

*Жумагулова Б.С.,¹ Ерболатова А.Е.²

^{1,2}Казахский национальный педагогический университет имени Абая,
Алматы, Казахстан

¹доктор филологических наук, профессор, bakitgul@inbox.ru
магистрант 2 курса, shah99@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ НЕЙМИНГА СОВРЕМЕННЫХ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ Г. АЛМАТЫ

Аннотация

Проблема нейминга все чаще привлекает исследователей, что связано с проявлением языкового творчества носителей того или иного языка с одной стороны, и отражением современных процессов в сфере нейминга городских объектов, с другой стороны. Статья посвящена анализу современных названий коммерческих новостроек города Алматы, которые вводятся в эксплуатацию с 2021-2022 годов. Лингвистический интерес представляет тенденция именования современных объектов недвижимости, которая будет отражать создаваемый облик города посредством нейминга. Выявлению особенностей нейминга объектов недвижимости привлекаются метод сплошной выборки, классификации, компонентного анализа, приемы концептуального и дискурсивного анализа. В статье выявлены и сгруппированы новые ойкодомонимы, представлена их классификация, определены центр и периферия семантического пространства ойкодомонимов города Алматы. Рассматриваются прецедентные ойкодомонимы.

Ключевые слова: нейминг, номинация, онимы, топонимы, антропонимы, ойкодомонимы, классификация, объекты недвижимости

*Жумагулова Б.С.¹, Ерболатова А.Е.²

^{1, 2}Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Қазақстан, Алматы

¹филология ғылымдарының докторы, профессор, bakitgul@inbox.ru
2 курса магистранты, shah99@mail.ru

АЛМАТЫ ҚАЛАСЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ ҚОЗҒАЛМАЙТЫН ОБЪЕКТІЛЕРІНІҢ НЕЙМИНГІНІҢ ЕРЕШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа

Атау мәселесі зерттеушілерді көбірек қызықтырады, бұл бір жағынан белгілі бір тілдің ана тілдерінің тілдік шығармашылығының көрінісімен және екінші жағынан қалалық объектілерді атау саласындағы заманауи процестердің көрінісімен байланысты. Мақала 2021-2022 жылдары пайдалануға берілетін Алматы қаласының коммерциялық жаңа құрылыстарының қазіргі заманғы атауларын талдауға арналған. Лингвистикалық қызығушылық қазіргі заманғы жылжымайтын мүлік объектілерін атау үрдісі болып табылады, ол нейминг арқылы қаланың құрылатын бейнесін көрсететін болады. Жылжымайтын мүлік объектілерінің атауларының ерекшеліктерін анықтау үшін үздіксіз іріктеу, жіктеу, компоненттік талдау, тұжырымдамалық және дискурсивті талдау әдістері қолданылады. Мақалада жаңа ойкодомонимдер анықталды және топтастырылды, олардың жіктелуі ұсынылды, Алматы қаласының ойкодомонимдерінің семантикалық кеңістігінің орталығы мен перифериясы анықталды. Прецеденттік ойкодомонимдер қарастырылады.

Түйін сөздер: атау, номинация, онимдер, топонимдер, антропонимдер, ойкодомонимдер, жіктеу, қозғалмайтын объектілер

*Zhumagulova B.,¹ Ерболатова А.Е.²

^{1,2}Kazakh national pedagogical university named after Abai,
Almaty, Kazakhstan

¹doctor of philological Sciences, associate Professor, bakitgul@inbox.ru

²2nd year master's student, shah99@mail.ru

FEATURES OF NAMING OF MODERN NON-MOVABLE OBJECTS IN ALMATY

Abstract

The problem of naming increasingly attracts researchers, which is associated with the manifestation of linguistic creativity of native speakers of a particular language on the one hand, and the reflection of modern processes in the field of naming urban objects, on the other hand. The article is devoted to the analysis of modern names of commercial new buildings in Almaty, which are put into operation from 2021-2022. Of linguistic interest is the trend of naming modern real estate objects, which will reflect the created image of the city through naming. The method of continuous sampling, classification, component analysis, and methods of conceptual and recursive analysis are used to identify the features of naming real estate objects. The article identifies and groups new oikodomonyms, presents their classification, and defines the center and periphery of the semantic space of oikodomonyms in Almaty. Discusses precedent eucommunity.

