

УДК 811.511.112: 81'373.21

DOI: 10.30624/2220-4156-2025-15-1-171-179

**Коммерческий нейминг в современном городе (кейс «Talojärvi»):
социоономастический аспект**

Е. В. Захарова

*Институт языка, литературы и истории
Карельского научного центра РАН,
г. Петрозаводск, Российская Федерация,
katja.zaharova@mail.ru*

С. В. Нагурная

*Институт языка, литературы и истории
Карельского научного центра РАН,
г. Петрозаводск, Российская Федерация,
kov@krc.karelia.ru*

АННОТАЦИЯ

Введение. Статья посвящена анализу коммерческого названия жилого комплекса «Talojärvi – Город у воды» с использованием методов ономастических и социолингвистических исследований.

Цель: определение имиджевой семантики коммерческого названия и его связи с историческими и современными урбанонимами г. Петрозаводска.

Материалы исследования: архивные материалы и периодические издания; данные социологического исследования о нейминге на карельском языке в Республике Карелия.

Результаты и научная новизна. Работа является первым на сегодняшний день исследованием городского коммерческого нейминга на карельском материале. В Карелии растёт число «карельских» коммерческих наименований, не всегда соответствующих лингвистическим нормам. Анализ имиджевой семантики кейса «Talojärvi» показал, что ойкодомоним не вписывается в окружающий урбанонимический ландшафт, а «карельские» урбанонимы жилого комплекса семантически не согласуются с окружающими наименованиями.

В ходе репрезентативного социологического исследования установлено, что большинство его участников считают необходимым создание и продвижение карельских брендов, при этом важно соблюдать языковые нормы. На повестку дня встают вопросы лингвистической экспертизы, регулирующей именотворческую деятельность.

Ключевые слова: нейминг, урбанонимы, ономастика, социолингвистика, социоономастика, Карелия, карельский язык, русский язык

Благодарность: исследование выполнено в рамках плановой темы «Прибалтийско-финские языки Северо-Запада России в условиях цифровизации научных знаний» (124022000089-4).

Для цитирования: Захарова Е. В., Нагурная С. В. Коммерческий нейминг в современном городе (кейс «Talojärvi»): социоономастический аспект // Вестник угроведения. 2025. Т. 15. № 1 (60). С. 171–179.

**Commercial naming in a modern city (“Talojärvi” case):
the socio-onomastic aspect**

E. V. Zakharova

*Institute of Linguistics, Literature and History, Karelian Research Center
of the Russian Academy of Sciences,
Petrozavodsk, Russian Federation,
katja.zaharova@mail.ru*

S. V. Nagurnaya

*Institute of Linguistics, Literature and History, Karelian Research Center
of the Russian Academy of Sciences,
Petrozavodsk, Russian Federation,
kov@krc.karelia.ru*

ABSTRACT

Introduction: the article analyzes the commercial name of the residential complex “Talojärvi – City by the Water” by means of onomastic and sociolinguistic research methods.

Objective: definition of the image semantics of the commercial name and its relation to historical and modern urban place names of Petrozavodsk.

Research materials: archival materials and periodicals; data of the sociological study on naming in the Karelian language in the Republic of Karelia.

Results and novelty of the research: the work is the first study of urban commercial naming based on Karelian material to date. In Karelia, the number of “Karelian” commercial names grow, which do not always correspond to linguistic norms. The analysis of the image semantics of the “Talojärvi” case showed that this oikonym does not fit into the surrounding urbanonymic landscape, and the “Karelian” urbanonyms of the residential complex are semantically inconsistent with the surrounding names.

In the course of a representative sociological study, it was found that the majority of its participants consider it necessary to create and promote Karelian brands, and it is important to keep linguistic norms. The issues of linguistic expertise, which regulates creative activity, are on the agenda.

Key words: naming, urbanonyms, onomastics, sociolinguistics, socioonomastics, Karelia, Karelian language, Russian language

Acknowledgments: the research was carried out within state assignment of Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences “Baltic-Finnish Languages of the North-West of Russia in the Context of Digitalization of Scientific Knowledge” (124022000089-4).

For citation: Zakharova E. V., Nagurnaya S. V. Commercial naming in a modern city (“Talojärvi” case): the socio-onomastic aspect // Vestnik ugrovedenia = Bulletin of Ugric Studies. 2025; 15 (1/60): 171–179.

Введение

Вопросы развития городского топонимического пространства стали одной из наиболее исследуемых тем в современной ономастике, что обусловлено как ростом новых городских объектов и номинирующих их имён собственных, так и изменением принципов образования онимов.

В работах М. В. Голомидовой рассматриваются проблемы топонимической номинации с позиций брендинга и имиджирования, развития урбанонимического ландшафта, формирования топонимической политики [2; 4; 6]. Онимические конфликты в пространстве российских городов освещаются в работах Р. В. Разумова [12]. Т. П. Соколова поднимает вопросы нейминговой экспертизы [16]. Явление коммерческого нейминга и коммодификации городской топонимии анализируются на примерах различных городов России – Москвы [17], Санкт-Петербурга [14], Ярославля и Екатеринбурга [13; 19], малых городов Урала [5], Самары [15] и т. д.

