiye nazvaniya*—
 pamyatniki kultury: tezisy dokladov i soobshcheniya Vsesoyuznoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (17—20 aprelya 1989 g). Moskva: Nauka.
 69—70. (In Russ.).
- Podolskaya, N. V. (1993). Nazvaniya zdaniy chast' gorodskoy kultury. In: Onomastika. Kniga 1: materialy k serii Narody i kultury.25/1 Moskva. 134—140. (In Russ.).
- Razumov, R. V. (2006). Nazvaniya zhilykh kompleksov novaya raznovidnost' urbanonimov. In: *Onomastika Povolzh'ya: materialy X Mezhdunarodnoy konferentsii*. Ufa. 160—163. (In Russ.).
- Razumov, R. V. (2015). Oykodomonimy kak raznovidnost' gorodskikh onimov. In: Kalinkin, V. M. (ed.). *Imya sobstvennoye v zhizni i literature: materialy IX Mezhdunarodnykh Svyatogorskikh onomasticheskikh i IX Mezhdunarodnykh Mikhaylovskikh literaturno-onomasticheskikh chteniy*. Kiyev: Izdatelskiy dom Dmitriya Burago. 115—123. (In Russ.).
- Rezenkov, A. V. (2009). Nazvaniya sovremennykh zhilykh domov v lingvo-pragmaticheskom aspekte. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya, 9. Filologiya. Vostokovedeniye. Zhurnalistika, 3: 266—270. (In Russ.).
- Romanova, T. P. (2009). Evolyutsiya tipov reklamnykh imen v istorii russkoy ergonimii (XIX nachalo XXI veka). *Vestnik Samarskogo universiteta, 3:* 174—180. (In Russ.).
- Rut, M. E. (1992). *Obraznaya nominatsiya v russkoy onomastike*. Yekaterinburg: Uralskiy universitet. (In Russ.).
- Smolnikov, S. N. (2005). Aktualnaya i potentsialnaya russkaya antroponimiya. Voprosy onomastiki, 2: 23—35. (In Russ.).
- Sokolova, T. P. (2010). Tendentsii ergonimicheskoy nominatsii. In: *Onomastika Povolzhya: sbornik materialov XII Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii*. Kazan'. 364—367. (In Russ.).
- Vykhodtseva, M. Ya. (2006). Nazvaniya zhilykh kompleksov na onomasticheskoy karte goroda. In: *Onomastika Povolzh'ya: materialy X Mezhdunarodnoy konferentsii*. Ufa. 123—125. (In Russ.).