Keywords: naming, nomination, onyms, toponyms, anthroponyms, eucodonia, classification, non-movable objects

Введение. Проблема номинации в казахстанской ономастике изучается с середины XX века. Исследования в этой области начались с изучения казахских топонимов (географические названия) и антропонимов (имена собственные), их этимологии, лексических типов, разрядов, структур, особое место занимают ономастические словари. В настоящее время выделены и описаны следующие виды онимов: этнонимы, зоонимы, космонимы, эргонимы, идеонимы, мифонимы, прагмонимы, литературные онимы, что позволяет говорить о расширении сфер использования процесса именованя окружающего человека мира. Онимы изучались с позиции функционально-прагматического подхода, психолингвистического подхода, когнитивного подхода [1]. Несмотря на большое количество работ, посвященных данной проблеме [в частности 2], языковое творчество в именовании объектов окружающей действительности представляет собой огромное исследовательское поле для лингвистов. Например, в постперестроечное время объекты недвижимости стали строиться не государственными организациями, а частными строительными компаниями. Вначале это были отдельные высотные дома, расположенные по определенному адресу. Для выделения застройщика на уровне 2-3 этажа вывешивалась табличка с названием компании, типа МАК, Алматы Курылыс, Базис-А, VI-Group и др. Эти дома считались элитными, потому что отличались планировкой, расположением, наличием подземной парковки и др. Затем появилась возможность строительства двух и более домов на одной территории одним застройщиком, возникла необходимость их именованя, так как эти комплексы стали представлять собой микрорайон в микрорайоне. Изучению нейминга объектов недвижимости посвящена данная статья.

Методика. 1. Целью статьи является анализ названий современных мест, предназначенных для постоянного проживания, т.е. ойкодомонимов г. Алматы. Реализации поставленной цели способствует решение следующих задач: выявить и сгруппировать новые ойкодомонимы, представить их классификацию, определить центр и периферию семантического пространства ойкодомонимов города Алматы.

Посредством метода сплошной выборки на материале рекламных объявлений строительных компаний и сайтов купли-продажи недвижимости были выделены названия построенных и строящихся объектов, предназначенных для жилья. Метод классификации позволил распределить наименования в отдельные группы – топонимы, антропонимы и др., а также был использован прием количественного подсчета. Для выявления семантической структуры ойкодомонимов привлекается метод компонентного анализа.

Вслед за Жиленковой И.И. анализируемый ойкодонимический материал распределяется по следующим тематическим группам: 1) общегеографические названия, в том числе населенные пункты; 2) названия, образованные от гидрографических терминов; 3) названия, отражающие особенности рельефа местности; 4) названия, отражающие специфику почвенного покрова и грунта [3, 20].

2. Согласно данной классификации определены следующие тематические группы:

1) общегеографические названия, в том числе населенные пункты (30), из них:

Топонимы, содержащие географические названия, населенные пункты (12):

указание на город - KD De Ville (с фр. город, городской); ЖК Grand Town; ЖК Nef Uptown (с англ. верхняя часть города); ЖК Megapolis; ЖК Меркур Град; ЖК Famouse Town; ЖК Esentai City; ЖК Alma City; ЖК Dragon City; ЖК Nomad City; ЖК Metropole (с фр. столица); ЖК Хуторок.

Ойконимы, названия городов (3): КД Sorrento - город в Италии; ЖК Geneva Elite Apartment – город в Швейцарии; ЖК Венский дом (Вена – город в Австрии).

Урбанонимы, в основе которых использовано месторасположение жилых комплексов, их адрес (14): ЖК НАВОИ 3.0 ул. Навои, угол. ул. Жандосова; ЖК ДОМ НА АБАЯ ул. Гагарина, 124 (уг. пр. Абая); ЖК Дом на Гагарина; ЖК Arbat; КД Olymp Residence ул. Олимпийская, 9; ЖК Qarasai ул. Карасай батыра, 119/95; ЖК Котельникова 8/1 ул. Котельникова, 8/1; ЖК Vostochka.kz; ЖК Vesnovka; ЖК Dostyk Residence; ЖК Central Avenue Сейфуллина; ЖК FORUM RESIDENCE; ЖК FORUM PLUS (возле ТРЦ FORUM); ЖК AFD Plaza (AF – сокращение по адресу проспект аль-Фараби).

Комонимы, собственное имя поселения сельского типа (1): ЖК Аккент (село в Панфиловском районе Алматинской области);

Хоронимы – имена больших географических, исторических, экономических областей (2): ЖК ILE DE FRANCE (с фр. Французский остров); ЖК Евразия (материк).

2) названия, образованные от гидрографических терминов (8), в том числе:

Гидронимы, связанные с водными ресурсами или использование номена *река* (3): КГ Карасу; ЖК Esentai River Townhouse; ЖК Esentai Apartment.

Наименования, содержащие гидрографические апеллиативы (5): ЖК River House; ЖК Balsu Lux; ЖК Riverside; ЖК Lake Town; ЖК River Park.

3) названия, отражающие особенности рельефа местности (17):

Оронимы, возвышенности (горы, холмы, ущелья и т.п.), использование рельефа местности (6): ЖК Ush Qonyr (название ущелья в Заилийском Алатау); ЖК Хан Тенгри; ЖК Koktobe City; ЖК Alatau Hills – холмы; Alatau Golf Residence; ЖК Алатау.