В большинстве работ, посвящённых вопросам нейминга и коммерциализации топонимов, отмечается отсутствие регламентации в процессе создания имён. Это наблюдается и в

ситуации с относительно новым разрядом городских имён – ойкодомонимов¹. Их создание не регламентируется юридическими документами и не предполагает проведения экспертизы. Ойкодомонимы, как правило, – результат творчества застройщиков или нейминговых агентств. В наименованиях жилых комплексов (далее – ЖК) отражается «ономастический вкус номинаторов» [11, 107]. Как показывает практика, не всегда коммерческое имя городского объекта становится удачным, иногда оно вступает в онимический конфликт с языковыми реалиями, с историческим контекстом района застройки, что не может не сказаться на имидже города в целом.

Одной из последних тенденций в онимическом пространстве столицы Карелии является рост коммерческих наименований на прибалтийско-финских языках республики (карельском, вепсском, финском): ресторан «Joki»², студия массажа «Siivet»³, магазин «Vaikutelma»⁴ и др. В числе последних названия новых жилых комплексов – «Armas»⁵, «Talojärvi»⁶.

Объектом данного исследования стал недавно возникший в топонимическом пространстве Петрозаводска, но широко растиражированный ойкодомоним *Talojärvi*. Название вызывает

¹ Под термином «ойкодомоним» понимается разновидность урбанонима – «имя собственное здания» [10, 88], используется вслед за Р. В. Разумовым, С. О. Горяевым [13] как равнозначный определению *коммерческое название жилого комплекса*.

² Карел., фин. *joki* ‘река’ [21; 23].

³ Приб.-фин. *siipi* : Мон. *siivet* ‘крыло : крылья’ [21; 23].

⁴ Фин. *vaikutelma* ‘впечатление’ [23].

⁵ Приб.-фин. *armas* ‘милый, дорогой, любимый’ [21; 23].

⁶ Приб.-фин. *talo* ‘дом, здание’, *järvi* ‘озеро’ [21; 23].

научный интерес по ряду причин. Будучи продуктом коммерческого нейминга, оно является свидетельством коммодификации городской топонимии. *Talojärvi* – коммерческое наименование ЖК (а теперь уже и нового микрорайона). В его основу легли прибалт.-фин. лексемы *talo* ‘дом’ и *järvi* ‘озеро’; ойкодомоним по форме и содержанию претендует на репрезентацию локальной идентичности (на чём в рекламе неоднократно акцентирует внимание застройщик¹). Вместе с тем, возникнув в процессе искусственной номинации, наименование представляет пример лингвистически неграмотно созданного коммерческого нейма, языковая некорректность которого ощущается небольшой частью населения – носителями карельского, вепсского или финского языков.

Предметную область исследования составляет анализ специфики процесса коммерческого нейминга и внедрения в практику ойкодомонимов в топонимическом пространстве Петрозаводска на примере конкретного кейса.

Материалы и методы

Для изучения истории места возведения нового жилого комплекса и анализа возникших здесь урбанонимов привлекались материалы архивных документов XIX–XX в., периодических изданий XX в., современных региональных новостных порталов, лексикографических источников, использовались сведения Научной картотеки топонимов Карелии и топонимического архива Финляндии. Приводятся данные проведённого авторами статьи социологического опроса о нейминге на карельском языке в Республике Карелия. Исследование проводилось в 2024 г. в форме анкетирования, включавшего 15 вопросов закрытого и открытого типа, на платформе Google.

В работе применялся комплекс методов: структурный, словообразовательный, сравнительный, семантико-мотивационный, фоносемантический, этимологический, статистический, социологический.

Результаты

Топонимическое пространство современного города тесно связано с понятием коммодификации (англ. *commodity* ‘товар, предмет потребления’), которое в ономастическом ракурсе обозначает «не только превращение топонимов в товар, но и повышение социальной цен-

ности участков городского ландшафта» [17, 9]. Это новое явление для России, в то время как в западных странах коммодификация активно изучается [20; 22; 24; 25].

Среди типов топонимической коммодификации выделяется т. н. джентрификационная, связанная с развитием городских кварталов, созданием комфортной городской среды и реновацией старых промышленных зон. В процессах джентрификации географические названия используются инвесторами «...для создания тематического урболодшафта, проектирования новых микрорайонов и продвижения коммерческих интересов с целью повышения спроса на недвижимость» [1, 64].

Взаимосвязь между созданием бренда, названием определённой локации (в том числе ЖК) и ценами на недвижимость очевидна. Топоним превращается в товар путём его включения в гедонистические модели ценообразования, используемые риэлторами и застройщиками. Гедонистический метод позволяет моделировать влияние на стоимость объекта таких характеристик как, например, восприятие определённой части города как особенно привлекательной для проживания. Топоним становится визуальным маркером привлекательности, избранности, эксклюзивности локации.

Применительно к материалу статьи важным представляется то, что имя, присваиваемое объекту задолго до его возведения, призвано «...создавать образ будущего, активизировать интерес, способствовать пониманию того, как изменится территория и какие выгоды покупателям или городскому населению в целом сулит объект девелопмента» [3, 268]. Одним из трендов в маркетинге территорий является их брендинг. Технология брендинга, с одной стороны, повышает стоимость объекта, с другой – способствует созданию имиджа конкретной локации [6, 150–159]. Символический капитал, заключённый в имени локации, влияет на её рыночную стоимость.

Для усиления положительного воздействия на сознание потребителей в нейминге используются звуковые особенности языка. С точки зрения маркетинговой фоносемантики имеет значение создание названий, которые вызывают нужные разработчику ассоциации, соответствующие рекламируемому товару [7].

¹ «Улицы Петрозаводска назовут в честь персонажей карельского фольклора» // Петрозаводск говорит. 27.08.2021. URL: <https://ptzgovorit.ru/shortread/ulicy-petrozavodska-nazovut-v-chest-personazhey-karelskogo-folklor> (дата обращения: 03.12.2024).

