

НЕЙМИНГОВАЯ ЭКСПЕРТИЗА В АСПЕКТЕ ЛИНГВОЭКОЛОГИИ¹

Т.П. Соколова
(г. Москва, Россия)

Автором статьи предпринята попытка продемонстрировать возможности нейминговой экспертизы в защите русского языка и в гармонизации городского ономастического пространства; доказывается, что нарушение этических и эстетических норм граждан свидетельствует о необходимости нейминговой экспертизы урбанонимов.

Ключевые слова: лингвоэкология, нейминговая экспертиза

Речевая ситуация России начала XXI в. характеризуется развитием коммерческой номинации, под которой мы вслед за М.Е. Новичихиной понимаем «языковую номинацию учреждений и товаров, преследующую коммерческие цели» [Новичихина 2004: 3].

Субъекты предпринимательской деятельности используют в качестве средств индивидуализации товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования и коммерческие обозначения, которые могут быть размещены на городских вывесках [Соколова 2016], то есть входят в городское пространство как рекламные имена [Крюкова 2004: 5].

Речевая деятельность, результатом которой становятся многочисленные урбанонимы (названия городских объектов: магазинов, кафе, ресторанов, салонов красоты, жилых комплексов, туристических агентств и т.д.), носит креативный характер, обусловлена активными языковыми процессами и прагматическими намерениями номинатора [Ремчукова, Соколова, Махиянова 2015] и вместе с тем порождает скандальные и неудачные названия, разрушающие ономастическое пространство города.

За последнее время в России значительно возросло число городских названий, которые нарушают нормы языка и способны породить конфликтные ситуации в социуме. Такие конфликтогенные урбанонимы вовлекаются в сферу правовых отношений и становятся объектами нового вида судебной лингвистической экспертизы – нейминговой экспертизы, которая представляет собой «процессуально регламентированное лингвистическое исследование нейма как речевого продукта, завершающееся дачей заключения по вопросам, разрешение которых требует применения специальных знаний в лингвистике, ономастике, судебном речеведении и судебной экспертологии» [Соколова 2016: 32].

Цель данной статьи – показать возможности нейминговой экспертизы в защите русского языка и в гармонизации городского ономастического пространства.

Материалом исследования послужили урбанонимы Московского и других регионов России, которые были получены путем сплошной выборки из различных источников (электронные СМИ, интернет-сайты, блоги и т.д.), а также из судебно-экспертной практики.

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант № 15-04-00282.

Результатом городской номинации часто становятся названия магазинов, ресторанов, рекламных и туристических агентств, парикмахерских, жилых комплексов, нарушающие литературные нормы и правила транслитерации («Гринхауз», «ZONA», «Фудболки», «Авиню»), разговорные и грубые просторечные слова («Бухни», «Свалка», «Самоволка», «Прибамбасы», «Ёшкин кот») [Агеева, Соколова 2012: 316-319].

Обращения возмущенных таким отношением к русскому языку, нарушением этических и эстетических норм граждан в муниципальные органы власти, в ФАС (Федеральную антимонопольную службу РФ) и в СМИ свидетельствуют о необходимости нейминговой экспертизы урбанонимов.

Урбанонимы могут быть зарегистрированы как товарный знак или знак обслуживания – и в этом случае экспертизу обычно проводят в Институте интеллектуальной собственности в рамках процедуры подачи заявки. Однако такая экспертиза нередко носит формальный характер и не выявляет факторов нарушения норм русского языка.

Урбаноним может иметь статус фирменного наименования юридического лица (например, торговой или строительной компании), которое вносится в Единый реестр юридических лиц по формальным основаниям (без экспертизы). Результатом часто становятся названия на базе варваризмов, жаргонизмов, эвфемизмов, например: ООО «ROYAL WAYS», ЗАО «РОЯЛ РЕЙЧОС», ООО «Откат», ООО «ПРЕВЕД», ООО «МЕДВЕД», ООО «НАХ» [ЕГРЮЛ].

Урбаноним может также иметь юридический статус коммерческого обозначения, которое не подлежит регистрации. Экспертизы такие названия не проходят и попадают в сферу внимания ФАС или Роспатента в случае обращения собственников, потребителей, граждан.

Обладая специальными знаниями, эксперт-речевед может определить лингвистические и экстралингвистические факторы конфликтогенности урбанонимов, проанализировать причины и следствия появления спорных наименований, помочь горожанам в борьбе с неграмотными и некорректными вывесками.

Одна из задач нейминговой экспертизы – выявление негативной семантики названия, его семантической и лексической двусмысленности, нарушение этической и эстетической, а также орфографической или грамматической нормы в названии, использование просторечий, жаргонизмов, арготизмов, профессионализмов, заимствований (в том числе варваризмов), фразеологизмов, неуместное или некорректное использование на вывеске прецедентных имен.

Так, глава Российского клуба толстяков Сергей Назаров призвал бойкотировать кафе «Жиртрест» из-за обидного названия [<https://lenta.ru/news/2016/01/20/fatprotest/>]. Действительно слово «жиртрест» в значении «Об очень полном человеке» имеет помету «Грубо» [БТС 2000, 307].