При образовании ойкодонимов этой группы в роли образующих выступают апеллиативные лексемы гора/горы, холм/холмы (11): ЖК ORTAU ул. Сейфуллина (уг. Сатпаева) орта – между, тау – горы; также ЖК Тау Шатыр (Медеуский район) (ср. ТРЦ Хан Шатыр – в столице); ЖК Алма Тау; КГ Hill Town Almaty (Hill – холм); ЖК Таунхаус BlackBerry Hills; ЖК Bright Hills; ЖК Gorny Hills; ЖК Seven Hills; ЖК Mountain Park; ЖК Горное солнце; ЖК Miras Hills.

4) названия, отражающие специфику почвенного покрова и грунта (4):

Топонимы, указывающие на землю (4): ЖК Jer Ana; ЖК Terra (от ит. Земля); ЖК Terrenkur Terrace; ЖК Terracotta (жженая земля).

Так, ойкодонимический материал распределен по 4 тематическим группам. В первую группу **Общегеографические названия** входят топонимы, ойконимы, урбанонимы, комонимы, хоронимы. Вторую группу **Названия, образованные от гидрографических терминов** составили собственно гидронимы и наименования, содержащие гидрографические апеллятивы. В третью **Названия, отражающие особенности рельефа местности** распределены оронимы и апеллятивные лексемы гора/горы, холм/холмы. В четвертую группу **Названия, отражающие специфику почвенного покрова и грунта**, выделены топонимы с апеллятивом земля. Общее количество составило 60 ойкодомонимов.

3. В работах, посвященных исследованию ойконимического материала, отдельно выделяются антропонимы. К данной группе относятся 15 ойкодомонимов:

Женское имя (7): ЖК LATIFA RESIDENCE, ЖК Карлыгаш, МЖК Sholpan City, ЖК Амаль, ЖК Нурия, ЖК Assem Plasa; ЖК Parasat.

Мужское имя (2): ЖК Zharkyn (значение *лучезарный*), ЖК Taiman Residence (казахское (тюркское) имя, которое образовывается путём соединения имён Тай - "жеребенок" + Ман - "мой");

Имя/ историческая личность (6): ЖК Аль-Фараби, ЖК RAIYMBEK, ЖК Galileo, КД Abay Residence, ЖК Kerey Residence, ЖК Алтынсарин.

Результаты. 1 Категориальные признаки нейминга ойкодомонимов. Рассмотрим названия объектов недвижимости, процесс именованья которых обусловлен значениями слова *жилье*. Жилье – это место, предназначенное для проживания людей. Поэтому для обозначения тех или иных объектов недвижимости используются сочетания типа жилой комплекс (ЖК), коттеджный городок (КГ), клубный дом (КД).

Жилой комплекс представляет собой “комплекс из нескольких домов, построенных рядом и объединенных общей концепцией, единой территорией с собственной инфраструктурой и зачастую однородной социальной средой. В инфраструктуру комплекса могут входить детский сад, школа, магазины, салон красоты, офисные помещения, спортивные клубы, бассейн, игровые площадки” (<https://www.vestum.ru>). Большинство новостроек в г. Алматы имеют статус жилого комплекса.

Коттеджный городок состоит из коттеджей, небольших частных жилых домов повышенной комфортности, который предназначен для городских жителей. Обычно расположен в пригороде или в сельской местности (Современный толковый словарь русского языка п/ред. Т.Ф. Ефремовой, <https://dic.academic.ru/>). Коттеджных городков в городе 4: КГ Карасу; КГ Жана Куат; КГ Garden Villa; КГ Solar Homes.

Клубный дом предполагает малоквартирный дом в престижном районе, жильцы которого относятся к одному социальному кругу (деловая или творческая элита). Клубных домов 4: КД Zvezdnyi; КД Sorrento; КД Olymp Residence; КД ECO Park.

2 Семантическая структура ойкодомонимов. Для обозначения места для жилья в русском языке используются слова дом, квартира, жилплощадь, общежитие и др. На основе данных толковых словарей представлена семантическая структура слова *дом*, которая содержит восемь секторов, представляющих собой отдельные значения слова: **I – жилье, II – квартира, III – семья, IV – хозяйство, V – учреждение, VI – Родина, VII – династия, VIII – общее место** [4]. Мы используем те секторы, которые реализованы в процессе нейминга объектов недвижимости.

В первый сектор входит исходное значение слова *дом – жилье*; архисема (АС) ‘здание’, а также ряд дифференциальных сем (ДС): ‘жилое’, ‘предназначенное для человека’, ‘постоянное место жительства’.