«Talojärvi – Город у воды»: рождение бренда

Строительство ЖК «Talojärvi»¹ в Петрозаводске стало частью реализации проекта «Город у воды», цель которого – освоение бывших промышленных зон на берегу Онежского озера под жилищное строительство и создание благоустроенных общественных территорий. Вместо стагнирующей зоны разработчики предложили концепцию новой среды проживания – культурной, общественной, социально ориентированной².

Застройщиком ЖК «Talojärvi» стала строительная компания «Баренц Групп», осуществившая демонтаж старых зданий в районе промзоны³. В 2021 г. на одном из региональных медиаресурсов сообщалось, что «...в столице Карелии спроектирован район с опорой на её природные и географические особенности»⁴. На сайте девелоперской компании возводимый ЖК позиционируется как новый центр города, вдохновлённый уникальной карельской природой и культурным кодом⁵.

В 2024 г. карельское сетевое новостное издание «КарелИнформ» на основе материалов Единого ресурса застройщиков и Единой информационной системы жилищного строительства составило рейтинг новостроек Карелии, в котором ЖК «Talojärvi» оказался на втором месте⁶.

Разработкой бренда ЖК занималась консалтинговая компания «Brandson», выбравшая в качестве стратегии позиционирование района как территории будущего, нового смыслового центра Петрозаводска, открывающего перспективу для жителей и города. В брендбук представлена идеология бренда: «Talojärvi – это уверенный взгляд в будущее, опирающийся на вечные ценности, воплощённые в глади озера, в свете северного солнца, в причудливых очертаниях облаков. Это исторические корни,

пустившие новые ростки в современном облике и «начинке» пространств для жизни»⁷.

В основу концепции бренда была положена экологически ориентированная, привлекательная для покупателей идея единения человека с природой с учётом особой символики воды и озера, на берегу которого возводится ЖК.

Название *Talojärvi*, предложенное консалтинговой компанией в качестве коммерческого нейма, по мнению разработчиков бренда, «сочетает в себе тепло родного дома (*talo-*) и силу притяжения Онежского озера (*-järvi*), выраженные на языке предков»⁸. Языком предков, вероятно, нужно считать карельский.

Оба слова, объединённые в названии, короткие, легко воспринимаются на слух, просто произносятся, что, безусловно, учитывалось разработчиками. Элементарный фоносемантический анализ лексемы показал, что с позиции семантики она ассоциируется с определениями «хороший, величественный, яркий, радостный» и не имеет отрицательных коннотаций⁹.

Сгенерированное имя вполне обладает характеристиками желаемого воздействия на покупателя и удовлетворяет целям осуществлённого нейминга. Немаловажным является то, что имя, «одетое в национальную одежду» (оно вписывается в ряд традиционных карельских топонимов: ср. карел. *Suojärvi*¹⁰ / рус. *Суоярви*, карел. *Kivijärvi*¹¹ / рус. *Кивиярви* и т.д.), транслирует региональную национальную идентичность.

Talojärvi: топонимический казус

На странице интернет-издания «Петрозаводск говорит» в 2021 г. в сообщении о новом ЖК отмечалось, что «это один из первых в истории Петрозаводска случаев удачного наименования ЖК, которое создано не просто «для красоты» или «для рекламного продвижения», а в соответствии с топонимическими законами и с учётом культуры и истории Республики Карелия»¹².

¹ Графическое оформление названия встречается в двух форматах – в кириллическом *Талоярви* и на латинице *Talojärvi*, при этом часто в некорректной форме: на латинице происходит замена буквы *ä* на *a* – *Talajarvi* (что является грамматической ошибкой), на кириллице приб.-фин. *jä* иногда передаётся через *ia* (вместо *y*) – *Талойарви* (<https://zhk-talojarvi-gorod-u-vody-petrozavodsk-i.cian.ru> (дата обращения: 03.12.2024)).

² Онежская набережная. <https://rk.karelia.ru/special-projects/100-simvolov-karelii/onezhskaya-naberezhnaya/> (дата обращения: 03.12.2024).

³ «Компания «Баренц групп» начала подготовку к строительству нового жилого района Петрозаводска «Талоярви. Город у воды» // Столица на Onego.ru. 03.08.2021. URL: <https://stolicaonego.ru/news/kompanija-barents-grupp-nachala-podgotovku-k-stroitelstvu-novogo-zhilogo-rajona-petrozavodsk-talojarvi-gorod-u-vody/> (дата обращения: 03.12.2024).

⁴ «Талоярви»: источник вдохновения, комфорт и красота // Петрозаводск говорит. 05.10.2021. URL: <https://ptzgovorit.ru/news/taloyarvi-istochnik-vдохновения-komfort-i-krasota/> (дата обращения: 03.12.2024).

⁵ «Онежская набережная» // Республика. 03.09.2021. URL: <https://taloyarvi.ru/> (дата обращения: 03.12.2024).

⁶ «Рейтинг новостроек Карелии: топ-10 самых привлекательных ЖК» // КарелИнформ. 22.08.2024. URL: <https://karelinform.ru/news/2024-05-22-reyting-novostroek-karelii-top-10-samyh-privlekatelnyh-zhk-5088071> (дата обращения: 03.12.2024).

⁷ «Бренд карельского квартала Talojarvi от Баренц-Групп». URL: <https://brandson-total.com/client/307> (дата обращения: 03.12.2024).

