

УДК 811.111'374.8 + 391/395

*Е. С. Рослякова**(Новосибирский государственный педагогический университет)*

## НЕОФИЦИАЛЬНЫЕ ТОПОНИМЫ КРУПНЫХ ГОРОДОВ США: СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ И СВЯЗЬ С КУЛЬТУРОЙ

В данной статье представлен анализ неофициальных топонимов крупнейших городов США, которые рассматриваются как компонент современной национальной лингвокультуры, отсылая к реалиям материального и ментального характера.

*Ключевые слова:* неофициальные топонимы, США, лингвокультура, город.

The article analyses informal toponyms referring to the largest cities of the USA. Informal toponyms are interpreted as a component of modern national linguoculture, alluding to material and mental realia.

Данная работа посвящена неофициальным топонимам крупных США, а именно прозвищам городов, которые бытуют в современной прессе, разговорной речи и в интернет-пространстве.

Изучение неофициальных топонимов актуально, так как они обладают «значительным информационным потенциалом» [1, с. 27]. Из этого языкового пласта можно почерпнуть многое о языковом облике города, об отношении к нему горожан и гостей, а также о его истории и культуре.

Цель настоящей статьи – рассмотреть способы образования неофициальных топонимов городов США. Гипотеза исследования заключается в том, что прозвища крупных городов обладают культурно-специфическими особенностями и могут дать информацию о городе, его истории и отношении к нему людей.

В качестве материала исследования были использованы 100 неофициальных топонимов десяти городов США с населением больше миллиона человек: Chicago, Illinois – 20 топонимов (20%); New York, New York – 19 топонимов (19%); Los Angeles, California – 13 топонимов (13%); Philadelphia, Pennsylvania – 13 топонимов (13%); Houston, Texas – 12 топонимов (12%); San Antonio, Texas – 8 топонимов (8%); San Diego, California – 5 топонимов (5%); Dallas, Texas – 4 топонима (4%);

Phoenix, Arizona – 3 топонима (3%); San Jose, California – 3 топонима (3%). Подобные города играют большую роль в жизни страны, их образы закреплены в культуре и сознании жителей страны.

Массовое распространение неофициальных топонимов в последнее время ученые связывают с широким распространением интернет коммуникации, которая не только позволила общаться людям из разных регионов, но и способствовала своего рода языковой революции, породив множество форм сленга и способов искажения языка. В качестве еще одной причины называют повышение географической мобильности людей, в связи с чем люди стали формировать и выражать мнение о других городах и рефлексировать над своими родными городами [2].

Как и другие порождения современного интернет- и городского фольклора, неофициальные топонимы возникают стихийно и не имеют постоянной формы. Отмечается, что такие топонимы «характеризуются подвижностью, значительной степенью индивидуализации городских реалий, тенденцией к антистандартности» [2, с. 7]. Кроме того, неофициальные топонимы выполняют важную функцию: они дают объекту определенную характеристику, в которой можно проследить отношение людей к этому месту [6].

Причин появления неофициальных топонимов несколько. Во-первых, они отражают стремление жителей города отойти от официальных, нейтральных названий, которые кажутся им слишком длинными или скучными. Во-вторых, изменяя официальные названия, жители города формируют местные, народные ориентиры [5, с. 203]. Ориентиры, используемые жителями одного города, в свою очередь, помогают формировать и укреплять городскую идентичность жителей. В-третьих, неофициальные топонимы призваны выразить чувства горожан по отношению к населенному пункту.

Перейдем к анализу способов образования неофициальных топонимов на основе внутренней (лингвистической) мотивации и внешней (экстралингвистической) мотивации [3], [6].