Лексико-грамматическую группу данного сектора составляют *строение, жилище, жилье, резиденция, лачуга, хибара, хата, небоскреб, вилла, коттедж* и др.

ЖК R-House. К данному сектору можно отнести все ойкодомонимы, содержащие лексемы резиденция (Residence), вилла (Villa), коттедж (КГ – коттеджный городок), дом (КД

– Клубный дом, а также КГ Solar Homes), а также ЖК – жилой комплекс на основе ДС ‘жилое’.

Сектор **II - квартира** содержит АС ‘часть здания’, ДС: ‘жилое’, ‘предназначенное для человека’, ‘постоянное место жительства’. Необходимо отметить соотношение сем секторов **I - жилье** и **II – квартира**. Отличительным признаком выступает сема ‘часть здания’. Эти сектора образуют отношение целое/часть целого.

ЖК Esentai Apartment.

Сектор **III – семья** имеет АС ‘группа родственников’. В данном значении наблюдаются следующие изменения. На первый план выходит человеческий фактор, а именно: АС – не ‘здание’, а ‘люди, объединенные родственными связями’. АС ‘здание’ переходит в разряд ДС, в семной структуре она выражает место, в котором проживают близкие родственники. Таким образом, прослеживается связь между словами *дом* и *семья*, объединенных семой ‘живущие в одном здании’.

ЖК Family Comfort.

От значения **семья** образуется значение **VII – династия**; на основе АС ‘группа родственников’. Однако они имеют различный набор ДС. Значение **династия** занимает промежуточное положение между личной сферой (семья) и общественной (значимые для общества).

ЖК Аулет, ЖК Династия.

Итак, все ойкодомонимы содержат архисему (АС) ‘здание’, а также ряд дифференциальных сем (ДС): ‘жилое’, ‘предназначенное для человека’, ‘постоянное место жительства’ и могут быть отнесены к первому значению слова дом. Единичные ойкодомонимы посредством семы ‘часть здания’ – ко 2 сектору; семы ‘группа родственников’ и ‘живущие в одном здании’ – к 3 сектору, семы ‘группа родственников’ и ‘элитный’ – 7 сектору. Сема ‘элитный’ является маркером коммерческого жилья, отличающая объекты недвижимости от новостроек социального характера, предназначенных для государственных служащих и др.

3 Категории *пространство и времени* в нейминге современных ойкодомонимов.

1) Пространство. Значительная часть ойкодомонимов так или иначе отражает окружающий человека мир – к ним относятся топонимы и антропонимы, которые рассмотрены выше (60). Также к категории пространство относятся:

Фитонимы, связанные с растительным миром (флора 16): ЖК Tamarix City (Tamarix представляет собой род небольших деревьев или кустарников с розовыми или белыми цветками); ЖК LA VERDE (с испанского – зеленый); ЖК SAKURA, ЖК Besagash; ЖК Silverwood Apartment; ЖК Gulder; ЖК Orchard Residences (Orchard – фруктовый сад), ЖК Өркендеу; ЖК Оркен (с каз. *стебель, побег, потомство*), а также наименования, содержащие слово *парк, сад*: ЖК Mountain Park; ЖК Gres Park; ЖК ВОСТОЧНЫЙ ПАРК; ЖК Медеу парк; ЖК President's Park; ЖК ALA Park; КД ECO Park; КГ Garden Villa.

Космонимы, объединенные с идеей верха: солнце, небо, небесные тела, космос и т.п. (9): КГ Solar Homes; КД Zvezdnyi; ЖК Космо; ЖК Горное солнце; ЖК Exclusive Star; ЖК Baikonur; ЖК Heaven; ЖК Аспан Сити (между Кульджинским трактом и Алатауской трассой); ЖК Double Star (два высотных дома); ЖК Sirius.

Мифонимы (3): ЖК Legenda; ЖК Atlant; ЖК LAMIYA.

Артонимы (лат. «искусство» + оним), названия произведений изобразительного искусства (живописи, графики, пластики) и апеллятивные лексемы (2): ЖК JAZZ-квартила, ЖК O'NER.

Зоонимы (2) – ЖК Falconcity пр. Аль-Фараби (Falcon с англ. Сокол); ЖК Nest Grand (Nest с англ. гнездо).

Эргонимы, названия предприятий, использование бренда строительной компании (2): ЖК Exclusive Юбилейный (компания Exclusive Qurylys, основанная в 2007 году), ЖК RAMS LUXURY (Компания RAMS Qazaqstan – одна из первых строительных компаний в РК).

Хремотонимы (греч. «вещь, предмет» + оним) - названия вещей (1): ЖК Акварель.

Ктемотонимы (греч. «дело» + оним) (1): ЖК Посольский.

Идеонимы, названия художественных произведений, в данном случае сказка Теремок (1): ЖК Теремки.