⁸ «Природа вашего будущего – это TALOJÄRVI» на сайте Ассоциации профессионалов рынка недвижимости Repa. 17.02.2022. URL: <https://repa.ru/priroda-vashego-budushhego-eto-taloyarvi/> (дата обращения: 03.12.2024).

⁹ Анализ лексемы осуществлён с помощью программы ВААЛ-мини: <http://www.vaal.ru/prog/free.php>.

¹⁰ Карел. *suo* 'болото', *järvi* 'озеро' [21].

¹¹ Карел. *kivi* 'камень', *järvi* 'озеро' [21].

¹² «Улицы Петрозаводска назовут в честь персонажей карельского фольклора» // Петрозаводск говорит. 27.08.2021. URL: <https://ptzgovorit.ru/shortread/ulicy-petrozavodsk-na-zovut-v-chesht-personazhey-karelskogo-folklor/> (дата обращения: 03.12.2024).

Несмотря на громкие заявления, внешнюю «естественность» и «карельскость» названия, лингвистическое оформление бренда является собой топонимический «суррогат» в плане содержания. Используемая создателями бренда номинативная модель характерна для наименования озёр (о чём свидетельствует детерминант *-järvi* ‘озеро’): *Suojärvi* (букв. ‘Болотистое озеро’), *Ahvenjärvi* (букв. ‘Окунёвое озеро’). Названия с элементом *-järvi* ‘озеро’ также могут выступать в качестве ойконимов (названий населённых пунктов), расположенных на берегах одноименных озёр (ср. дер., г. *Suoyarvi*, дер. *Ahvenjärvi*). В традиционной топонимии карелов, вепсов и финнов в атрибутивной части географических наименований, как правило, использовалась лексема *kodi* ‘дом’, а не *talo* ‘дом, здание’¹: оз. *Kodijärvi* (Кем.)², бол. *Kodišuo* (Бел.), пор. *Kodikoški* (Бел.), зал. *Kodilakši* (Бел., Медв.), оз. *Kodilambi* (Пряж., Бел., Медв.) и т. д.

В случае с новым ЖК вместо названия городского района получилось наименование озера (а оно уже имеет своё наименование – напомним, ЖК располагается на берегу Онежского озера (карел. *Äniždärvi*). Для носителей карельского, вепсского, финского языков ойкодомоним буквально переводится как «Озеро с домом / домами». Предложенный фирмой-застройщиком «культурный код» «*Talojärvi* – Город у воды» расшифровывается как «Озеро с домами – Город у воды». Ситуацию могла бы исправить корректировка названия – перестановка частей внутри сложного слова: *Talojärvi* → *Järvitalo* (букв. ‘Дом у озера’), о чём топонимисты ИЯЛИ КарНЦ РАН уведомили администрацию города, застройщика и местные СМИ. Республиканские СМИ не осмелились вынести данный онимический конфликт в общественное пространство³, застройщик оставил обращение учёных без ответа, администрация Петрозаводска в своём ответе со-

слалась на действующее законодательство, согласно которому, коммерческое наименование не требует предварительных согласований и экспертиз.

***Talojärvi*: история места и новые названия**

Первое из обнаруженных на сегодняшний день письменных упоминаний места возведения указанного ЖК датируется 22.02.1868 г.⁴ Это – мыс на берегу Онежского озера с названием *Вороний Наволок*, водное пространство вокруг которого вплоть до начала 1930-х гг. сдавалось в аренду как одна из рыбных ловель, принадлежавших городу. В 1941 г. здесь возводится новый рабочий посёлок *Вороний Наволок*. По сведениям КарелфинТАГа⁵, в начале 1941 г. сюда уже перевезено 39 из планируемых 100 стандартных двухквартирных домов. Согласно названиям документов⁶, всего было перевезено 50 домов из лесозаготовительного пункта Карбозера (Медв.)⁷.

В послевоенные годы территория становится частью большой промышленной площадки – в 1948 г. здесь начинает деятельность Петрозаводский домостроительный комбинат (ДСК), на месте заброшенных корпусов которого в настоящее время возводится новый микрорайон.

Такие урбанонимы, как тер. *Вороний Наволок* (включает территорию застройки ЖК «*Talojärvi*»), пр-д *Вороний Наволок*, сквер *Вороний Наволок*, сквер *Вороний Нос*, тер. *Северный Вороний Нос*, ул. *Карбозерская* (и многие сотни других), появились на современной карте Петрозаводска недавно благодаря усилиям учителя истории и обществознания, краеведа, члена городской комиссии по культурно-историческому наследию г. Петрозаводска С. Г. Гайдука. Эти наименования отражают историю места. К сожалению, ойкодомоним *Talojärvi* на их фоне выглядит искусственным и не вписывается в окружающий урбанонимический ландшафт.

¹ Согласно данным топонимических картотек, в Карелии и Финляндии не зафиксировано ни одного озёрного названия с указанной топоосновой [Научная картотека топонимов Карелии (хранится в ИЯЛИ КарНЦ РАН); Топонимический архив Финляндии: <https://nimiarkisto.fi/> (дата обращения: 17.12.2024)].

² В скобках указаны районы бытования топонимов: Кем. – Кемский, Бел. – Беломорский, Медв. – Медвежьегорский, Пряж. – Пряжинский районы Республики Карелия.

³ Кроме печатного издания «ТВР-Панорама», опубликовавшего статью Муллонен И. И., Захаровой Е. В. «Хотели назвать городской район, а переименовали озеро» [ТВР-Панорама. № 42 (1538), 20.10.21]. Но, учитывая бумажный формат, а также основную читательскую аудиторию издания (пожилые люди, проживающие в районах Карелии), желаемый эффект от публикации достигнут не был.