В Тюмени поднялась волна недовольства «гангстерским» названием ресторана «Мафиози», что в итоге привело к закрытию заведения [<http://www.nashgorod.ru/otdih/journal/news70081.htm>].

Сотрудники МВД Первоуральска сочли оскорбительным, умаляющим их честь, достоинство и деловую репутацию название арт-кафе «Лежачий полицейский» и обратились в суд (конфликт разрешился тем, что после проведения ряда

экспертиз стороны пришли к досудебному соглашению: владельцы заведения убрали из названия слово «полицейский») [www.city-n.ru/view/326666.html].

По требованию жителей Белогорска владелец кафе «*New York*» переименовал свое заведение в «*Амур бистро*» и убрал с вывески американскую символику [<https://rusevik.ru/.../204858-kafe-new-york-pereimenovali-v-amur-bistr.>]. В том же Белогорске два года длился конфликт местных властей с владельцем магазина нижнего белья по поводу вывески «*Sisin dom*». Поясним: первый компонент урбанонима образован по модели притяжательного прилагательного с продуктивным суффиксом *-in* от слова «сиси» – «разговорное сниженное название женской груди» [БТС 2000, 1190].

Жителей Нижнего Новгорода возмутило название ресторана, открывшегося в 2014 г. на центральной улице, – «*Сталинская дача*», его начали называть «чёртовой дачей», некоторые пользователи соцсетей объявили бойкот заведению [www.nnnews.nnov.ru]. Активисты устраивали напротив ресторана читку «Колымских рассказов» Варлама Шаламова и другие акции протеста, и 8 января 2016 г. в СМИ появилось сообщение о закрытии ресторана. Интеллигенция Нижнего Новгорода возрадовалась, однако заведение снова открылось, и с тем же скандальным названием.

Для борьбы с подобным «креативным» неймингом нужны не акции протеста, а нейминговая экспертиза, с которой можно пойти в ФАС и в суд. Заметим, что отсутствие обоснованного заключения нейминговой экспертизы привело к тому, что длившаяся три года борьба нижегородцев с названием стриптиз клуба «*Peshkov*» (подлинная фамилия Максима Горького), расположенного напротив музея детства писателя, завершилась победой коммерческого скандального урбанонима.

Нейминговая экспертиза поможет установить, что конфликтогенность названия клуба «*BarSouk*» обусловлена языковой игрой (на основе капитализации «S»), в результате которой часть потенциальных посетителей чувствует себя оскорбленной. Негативная семантика и сниженная стилистическая окрашенность второго компонента названия («Сука – *Грубо*. О человеке, вызывающем своим поведением гнев, раздражение (обычно женщине)» [БТС 2000, 1288]) легко распознаётся носителями языка.

Об этом свидетельствуют данные опросов и интернет-форумов, например: «от названия данного кафе веет помойкой!»; «Не пойду, потому, что так и написано Бар Сук, я себя к сукам не отношу» [pln-pskov.ru/forum/116568.html].

Вызывают негативную реакцию части потенциальных клиентов и такие «шедевры нейминга», как названия салонов красоты «*Лысый стриж*» (Казань), «*Баба Яга*» (Рязань; здесь обещают скидки пожилым женщинам), парикмахерской «*Сам пришёл*» (Череповец), турфирмы «*Сусанин*» (Челябинск), аптеки «*Медя*» (Воркута), жилых комплексов «*Каретный плаза*», «*Barkli Virgin House*», «*Knightsbridge Private Park / Найтсбридж Привэйт Парк*» (Москва) и многие другие.

Нейминговая экспертиза позволяет установить несоответствие названия жилого комплекса «*Katrin-house*»/«*Катрин-хаус*» этическим критериям: в названии некорректно обыгрывается имя Героя Советского Союза лётчицы Екатерины Будановой, в память которой была названа улица, где расположен дом. К примерам

подобного неудачного нейминга можно отнести и названия жилых комплексов, копирующих генитивную модель номинации улиц: «*Маршала Василевского*», «*Гоголя-2*», «*Чехова 4*», «*Одиннадцать Станиславского*».

Высокой степенью конфликтогенности обладают урбанонимы, нарушающие стилистические нормы современного русского языка. Об этом свидетельствуют публикации в СМИ, активные дискуссии в Интернете, а также обращения граждан в ФАС.

Так, во многих городах (Москве, Петербурге, Тамбове, Екатеринбурге, Северодонске, Каменске и др.) появились магазины и пивные ларьки с названием «*Бухен Хауз*», что побудило горожан выразить удивление и возмущение по поводу уродливого урбанонима: «жаль, что нет такой структуры, которая бы отслеживала названия магазинов», «посредственное содержание, скрашиваемое попыткой создать образ», «после таких названий город [Екатеринбург – пояснение автора] только Ёбургом и можно назвать», «название это не более чем проявление «таланта» хозяина» [www.liveinternet.ru/users/zanzi/post130989750/].