Субъектоориентированные наименования (2): ЖК 4YOU, ЖК Atria.

2) Время. В именовании объектов недвижимости представлена категория время:

Хрононимы – неймы с указанием на время, времена года, время дня, светлое время дня (9): ЖК 12 месяцев; ЖК Exclusive Time; ЖК Тан-Нуры; ЖК Sulu Tan; ЖК Шұғыла City (с каз. Сияние); ЖК Nurly Dala; ЖК Zharkyn. В эту категорию отнесены ойкодомонимы ЖК Молодежный на Тулебаева (в лексеме *молодой* выделяется сема 'время'), ЖК Dolce Vita Residence (Vita – жизнь, есть сема 'продолжительность', 'время').

Так, при наименовании 97 объектов недвижимости отражают категорию пространства, 9 – категорию времени, что позволяет сделать вывод о том, что в 9 случаях из 10 при подборе ойкодомонима предпочтение отдается реалиям окружающего человека мира.

Обсуждение. 1 Ойкодомонимы и межкультурная интеграция. Расширение репертуара имен собственных объектов недвижимости отражает состояние современной языковой ситуации, сложившейся в Республике Казахстан как государства, в котором проживают более 150 национальностей. Двужычие постепенно переходит в трех и многоязычие, что обусловлено открытостью информационного, экономического, политического пространства, с одной стороны, возможностью выезда за пределы страны по туристической, учебной, деловой визе, с другой стороны. Немаловажным является и переход казахского алфавита с кириллицы на латиницу, что нашло отражение в нейминге объектов недвижимости. Так, процесс именования современных жилых комплексов базируется на равноправной вариативности использования как кириллицы, так и латиницы, ср. написание ойкодомонимов на казахском и русском языках:

- казахский язык (кириллица): ЖК Алма Тау, ЖК Алтынсарин, ЖК Өркендеу;

- казахский язык (латиница): ЖК Sulu Tan, ЖК Nurly Dala, ЖК Zharkyn, ЖК O'NER, ЖК Besagash;

- русский язык (кириллица): ЖК Молодежный на Тулебаева, ЖК 12 месяцев, ЖК Посольский, ЖК Акварель, ЖК Горное солнце, ЖК ВОСТОЧНЫЙ ПАРК, ЖК Династия и др.;

- русский язык (латиница): КД Zvezdnyi, ЖК SAKURA, КД ECO Park.

При именовании объектов недвижимости часто используется лексема казахского языка рядом с английской: ЖК Шұғыла City, причем есть номинации, в которых английская лексема City оформляется через кириллицу: ЖК Аспан Сити. Интерес представляет и графическое обыгрывание слов казахского языка, передаваемых посредством латиницы. Графические решения: лексема Өжет (значение - "бойкий; смелый; упорный; отчаянный; крутой") оформляется следующим образом: ЖК O-Jet, специфическая буква Ө передается через дефис: O-. Также в другом ониме данная буква передается посредством надстрочного знака в виде запятой: ЖК O'NER.

В настоящее время языковая политика страны предполагает функционирование казахского языка как государственного, русского языка как официального, английского языка как мирового. Наравне с казахскими и русскими ойкодомонимами вполне органично используются и английские:

- английский язык: ЖК Exclusive Time, ЖК Falconcity, ЖК Double Star, ЖК Exclusive Star, ЖК Orchard Residences, ЖК President's Park и др.

На знание не только английского языка, но и английских акронимов рассчитан оним ЖК 4YOU: 4 – four, for + UOU – you (ты), хотя можно было использовать сокращение 4U – для тебя.

Репертуар ойкодомонимов постепенно расширяется:

- французский язык: КД De Ville (с фр. Город, городской), ЖК Metropole (с фр. столица), ЖК ILE DE FRANCE (с фр. Французский остров);

- испанский язык: ЖК LA VERDE (с испанского – зеленый);
- итальянский язык: ЖК Dolce Vita Residence.

3 Прецедентные ойкодомонимы в нейминге объектов недвижимости. Ядро прецедентных ойкодомонимов составляют антропонимы *Имя/ историческая личность*, периферию – фразеологизмы. В процессе нейминга объектов недвижимости используются имена общеизвестные, имеющие мировое значение. К ним относится Аль-Фараби, один из выдающихся ученых Востока, известны его труды в области философии, астрономии, математики, музыки и естественных наук. Именем Аль-Фараби назван проспект и один из ведущих вузов Казахстана – КазНУ им. Аль-Фараби, ср. ЖК Аль-Фараби, ЖК AFD Plaza (AFD – аббревиатура по адресу проспект Аль-Фараби Дангылы). Еще одно имя, известное миру – Абай Кунанбаев, великий поэт казахского народа, композитор, философ-гуманист, ср. ЖК Дом на Абая, KD Abay Residence. В рекламе на сайте «Крыша.кз» дается следующая информация: “ЖК Galileo Terrace получил свое название в честь ученого Галилео, который делал все свои открытия через телескоп. Мы объединили вашу тягу к знаниям и нашу тягу к архитектуре в одном проекте” (<https://krisha.kz>).