⁴ НА РК. Ф. 71. Оп. 1. Д. 2/74 «Дело об отдаче с торгов в арендное содержание на 3 года рыбных ловель по берегу оз. Онега в Песках». Л. 25–26 об.

⁵ КарелфинТАГ «100 новых жилых домов» // Ленинское знамя. 07.05.1941. Стр. 1.

⁶ «Договора, титульные списки и сметы по сборке 50-ти жилых домов, перевезённых с Карбозера в посёлок Вороний наволок», «Мемориальные ордера с документами сборки 50-ти деревянных жилых домов в м. Вороний наволок, перевезённых из Карбозера» [Опись дел, хранившаяся в администрации г. Петрозаводска. Утрачена. Фото страниц с названиями дел предоставлены С. Г. Гайдуком].

⁷ Ойконим *Карбозера* в списке населённых мест Карелии отразился лишь в 1933 г. [18], из чего можно сделать вывод о кратковременном существовании самого лесозаготовительного пункта и поселения при нём.

Когда застройщик столкнулся с вопросом наименования новых городских объектов внутри возводимого ЖК, было учтено, что, согласно действующему законодательству, при присвоении новых наименований элементам улично-дорожной сети в первую очередь требуется опираться на исторические и географические особенности конкретной территории, а также на культурные и исторические особенности региона в целом. «Использовать географические особенности местности <...> затруднительно, т. к. в городе уже есть множество «онежских» названий (Онежская набережная, Онежская улица и др.), название Вороний Наволок (и его вариант – Вороний Нос) также уже присутствует в городской среде, а термины “мыс” и его северорусский аналог “наволоки” использовать нежелательно, т. к. в городе уже имеется более десяти мысов (наволоков)»¹. Тогда возникла идея дать названия, связанные с культурными и историческими особенностями региона. Общественности был представлен план², который содержал следующие названия: парк *Талоярви*, площадь круглой формы *Крууга*³, ул. *Метсола*⁴, ул. *Тапиола*⁵, ул. *Сейдовая*⁶, ул. *Хонкатар*⁷, ул. *Хийси*⁸, пер. *Ёйговый*⁹, пер. *Сюндю*¹⁰, пер. *Рунический*¹¹.

Из перечисленных наименований на карте Петрозаводска появились лишь наб. *Талоярви*, парк *Талоярви*, ул. *Сейдовая*, ул. *Тапиола*, ул. *Метсола*.

С позиции технологии нейминга, предусматривающей ряд исследовательских, аналитических, творческих и оценочных процедур и позволяющей последовательно провести отбор мотивировочного содержания и выстроить в названии наиболее уместный и выгодный ракурс демонстрации обозначаемого объекта [6, 156], приведённые выше наименования следует признать неудачными. Информация, транслируемая новыми урбанонимами, не портретирует место, семантически не согласуется с окружающими наименова-

ниями, кажется разрозненной и вырванной из контекста.

Коммерческий нейм: мнения целевой группы

С целью выяснения общественного мнения о современных процессах нейминга в Карелии авторами статьи в 2024 г. проведено исследование в форме анкетирования. В нём приняли участие 225 человек, в основном жители республики, а также Санкт-Петербурга, Ленинградской, Московской, Мурманской областей. Среди информантов две трети – женщины, треть – мужчины, возраст: от 15 до 60 лет и старше. Большинство участников не владеют прибалтийско-финскими языками, сфера деятельности отвечавших самая разнообразная – образование, культура, административная работа, сельское хозяйство, транспорт, здравоохранение и т. д.

Более 80 % участников опроса сталкивались с наименованиями на карельском, финском и вепсском языках. Среди прочих названий (названия блюд в меню, точек питания, коллективов и др.) карелоязычные наименования ЖК (в т. ч. *Talojärvi*) знакомы более чем половине информантов (55 %).

Большинству нравится видеть карельские неймы, более 90 % опрошенных считают необходимым продвигать местные бренды на карельском языке. Визуальная «карельскость», по мнению информантов, одинаково важна для жителей Карелии и туристов.

Из объектов, названия которых желательно оформлять по-карельски, жилищные комплексы были отмечены небольшим количеством отвечавших (13,3 %), но ещё более 16 % участников опроса указали в качестве подобных объектов улицы, являющиеся неотъемлемой составляющей ЖК.

При преобладании позитивных оценок участников исследования по отношению к процессам «карельского» нейминга существенным оказа-

¹ «Улицы Петрозаводска назовут в честь персонажей карельского фольклора» // Петрозаводск говорит. 27.08.2021. URL: <https://ptzgovorit.ru/shortread/ulicy-petrozavodska-nazovut-v-chest-personazhey-karelskogo-folklor> (дата обращения: 04.12.2024).

² «Улицы Петрозаводска назовут в честь персонажей карельского фольклора» // Петрозаводск говорит. 27.08.2021. URL: <https://ptzgovorit.ru/shortread/ulicy-petrozavodska-nazovut-v-chest-personazhey-karelskogo-folklor> (дата обращения: 04.12.2024).

³ Карел. *kruug*, *kruuga*, *kruuge*, *kruugu* ‘круг; цепочка; танец (хоровод)’ [9].

⁴ Фолькл. *Metsola* ‘лес, владения хозяина леса Тапио’ [8, 579].

⁵ Фолькл. *Tapiola* ‘лес, владения Тапио’ [8, 581].