1. На основе лингвистической мотивации созданы прозвища, образованные от официальных названий городов путем лингвистических преобразований (21 % от общего количества прозвищ в нашей картотеке):

1) редукции, основанной на сокращении до аббревиатуры, усечении слова и суффиксации (12%): *NY, NYC* (New York), *L.A, La-La Land* (Los Angeles), *Chi-Town* (Chicago), *H-Town* (Houston), *Philly* (Philadelphia), *Dago, Daygo* (San-Diego), *Big D, D-Town* (Dallas), *San Ho* (San Jose);

2) контаминации существующего названия с другим словом, обозначающим другой географический объект, или имеющим негативную коннотацию (8%): *Angel Town, Smog Angeles (Los Angeles)*, *Chi-beria, Chiraq, Shitcago, Chicagoland* (Chicago), *Screwston* (Houston), *Filthadelphia, Filthydelphia* (Philadelphia).

2. Внешняя мотивация в образовании прозвищ подразумевает участие экстралингвистических факторов, связанных с характеристикой места (79% номина-

ций в картотеке). Структурно данные прозвища делятся на:

1) однокомпонентные номинации (7 топонимов (7%)): *Metropolis, Gotham* (New York), *Tinseltown, Lotusland, Lotusville, Southland* (Los Angeles), *Metroplex* (Dallas);

2) фразовые номинации (73 топонима (73%)), например: *New Amsterdam, The Big Apple, The Capital of the World, The City, The Melting Pot, The Modern Gomorrah* и т.д. (New York); *City of Angels, the Entertainment Capital of the World, the Big Orange*(Los Angeles); *Second City, The Windy City, City by the Lake u m.д.* (Chicago); *Space City, Hustle Town Capital of the Sunbelt, The Big Heart u m.д.* (Houston); *The Athens of America, The City of Brotherly Love, The City That Loves You Back, The Birthplace of America u m.д.* (Philadelphia), *Arizona's Urban Heart, Silicon Desert, Valley of the Sun, (Phoenix); Alamo City, Countdown City, River City, Military City* (San Antonio); *America's Finest, City,, City in Motion, Silicon Beach* (San Diego); *City of Hate* (Dallas); *The Capital of Silicon Valley, South Bay* (San Jose).

Таким образом, экстралингвистическая мотивация в образовании неофициальных топонимов более частотна, что связано с возможностью дать характеристику населенному пункту.

Если рассматривать собранные нами неофициальные топонимы через призму отраженных в них реалий действительности, мы можем отметить, что в прозвищах городов отражаются как материальные объекты, так и ментальные аспекты культуры [4], [6].

Прозвища, отражающие материальные объекты действительности составляют 32% и характеризуют:

1) экономика, индустрия (25%): *Great Commercial Tree* (Chicago), *Space City, Energy Capital of the World, City of Syrup* (Houston), *Silicon Desert* (Phoenix), *Military City* (San Antonio), *Silicon Beach*

(San Diego), *The Capital of Silicon Valley* (San Jose);

2) географическое положение (21%): *City by the Lake*, *City in a Garden*, *The Third Coast*, *Heart of America* (Chicago); *River City* (San Antonio), *The Fun City on the Hudson* (New York), *The City So Nice They Named It Twice* (New York, так как находится в одноименном штате);

3) погода (9%): *The Windy City* (Chicago), *Valley of the Sun* (Phoenix), *City of Flowers and Sunshine* (Los Angeles);

4) растительность (9%): *Lotusland*, *Lotusville* (Los Angeles), *Magnolia City* (Houston);

5) архитектура, примечательные места (9%): *The City of Neighborhoods*, *City of Homes* (Philadelphia), *The Five Boroughs* (New York);

6) рельеф, географические объекты (6%): *South Bay* (San Jose), *Bayou City* (Houston);

7) культура (6%) : *Hustle Town* (Houston), *City of Murals* (Philadelphia);

8) спорт (6%): *Clutch City*, *Crush City* (Houston);

9) характеристики жителей (6%): *Quaker City* (Philadelphia), *Alamo City* (San Antonio).