На следующем уровне, значимом для культуры и истории нашей страны, используется имя Ибрая Алтынсарина, просветителя казахского народа, педагога, писателя, этнографа, общественного деятеля, ср. ЖК Алтынсарин. В столице республики есть улица Керей, названная в честь хана, Керей-хан и Жанибек-хан являются основателями казахского ханства, ср. ЖК Kerey Residence. Вклад в историю казахского народа внес Райымбек батыр, герой, полководец, дипломат, в Алматы есть проспект Райымбека, его мавзолей, ср. ЖК RAIYMBEK (nug.kz), а также Карасай батыр, полководец, талантливый стратег (nug.kz), в его честь названа улица, ср. ЖК Qarasai.

Периферию прецедентных ойкодомонимов составляет фразеологическое сочетание *dolce vita*. В основе ойкодомонима ЖК Dolce Vita Residence лежит устойчивый оборот из итальянского языка, фразеологизм *dolce vita* (сладкая жизнь), значение которого указывает на богатство, людей, живущих в роскоши. Также ‘на слуху’ песня в исполнении Жасмин – ‘Дольче вита’ (Live, 2015, <https://www.youtube.com>).

4 Удачный/неудачный ойкодомоним. Отдельно выделим одно название объекта недвижимости ЖК LAMIA. Определение его места в классификации вызвало определенные сложности. С одной стороны, значение слова Ламия не является знакомым. А вам? Что дали ресурсы интернета? Следующее:

“Значение и происхождение имени Ламия”

“Существует несколько вариантов перевода для имени Ламия:

1. Арабское имя (لَامِيَة) [Lamiah] значение - "сверкающая; блестящая" или от (لَمِيَاء) в значении - "темногубая" (у арабов темные губы - эталон женской красоты)
2. Латинское (*Lamia*) от др.-греческого (Λάμια) перевод - "баснословное чудовище в образе женщины, высасывающее кровь у людей и пожирившее их".

“Ламия – персонаж древнегреческой мифологии. Ламия была возлюбленной Зевса и родила от него детей. Гера из ревности убила их и лишила возлюбленную верховного бога сна. Ламия, скрывшись в мрачном подземелье, превратилась в чудовище, питавшееся людьми. Не имея возможности уснуть, это существо бродило ночами и высасывало кровь у встречных людей; ее жертвами чаще всего становились юноши. Чтобы уснуть, Ламия вынимала свои глаза, становясь на это время наиболее уязвимой. В более поздних легендах европейских народов Ламию изображали в облике змеи с головой и грудью красивой женщины. Она обитала в лесных чащах и заброшенных замках. Это существо совращало мужчин и сосало их кровь, убивало детей. Аналогичный персонаж существовал и в мифологии южных славян... Это существо называли Ламия, оно представляло собой чудовище с телом змеи и собачьей головой. Ламия совершала набеги на сады и пожирала все плоды труда крестьян” (<https://imya.com/name/9368>).

Темные губы – в первом значении – темный противоположность светлому (первый минус), и негативный персонаж в мифологии (второй минус). Обратимся к следующей ссылке: Ламия – 7 негативных значений из 10 (поискслов.рф), не является исключением и энциклопедия мифологии (<https://dic.academic.ru/>), все значения негативные.

Проблема неверно выбранного названия сопряжена с желанием “стильно” назвать объект продажи, возможно, без обращения к специалистам, которые могли бы предложить удачное коммерческое имя новому объекту. На “легкомысленное отношение” к именованию в сфере туризма обращает внимание Е.А. Чубина, как справедливо резюмирует свою статью автор: “В названии важна целостность создаваемого образа, согласованность, непротиворечивость семантических кодов. Такая целостность, без сомнения, имеет – помимо прочего – и прагматическую ценность: активизирует восприятие и запоминание самого наименования, поскольку созвучные образы на уровне подсознания подкрепляют друг друга” [5].

Еще одно название представляет интерес: ЖК Atria (анат. относящийся к предсердию). Для понимания названия объекта необходимы знания в области медицины. В именовании прослеживается метонимический перенос предсердь – предгорье, комплекс действительно расположен в непосредственной близости к горам, ниже пр. Аль-Фараби, уг. Розыбакиева. Необходимо определиться, в каком участке сердца вы хотите жить, ср. картинки на Рисунке 1.