⁶ Сейды – уникальные саамские священные объекты в Карелии.

⁷ Хонкатар (карел. *Hongatar*) – персонаж карельских рун, дева сосны (от карел. *honka* ‘сухостойная сосна’ [22]), покровительница медвежьего рода, приносящая удачу охотникам [26, 52–53].

⁸ Карел. *hiisi* ‘леший’ [9], фолькл. Хийси – мифическая местность или существо [8, 581].

⁹ Ёйга (карел. *joiku*) – жанр карельского народного творчества.

¹⁰ Сюндю (карел. *sundu*) – мифологический образ, связанный со временем зимних святок.

¹¹ Карельские руны – фольклорные произведения рунической («калевальской») метрики, передававшиеся из поколения в поколение изустным путём.

лось то, что для значительной части информантов (более 75 %) важно правильное написание бренда. Без малого три четверти опрошенных знают, куда обратиться за помощью в переводе бренда на карельский язык (в ответах упоминались преподаватели Петрозаводского университета, специалисты ИЯЛИ КарНЦ РАН, работники издательства, Термино-орфографическая комиссия, онлайн-переводчики и т. д.).

Обсуждение и заключение

Исследование кейса «Talojärvi» показало, что коммерческое имя нового жилого комплекса, несмотря на внешнюю «карельскость», не вписывается в карельскую культурную парадигму. При его создании была использована традиционная прибалтийско-финская номинативная модель, характерная для лимнонимов, но не подходящая для наименования домов. И этот семантический диссонанс остро ощущается частью населения, владеющего прибалтийско-финскими языками, что негативно сказывается на имиджевой семантике названия. Появившиеся внутри ЖК урбанонимы

оказались контекстуально не связанными ни с ойкодомонимом, ни с окружающими урбанонимами, ни с историческими топонимами.

Проведённый анализ доказал, что языковая компетентность номинаторов сказывается на имиджевой семантике коммерческого имени. Удачное с позиции маркетинга наименование может оказаться не вписанным в окружающий урбанонимический ландшафт и не принятым населением (или его частью). Факт наличия подобного названия в столице Карелии наносит репутационный вред городу и республике в целом.

Учитывая мнения жителей Карелии, в целях сохранения культурной региональной специфики и её корректной трансляции представляется важным включение экспертной оценки в процесс нейминга. Коммерческая номинация на «карельском» материале является неконтролируемой именотворческой деятельностью, в связи с чем на повестку дня выходит необходимость лингвистической экспертизы коммерческих имён, предполагающей оценку уникальности названия, а также соответствия правилам и нормам прибалтийско-финских языков Карелии.

Сокращения

англ. – английский язык, бол. – болото, г. – гора, зал. – залив, карел. – карельский язык, наб. – набережная, оз. – озеро, пер. – переулок, пор. – порог, пр-д – проезд, приб.-фин. – прибалтийско-финские языки, тер. – территория, фин. – финский язык, фолькл. – фольклорный.

Список источников и литературы

1. Басик С. Н. Коммодификация топонимии как феномен социально-экономической и культурной географии // Вестник Московского государственного областного университета. Сер. «Естественные науки». 2018. № 2. С. 59–70.
2. Голомидова М. В. Урбанонимы как ресурс управления восприятием городского пространства // Коммуникативные исследования. 2019. Т. 6. № 1. С. 11–30.
3. Голомидова М. В. Топонимическое имиджирование городских пространственных объектов // Вопросы ономастики. 2020. Т. 17. № 3. С. 263–278.
4. Голомидова М. В. Муниципальная топонимическая политика и вопросы развития городской топонимии // Социоллингвистика. 2022. № 3 (11). С. 41–53.
5. Голомидова М. В., Дмитриева А. В. Отражение территориальной идентичности в топонимическом ландшафте малых городов Урала // Вопросы ономастики. 2023. Т. 20. № 2. С. 144–173.
6. Городская топонимия: современная политика и практика именования / М. В. Голомидова, Р. В. Разумов, А. В. Дмитриева, С. О. Горяев, Лань Лин, Н. Н. Клименко. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2023. 216 с.
7. Данильчук М. В. Потенциал фоносемантического анализа в процессе номинации в маркетинге // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2016. Вып. 181. С. 29–35.
8. Лённрот Э. Калевала = Kalevala: эпическая поэма на основе древних карельских и финских народных песен / пер.: Э. Киуру, А. Мишин. Изд. третье, дораб. Петрозаводск: Карелия, 2001. 583 с.
9. Открытый корпус вепского и карельского языков (VepKar). URL: dictorpus.krc.karelia.ru (дата обращения: 23.01.2025).
10. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1988. 192 с.
11. Разумов Р. В. Динамические процессы в урбанонимической номинации (на примере названий жилых комплексов) // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2016. Т. 22. № 3–2. С. 107–112.
12. Разумов Р. В. Оноимические конфликты в российском урбанонимическом пространстве // Верхневолжский филологический вестник. 2018. № 4 (15). С. 112–119. DOI 10.24411/2499-9679-2018-10205.
13. Разумов Р. В., Горяев С. О. Новые ойкодомонимы как отражение ментальной карты города // Коммуникативные исследования. 2019. Т. 6. № 1. С. 93–111.