Челябинское УФАС России откликнулось на жалобы горожан и провело опрос среди интернет-пользователей, в частности по вопросу «Что, по Вашему мнению, означает словосочетание «Бухен хауз»?»

Согласно полученным данным, 48% опрошенных считают словосочетание «Бухен хауз» иностранным выражением; 62% – воспринимают словосочетание «Бухен хауз» в значении «употреблять спиртные напитки», кроме того словосочетание «Бухен хауз» в совокупности с изображением людей, держащих во рту кружки с пенным напитком, воспринимается негативно в значении «распитие алкогольной продукции» в данном заведении (доме)» [www.chel.fas.gov.ru/news/7310?&page=29].

Таким образом, большинство носителей языка в разных городах увидели в этом искусственном названии связь со словом «бухать» – «выпивать, употреблять спиртные напитки», причём лексикографическое исследование показывает, что сниженная стилистическая окрашенность глагола «бухать» и его производных осознается не только специалистами, но и рядовыми пользователями.

Данная лексема вошла в Большой толковый словарь русского языка с пометой «разговорное, сниженное» [БТС 2000: 106]. Однако другими лексикографическими источниками глагол «бухать» квалифицируется как *арготизм* или *жаргонизм*, *грубый* и *вульгарный*, с явно негативной коннотацией. Слова «бухать», «бухло», «бухой» и др. производные включены в «Словарь русского арго» [Елистратов 2000: 51], в «Словарь русского сленга» [Юганов, Юганова 1997: 40], в словари «Русская фея» [Быков 1994: 36], «Современный русский жаргон уголовного мира» [Дубягина, Смирнов 2001: 40], «Ключевые концепты молодежной культуры» [Никитина 2013: 46], «Горячее городское арго» [Риндау 2014: 19].

Если рассматривать нейм «*Бухен хауз*» как иностранный, то и «немецкий след» содержит отрицательно-оценочный коннотат: *buhen gl., разг.* «освистывать, выражать неодобрение, шикать, улюлюкать», *Naus суиц.* «дом, здание» [Multitran <http://www.multitran.ru/>].

Дискуссия об уместности «*Бухен Хаузов*» на улицах современных городов продолжается, и существенную помощь региональным органам, регламентирующим городское пространство, может оказать нейминговая экспертиза.

Таким образом, мониторинг сферы городской коммерческой номинации позволил выявить постоянно расширяющуюся зону экологически вредных урбанонимов, активно обсуждаемых в Интернете, в СМИ и вовлекаемых в правовое поле. Нейминговая экспертиза, как юрико-лингвистический феномен, обладает возможностями и инструментарием для выявления «топонимической плесени» [Горбаневский 2012: 18].

На этапе проверки заявленного обозначения, на этапе регистрации фирменного наименования и размещения на городской вывеске коммерческого обозначения нейминговая экспертиза может служить мерой профилактики появления скандальных урбанонимов, а на этапе рассмотрения жалоб граждан в ФАС и судебных разбирательств – способствовать вынесению обоснованных решений и гармонизации ономастического пространства русских городов.

Литература

Агеева Р.А., Соколова Т.П. О московских эргонимах // Экология языка и речи. Материалы Международной научной конференции (17-18 ноября 2011 года). Тамбов, 2012. С. 316-319.

БТС – Большой толковый словарь русского языка / под ред. С.А Кузнецова. СПб., 2000.

Быков В. Русская феня. Словарь современного интержаргона асоциальных элементов. Смоленск, 1994.

Горбаневский М.В. Топонимическая плесень // Экология языка и речи: Материалы Международной научной конференции (17-18 ноября 2011 года). Тамбов, 2012. С. 18-23.

Дубягина О.П., Смирнов Г.Ф. Современный русский жаргон уголовного мира: Словарь-справочник. М., 2001.

ЕГРЮЛ – Сведения о регистрации юридических лиц [Электронный ресурс]. URL: www.egrul.ru/ (дата обращения: 12.09.2016)

Елистратов В.С. Словарь русского арго: Материалы 1980-1990 гг. М., 2000.

Крюкова И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. Волгоград, 2004.

Никитина Т.Г. Ключевые концепты молодежной культуры: тематический словарь сленга. СПб., 2013.

Новичихина М.Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2004.

Ремчукова Е.Н., Соколова Т.П., Махиянова Л.Р. Проблемы нейминга: новые русские урбанонимы в лингвокреативном аспекте // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 9. С. 328-333.

Риндау Э. Горячее городское арго: Русско-русский разговорник. М., 2014.

Сайт Челябинское УФАС. www.chel.fas.gov.ru/news/7310?&page=29 (дата обращения: 27.08.2016).

Соколова Т.П. Нейминговая экспертиза: организация и производство: монография. М., 2016.

Юганов И., Юганова Ф. Словарь русского сленга (сленговые слова и выражения 60-90-х годов). М., 1997.

Источник: Экология языка и речи : материалы V Международной научной конференции (3-5 ноября 2016 года) / отв. ред. А.С. Щербак ; М-во обр. и науки РФ, ФГБОУ ВО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина». – Тамбов : Принт-Сервис, 2016, с.188-192.