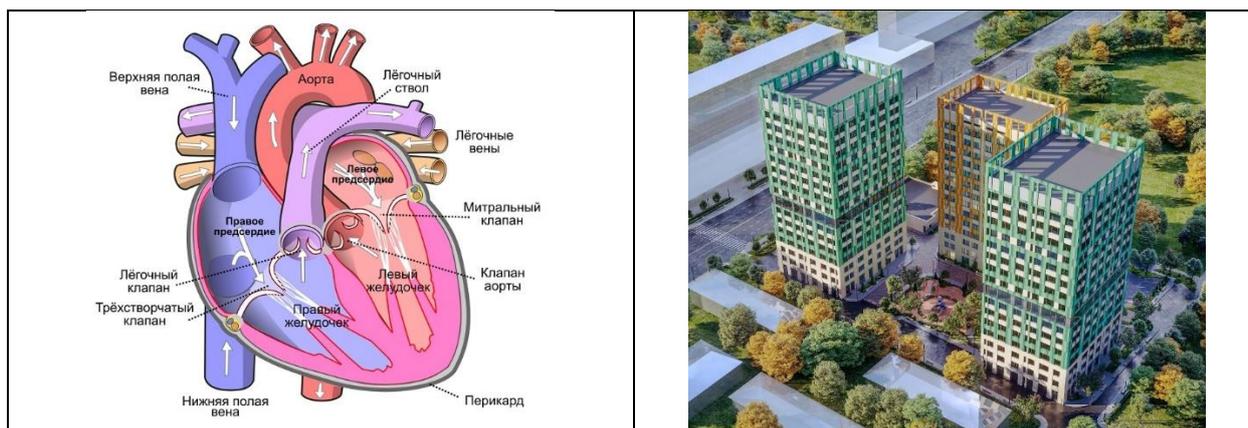


Рисунок 1

Комментарий. Есть выражение, ставшее крылатым: “Как корабль назовешь, так он и поплывет” (капитан Врунгель из мультфильма “Приключения капитана Врунгеля”). Несмотря на значение имени капитана, которое содержит значение ‘говорить неправду’ – врун, генеральная линия сюжета мультфильма складывается из названия его корабля, когда при отплытии отвалились две первые буквы: “Победа”, остались четыре: “беда”, что и определило все напасти, что “свалились” на команду корабля.

Заключение. 1 Новизна исследования названий объектов недвижимости, которые только выставлены на продажу, заключается в том, что эти онимы еще не были предметом изучения. Однако они уже представляют научный интерес, что сопряжено с тем, что новые ойкодонимы будут активно использоваться в узусе. С одной стороны, все названия имеют адресную функцию, так как имеют конкретное месторасположение, с другой стороны, немаловажное значение имеет рекламная функция в силу того, что объекты недвижимости являются коммерческим продуктом.

В статье выделены тематические группы, которые позволяют классифицировать ойкодонимический материал по следующим критериям: 1) общегеографические названия, в том числе населенные пункты; 2) названия, образованные от гидрографических терминов; 3)

названия, отражающие особенности рельефа местности; 4) названия, отражающие специфику почвенного покрова и грунта, и также 5) антропонимы.

2 Выделены категориальные признаки нейминга ойкодомонимов, для обозначения которых используются сочетания типа жилой комплекс (ЖК), коттеджный городок (КГ), клубный дом (КД).

3 Выявлена семантическая структура ойкодомонимов, в которой названия содержат АС 'здание', ДС 'жилое', 'предназначенное для человека', 'постоянное место жительства', относятся к первому значению слова дом. Сема 'элитный' выделяет коммерческое жилье от новостроек социального характера.

4 Определение места ойкодомонимов в отношении глобальных концептов **пространство** и **время** в нейминге объектов недвижимости позволило выявить преобладание названий, которые отражают категорию пространства в 90% из 100%.

5 Современные ойкодомонимы отражают процесс межкультурной интеграции, что проявляется в широком использовании названий объектов недвижимости на казахском, русском, английском языках, а также отмечается привлечение онимов на французском, испанском, итальянском языках. Так, нейминг объектов недвижимости отражает действующий в стране полилингвизм.

6 Интерес представляет и исследование прецедентных ойкодомонимов, ядерную часть которых представляют антропонимы, периферию – фразеологизмы, единицы медицинского дискурса. Отмечены не вполне удачные названия коммерческих объектов, что обусловлено попыткой дать звучное и редкое имя новому объекту, чтобы привлечь к нему внимание. Однако необходимо более внимательное отношение к имени, чтобы избежать коммерческого провала.

Список использованной литературы:

1 Мадиева Г.Б. Ономастика Казахстана: аналитический обзор (подходы исследования онимов) / Мадиева Гульмира Баянжановна /отв. ред.: М.М. Буркитбаев, О. Абдиманулы, Ж.К. Ибраева. – Алматы: Қазақ университеті, 2018. – 80 с.