14. Резенков А. В. Названия современных жилых домов в лингво-прагматическом аспекте // Вестник Санкт-Петербургского университета. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2009. Вып. 3. С. 266–270.
15. Романова Т. П. Наименования жилых комплексов как особый тип рекламного имени // Верхневолжский филологический вестник. 2022. № 2 (29). С. 99–106. DOI: 10.20323/2499-9679-2022-2-29-99-106.
16. Соколова Т. П. Коммерческие урбанонимы в России в аспекте нейминговой экспертизы // Ценности и смыслы. 2016. № 6. С. 79–86.
17. Соколова Т. П. Коммодификация топонимии современной Москвы в социолингвистическом аспекте // Социолингвистика. 2022. № 3 (11). С. 9–26.
18. Список населенных мест [Карельской АССР]. По материалам переписи населения 1933 г. Петрозаводск: УНХУ АКССР, 1935. 139 с.
19. Федотовских Т. Г. Коммерческая номинация объектов недвижимости как инструмент формирования имиджа Екатеринбурга // Коммуникативные исследования. 2015. № 3. С. 116–126.
20. Duncan D. Chronotopes and commodification on the Streets of St. Charles // Nordic Journal of Socio-Onomastics. 2022. № 2. Pp. 21–46.
21. Karjalan kielen sanakirja. O. 1–6. / Toim. P. Virtaranta, R. Koponen, M. Torikka, L. Joki. Helsinki: SUS, 1968–2005.
22. Light D., Young C. Toponymy as Commodity: Exploring the Economic Dimensions of Urban Place Names // International Journal of Urban and Regional Research. 2015. № 39 (3). Pp. 435–450.
23. Nykysuomen sanakirja. O. 1–6. / Toim. M. Airila, M. Sadeniemi. Porvoo, Helsinki: WSOY, 1951–1961.
24. Rose-Redwood R., Vuolteenaho J., Young C., Light D. Naming rights, place branding, and the tumultuous cultural landscapes of neoliberal urbanism // Urban Geography. 2019. № 40 (6). Pp. 747–761.
25. Socio-Onomastics: The Pragmatics of Names / Ed. by T. Ainiala, J.-O. Östman. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2017. 231 p.
26. Turunen A. Kalevalan sanat ja niiden taustat. Lappeenranta: Karjalaisen Kulttuurin Edistämissäätiö, 1979. 416 p.

References

1. Basik S. N. *Kommodifikatsiya toponimii kak fenomen sotsial'no-ekonomicheskoy i kul'turnoy geografii* [Commodification of toponymy as a phenomenon of socio-economic and cultural geography]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta* [Bulletin of Moscow State Regional University], 2018, no. 2, pp. 59–70. (In Russian)
2. Golomidova M. V. *Urbanonimy kak resurs upravleniya vospriyatiem gorodskogo prostranstva* [Urbanonyms as a resource for managing the perception of urban space]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communicative Research], 2019, no. 6 (1), pp. 11–30. (In Russian)
3. Golomidova M. V. *Toponimicheskoe imidzhirovanie gorodskikh prostranstvennykh ob'ektov* [Toponymic imaging of urban spatial objects]. *Voprosy onomastiki* [Problems of Onomastics], 2020, no. 17 (3), pp. 263–278. (In Russian)
4. Golomidova M. V. *Munitsipal'naya toponimicheskaya politika i voprosy razvitiya gorodskoy toponimii* [Municipal toponymic policy and issues of development of urban toponymy]. *Sotsiolingvistika* [Sociolinguistics], 2022, no. 3 (11), pp. 41–53. (In Russian)
5. Golomidova M. V., Dmitrieva A. V. *Otazhenie territorial'noy identichnosti v toponimicheskom landshafte malyykh gorodov Urala* [Reflection of territorial identity in the toponymic landscape of small towns in the Urals]. *Voprosy onomastiki* [Problems of Onomastics], 2023, no. 20 (2), pp. 144–173. (In Russian)
6. Golomidova M. V., Razumov R. V., Dmitrieva A. V., Goryaev S. O., Lan Lin, Klimenko N. N. *Gorodskaya toponimiya: sovremennaya politika i praktika imenovaniya* [Urban toponymy: modern naming policy and practice]. Yekaterinburg: UFU Publ., 2023. 216 p. (In Russian)
7. Danilchuk M. V. *Potentsial fonosemanticheskogo analiza v protsesse nominatsii v marketing* [Potential of phonosemantic analysis in the nomination process in marketing]. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena* [Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences], 2016, no. 181, pp. 29–35. (In Russian)
8. Lönnrot E. *Kalevala: epicheskaya poema na osnove drevnikh karel'skikh i finskikh narodnykh pesen* [Kalevala: an epic poem based on ancient Karelian and Finnish folk songs]. Petrozavodsk: Karelia Publ., 2001. 583 p. (In Russian, Finnish)
9. *VepKar – otkrytyy korpus vepsskogo i karel'skogo yazykov* [VepKar – the Open corpus of the Vepsian and Karelian languages]. *Ofitsialnyy sayt "VepKar"* [Official website "VepKar"]. Available at: <http://dictorpus.krc.karelia.ru> (accessed January 23, 2025). (In Vepsian, Karelian, Russian)
10. Podolskaya N. V. *Slovar' russkoy onomasticheskoy terminologii* [Dictionary of Russian onomastic terminology]. Moscow: Nauka Publ., 1988. 192 p. (In Russian)
11. Razumov R. V. *Dinamicheskie protsessy v urbanonimicheskoy nominatsii (na primere nazvaniy zhilykh kompleksov)* [Dynamic processes in urbanonymic nomination (using the example of the names of residential complexes)]. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya* [Bulletin of Samara University. History, Pedagogy, Philology], 2016, no. 22 (3–2), pp. 107–112. (In Russian)
12. Razumov R. V. *Onimicheskie konflikty v rossiyskom urbanonimicheskom prostranstve* [Onymic conflicts in Russian urbanonymic space]. *Verkhnevolzhskiy filologicheskii vestnik* [Verkhnevolzhski Philological Bulletin], 2018, no. 4 (15), pp. 112–119. (In Russian)
13. Razumov R. V., Goryaev S. O. *Novye oykodomonimy kak otazhenie mental'noy karty goroda* [New oikonyms as a reflection of a city's mental map]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communicative Studies], 2019, no. 6 (1), pp. 93–111. (In Russian)