Неофициальные топонимы, относящиеся к нематериальным объектам (46%), включают в себя:

1) названия, содержащие субъективные оценочные характеристики места (24%): *The City of Friendly People*, *The City That Never Sleeps* (New York), *Tinseltown* (Los Angeles), *The City Beautiful*, *Shitcago* (Chicago), *America's Finest City*, *City in Motion* (San Diego), *The City That Loves You Back*, *Filthadelphia*, *Filthydelphia* (Philadelphia), *Something to Remember* (San Antonio);

2) названия, намекающие на размеры города и его значение (24%): *Center of the Universe*, *The World's Biggest Urban Playground*, *The City with Everything*, *Metropolis*, *The Capital of the World*, *The Empire City*, *The City*

(New York), *Metroplex* (Dallas), *The Second City* (Chicago), *Arizona's Urban Heart* (Phoenix), *Capital of the Sunbelt* (Houston);

3) оценочные наименования, являющиеся аллюзиями к текстам (17%): *The Melting Pot* (New York; по названию пьесы Израиля Зангвилла, 1908 г.), *Gotham* (New York; название популяризовано в комиксах про Бэтмена 1960-х годов), *The Modern Gomorrah* (New York; Библия), *The Big Apple* (New York; название, придуманное Вашингтоном Ирвингом), *City of Big Shoulders*, *Hog Butcher for the World* (Chicago; отсылка к стихотворению Карла Сандбурга «Chicago»), *City on the Make* (Chicago; отсылка к эссе американского писателя Нельсона Альгрена), *My kind of town* (Chicago; отсылка к песне Фрэнка Синатры);

4) названия, содержащие ссылки на исторические события (13%): *Birthplace of America*, *The Cradle of Liberty* (Philadelphia: город подписания Декларации Независимости США), *Phoenix City* (Chicago: город был отстроен после пожара 1871 года), *The Big Heart* (Houston: жители города оказали помощь жителям штата Луизиана после урагана Катрин в 2005 г.), *Slaughterhouse to the World* (Chicago: долгое время в городе существовал квартал скотобоен Union Stock Yard), *City of Hate* (Dallas: в 1963 году в городе был убит президент США, Джон Кеннеди);

5) различные названия, имеющие ситуативную характеристику (13%): *Countdown City* (San Antonio; из-за телефонного кода города 210), *the Big Orange* (Los Angeles; по аналогии с Нью-Йорком), *The Big Scrapple* (Philadelphia; по аналогии с Нью-Йорком), *The City of Brotherly Love* (Philadelphia; перевод названия города с греческого), *City of Angels*, *El Pueblo* (Los Angeles; – перевод названия города с испанского; заме-

на словом «город» на испанском);

б) названия, содержащие отсылки к другим городам и географическим объектам (8%): *Chi-raq*, *Chiberia* (Chicago), *New Amsterdam* (New York), *The Athens of America* (Philadelphia).

Итак, проанализировав способы формирования неофициальных топонимов городов США, мы можем сделать некоторые выводы.

1. Основным способом формиро-

вания топонимов служит экстралингвистический способ, позволяющий охарактеризовать населенный пункт; Лингвистический способ образования служит для лаконичной номинации.

2. Большая часть рассмотренных нами неофициальных топонимов отражает материальные реалии культуры. Прозвища, отражающие ментальные реалии, отражают оценочную характеристику населенного пункта.

### Список литературы

1. *Басик С. Н.* Общая топонимика: учебное пособие для студентов географического факультета. – Минск: БГУ, 2006. – 200 с.

2. *Клименко Е. Н.* Неофициальная ономастика современного города (на примере г. Екатеринбург) // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2011. – № 6. – С. 5–8.

3. *Цепкова А. В.* Лингвокультурологический потенциал прозвищ различных мотивационных типов (на материале английского языка) // Вестник Новосибирского государственного педагогического универ-

ситета. – 2012. – № 5. – С. 105–113.

4. *Чернобров А. А.* Лингвокультурология: основа интегрального гуманитарного знания (язык – философия – логика – психология – культура). – Новосибирск: Свиньин и сыновья, 2006. – 332 с.

5. *Шарипова О. А.* Неофициальные топонимы как подсистема языка города // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – № 4. – С. 203–206.

6. *Tsepkova A. V.* Secondary Toponymic Nominations: Linguo-Cultural Approach // ONOMASTICA. – 2015. – № 1. – P. 265–279.