2 Мадиева Г., Кабытаева А. Ономастическая идентичность как маркер сохранения национальной идентичности в рамках программы «Рухани жангыру»// Вестник КазНПУ им. Абая, Серия «Филологические науки», #4(74), 2020- #4(74), 2020. – с.111-116.

3 Жиленкова И.И. Топонимы Белгородской области (системный лингвоанализ названий населенных пунктов): учеб. пособие по лингвокраеведению. Изд. 2-е / И.И. Жиленкова. – Белгород: ИД «Белгород», 2012. – 124 с.

4 Жумагулова Б.С. Семантическая структура слова дом в русском языке// Поиск. Серия гуманитарных наук. – 2002. - #3 (2). – С. 171-176.

5 Чубина Е.А. К вопросу об использовании мифонимов в названиях объектов сферы туризма // Сервис +. 2012. #2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-ispolzovanii-mifonimov-v-nazvaniyah-obektov-sfery-turizma> (дата обращения: 04.01.2021).

References:

1 Madieva G.B. Onomastika Kazakhstana: analiticheskii obzor (podkhody issledovaniya onimov) / Madieva Gul'mira Bayanzhanovna /otv. red.: M.M. Burkitbaev, O. Abdimanuly, Zh.K. Ibraeva. – Almaty: Kazak universiteti, 2018. – 80 s.

2 Madieva G., Kabytayeva A. Onomasticheskaya identichnost' kak marker sokhraneniya natsional'noi identichnosti v ramkakh programmy «Rukhani zhangyr U»// Vestnik KazNPU im. Abaya, Seriya «Filologicheskie nauki», #4(74), 2020- #4(74), 2020. – s.111-116.

3 Zhilenkova I.I. Toponimy Belgorodskoi oblasti (sistemnyi lingvoanaliz nazvanii naseleennykh punktov): ucheb. posobie po lingvokraevedeniyu. Izd. 2-e / I.I. Zhilenkova. – Belgorod: ID «BelgoroD», 2012. – 124 s.

4 Zhumagulova B.S. *Semanticheskaya struktura slova dom v russkom yazyke// Poisk. Seriya gumanitarnykh nauk.* – 2002. - #3 (2). – S. 171-176.

5 Chubina E.A. *K voprosu ob ispol'zovanii mifonimov v nazvaniyakh ob"ektov sfery turizma // Servis +.* 2012. #2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-ispolzovanii-mifonimov-v-nazvaniyah-obektov-sfery-turizma> (data obrashcheniya: 04.01.2021).

MPHTI 16.01.07

<https://doi.org/10.51889/2021-2.1728-7804.04>

*Nabidullin A.S.,¹ Ordabaev Ch.K.²

^{1,2}*Abai Kazakh National Pedagogical University,
Almaty, Kazakhstan*

¹*PhD student, Aibosha@mail.ru*

²*Master of Philology, Ordabaevchingiz@gmail.com*

INFLUENCE OF ENGLISH BORROWINGS ON THE CULTURE AND SPEECH OF KAZAKHSTANI YOUTH

Abstract

Being a living structure, the language is constantly evolving, including with the help of borrowings. It is impossible to stop this process. It is easier for young people to express their thoughts and feelings in a foreign language, rather than using fixed expressions in their native language. All this is happening as a result of increased information flows, the emergence of the global computer network – “the Internet”, the development of the world economic market, international tourism, and cultural ties. Today, the study of borrowings as manifestations of the interaction of different languages with each other is not the last among the problems of modern linguistics, and therefore, the attention of domestic and foreign researchers is directed to this issue. English plays a big role in the life of young people of Kazakhstan, who actively use foreign words in everyday life. In their opinion, it sounds beautiful and fashionable. The borrowing and use of words of foreign origin is a consequence of linguistic contacts influenced not only by historical and cultural factors, but also by the growing influence of the mass media. This article is dedicated to finding the peculiarities of the influence of English borrowings on the culture and speech of Kazakhstani youth.

Keywords: borrowings, anglicisms, slangs, jargonisms, language and culture, globalization and language

*Набидуллин А.С.,¹ Ордабаев Ч.К.²

^{1,2}*Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы, Қазақстан*

¹*докторант, Aibosha@mail.ru*

²*Филология магистрі, Ordabaevchingiz@gmail.com*

АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕН ЕНГЕН СӨЗДЕРДІҢ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ЖАСТАРДЫҢ МӘДЕНИЕТІ МЕН СӨЙЛЕУІНЕ ӘСЕРІ

Аңдамна

Ағылшын тілінен енген сөздердің Қазақстандық жастардың мәдениеті мен сөйлеуіне әсері тірі құрылым болғандықтан, шет тілдерден енген сөздер арқылы тіл үнемі даму үстінде