14. Rezenkov A. V. *Nazvaniya sovremennykh zhilykh domov v lingvo-pragmaticheskom aspekte* [Names of modern residential buildings in the linguistic-pragmatic aspect]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Filologiya. Vostokovedenie. Zhurnalistika* [Bulletin of St. Petersburg University. Philology. Oriental Studies. Journalism], 2016, no. 3, pp. 266–270. (In Russian)
15. Romanova T. P. *Naimenovaniya zhilykh kompleksov kak osobyi tip reklamnogo imeni* [Names of residential complexes as a special type of advertising name]. *Verkhnevolzhskiy filologicheskii vestnik* [Verkhnevolzhski Philological Bulletin], 2022, no. 2 (29), pp. 99–106. (In Russian)
16. Sokolova T. P. *Kommercheskie urbanonimy v Rossii v aspekte neymingovoy ekspertizy* [Commercial urbanonyms in Russia in the aspect of naming expertise]. *Tsenosti i smysly* [Values and Meanings], 2016, no. 6, pp. 79–86. (In Russian)
17. Sokolova T. P. *Kommodifikatsiya toponimii sovremennoy Moskvy v sotsiolingvisticheskom aspekte* [Commodification of the toponymy of modern Moscow in a sociolinguistic aspect]. *Sotsiolingvistika* [Sociolinguistics], 2022, no. 3 (11), pp. 9–26. (In Russian)
18. *Spisok naselennykh mest* [Karel'skoy ASSR]. *Po materialam perepisi naseleniya 1933 g.* [List of populated areas [of the Karelian ASSR]. Based on the 1933 population Census]. Petrozavodsk: UNHU AKSSR Publ., 1935. 139 p. (In Karelian, Russian)
19. Fedotovskikh T. G. *Kommercheskaya nominatsiya ob"ektov nedvizhimosti kak instrument formirovaniya imidzha Ekaterinburga* [Commercial nomination of real estate objects as a tool for forming the image of Yekaterinburg]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communicative Studies], 2015, no. 3, pp. 116–126. (In Russian)
20. Duncan D. Chronotopes and commodification on the Streets of St. Charles. *Nordic Journal of Socio-Onomastics*, 2022, no. 2, pp. 21–46. (In English)
21. *Karjalan kielen sanakirja. O. 1–6.* Toim. P. Virtaranta, R. Koponen, M. Torikka, L. Joki. Helsinki: SUS, 1968–2005. (In Finnish, Karelian)
22. Light D., Young C. Toponymy as Commodity: Exploring the Economic Dimensions of Urban Place Names. *International Journal of Urban and Regional Research*, 2015, no. 39 (3), pp. 435–450. (In English)
23. *Nykysuomen sanakirja. O. 1–6.* Toim. M. Airila, M. Sadeniemi. Porvoo, Helsinki: WSOY, 1951–1961. (In Finnish)
24. Rose-Redwood R., Vuolteenaho J., Young C., Light D. Naming rights, place branding, and the tumultuous cultural landscapes of neoliberal urbanism. *Urban Geography*, 2019, no. 40 (6), pp. 747–761. (In English)
25. *Socio-Onomastics: The Pragmatics of Names.* Ed. by T. Ainiala and J.-O. Östman. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2017. 231 p. (In English)
26. Turunen A. *Kalevalan sanat ja niiden taustat.* Lappeenranta: Karjalaisen Kulttuurin Edistämissäätiö, 1979. 416 p. (In Finnish)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Захарова Екатерина Владимировна, научный сотрудник сектора языкознания Института языка, литературы и истории КарНЦ РАН, ФИЦ «Карельский научный центр» (185910, Российская Федерация, Республика Карелия, г. Петрозаводск, ул. Пушкинская, д. 11), кандидат филологических наук.

katja.zaharova@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-3225-7161

Нагурная Светлана Викторовна, старший научный сотрудник сектора языкознания Института языка, литературы и истории КарНЦ РАН, ФИЦ «Карельский научный центр» (185910, Российская Федерация, Республика Карелия, г. Петрозаводск, ул. Пушкинская, д. 11), кандидат филологических наук.

kov@krc.karelia.ru

ORCID ID: 0000-0002-6233-8045

ABOUT THE AUTHORS

Zakharova Yekaterina Vladimirovna, Researcher, Department of Linguistics, Institute of Linguistics, Literature and History, Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences (185910, Russian Federation, Republic of Karelia, Petrozavodsk, Pushkinskaya Str., 11), Candidate of Philological Sciences.

katja.zaharova@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-3225-7161

Nagurnaya Svetlana Viktorovna, Senior Researcher, Department of Linguistics, Institute of Linguistics, Literature and History, Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences (185910, Russian Federation, Republic of Karelia, Petrozavodsk, Pushkinskaya Str., 11), Candidate of Philological Sciences.

kov@krc.karelia.ru

ORCID ID: 0000-0002-6233-8045