

ISSN 1563-0323, eISSN 2618-0782

ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

ХАБАРШЫ

Филология сериясы

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЫ-ФАРАБИ

ВЕСТНИК

Серия филологическая

AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

EURASIAN JOURNAL

of Philology: Science and Education

№1 (185)

Алматы
«Қазақ университеті»
2022



ХАБАРШЫ

ФИЛОЛОГИЯ СЕРИЯСЫ №1 (185) наурыз

ISSN 1563-0323, eISSN 2618-0782



04. 05. 2017 ж. Қазақстан Республикасының Ақпарат және коммуникация министрлігінде тіркелген

Куәлік № 16497-Ж

Журнал жылына 4 рет жарыққа шығады
(наурыз, маусым, қыркүйек, желтоқсан)

ЖАУАПТЫ ХАТШЫ

Кенжежанова Қ.К., PhD (Қазақстан)

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ:

Джолдасбекова Б.У., ф.ғ.д., профессор (ғылыми редактор)
(Қазақстан)
Досанова А.М., PhD (ғылыми редактордың орынбасары)
(Қазақстан)
Адилбаева У.Б., ф.ғ.к., доцент (Қазақстан)
Алимтаева Л.Т., ф.ғ.к., доцент м.а. (Қазақстан)
Баянбаева Ж.А., ф.ғ.к., доцент м.а. (Қазақстан)
Аймағамбетова М.М., PhD, доцент м.а. (Қазақстан)
Мадиева Г.Б., ф.ғ.д., профессор (Қазақстан)
Темірболат А.Б., ф.ғ.д., профессор (Қазақстан)
Саткенова Ж.Б., ф.ғ.к., доцент (Қазақстан)
Таттимбетова Қ.Ө., PhD, доцент м.а. (Қазақстан)
Донна Орини (Donna Orwin), доктор, профессор, Торонто
университеті (Канада)
Евдокимова С.Б., PhD, доцент, Браун университеті (АҚШ)

Жаң Жин Жин (Jean Zhin Zhin), доктор, профессор,
Пекин ұлттық орталық университеті (Қытай)
Барабан В.В., ф.ғ.д., профессор, Ресей халықтар достығы
университеті (Ресей)
Морхье Пост (Morgje Post), PhD, доцент, Берген
университеті (Норвегия)
Насие Йылдыз (Nasiye Yıldız), доктор, профессор, Анкара
Хаджа Байрам Университеті (Түркия)
Риверс Уильям П. (Rivers William P.), доктор, профессор,
Ұлттық кеңес және тілдерді дамыту жөніндегі халықаралық
оқыту (АҚШ)
Кайс Амер Кадим (Kais Amer Kadhim), доктор, қауымд.
профессор, Сохар университеті (Оман Сұлтандығы)

ТЕХНИКАЛЫҚ ХАТШЫ

Тонкер А. (Қазақстан)

«Филология сериясы» қазіргі тіл білімі мен әдебиеттану және аралас мамандықтардың өзекті мәселелерін жария-
лауға арналған.



Жоба менеджері

Гүлмира Шахкозова
Телефон: +7 701 724 2911
E-mail: Gulmira.Shakkozova@kaznu.kz

Компьютерде беттеген

Айгүл Алашова

ИБ № 15368

Пішімі 60x84/8. Көлемі 21,0 б. т. Тапсырыс № 15006.
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспа үйі.
050040, Алматы қаласы, Әл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспа үйінің баспаханасында
басылды.

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2022

МАЗМҰНЫ – CONTENTS – СОДЕРЖАНИЕ

1-бөлім Тіл білімі	Section 1 Linguistics	Раздел 1 Языкознание
<i>Акимбекова Г.Ш., Кеңес Б.Е.</i> Қазақ тіліндегі метафоралау әдісі арқылы жасалған компьютер терминдері.....		4
<i>Ақшолжақова А.Ж., Меркибаев Т.А., Бугенова Л.А.</i> Категория времени глаголов в русском, казахском и английском языках на основе формирования грамматической компетенции.....		11
<i>Ақшолжақова Р.К., Күзембекова Ж.Ж.</i> Экожүйедегі тіл: эколингвистика		23
<i>Әбішев Г.Қ., Абзүздинова Г.К.</i> Мәшһүр Жүсіп шығармаларындағы топонимикалық кеңістік.....		32
<i>Әнес Г.Қ.</i> XX ғ. басындағы тілдік тұлғалар: Халел Досмұхамедұлы – түркітанушы		42
<i>Бегимова Г.А., Құлжанова Б.Р., Назарова А.Ж.</i> Қазақ және түрік тілдеріндегі өсімдік атауларының уәдмесі		52
<i>Бектемірова С.Б., Аuesхан Р., Ақимпиева Ж.А.</i> Түркітану метатілінің құрастырылуы мен түсініктемесі.....		61
<i>Биженова А.Е., Байқадамова А.Н.</i> Лексическая семантизация концепта «Степь» в художественном произведении.....		71
<i>Zeynally G.R.</i> Meaning and Speech acts		84
<i>Dairabekova G.K., Zahrodskaja A.N., Iglikova S.I.</i> Reduplication in the English word-formation system		91
<i>Кабытаева А., Мадиева Г.</i> Аналитический обзор современных тенденций в ойкодомонимах города Алматы		103
<i>Қушымбаева А.С., Карагулова Б.С., Конечны Я.</i> Драмалық шығармалардағы вестнальды лексиканың кейіпкер бейнесін ашудағы қызметі.....		113
<i>Меірамбекова Л.К., Жиембай Б.С., Даутова Г.Р.</i> Зат есімнің сан-мөлшер (көптік) категориясының армян-қыпшақ жазба ескерткіштер тіліндегі тарихи даму жолы.....		127
<i>Оданова С.А., Молдабаева Қ.Е.</i> Академиялық жазылымның зерттелу деңгейі және электронды контент жасаудың өзекті мәселелері.....		136
<i>Ongarbayeva M.S., Tayeva R.M., Alimbayeva A.T.</i> Meteorological metaphors of “atmospheric electrical and sound phenomena” in the English and Kazakh languages.....		147
<i>Таусоғарова А.Қ.</i> Даулы мәтіндегі дерек туралы мәлімдеменің лингвосараптамасы.....		156
<i>Тектігул Ж.О., Дузмагамбетов Е.А., Баянұлова-Алтыбаева А.Б.</i> Қазақ топонимдерінің мифологиялық қабаты		167
<i>Токсанбаева Р.К.</i> История формирования юридического английского языка: современные проблемы глобализации юридического языка		180
<i>Чжао Чжунган, Ван Жун</i> Анализ семантических функций аффиксов в русском языке		189

2-бөлім Әдебиеттану	Section 2 Literary Criticism	Раздел 2 Литературоведение
<i>Bysengaly Z.Q., Weining Xie</i> The rise of the Novel in Kazakh literature		199
<i>Suleimenova E.</i> Archetypal images in the novel “Nakanune” by I.S. Turgenev		207

А. Кабытаева^{1*}, Г. Мадиева²^{1,2}Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

*e-mail: aiymphd@gmail.com

**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ
В ОЙКОДОМИНАХ ГОРОДА АЛМАТЫ**

В настоящей статье представлены результаты исследования названий жилых комплексов мегаполиса Казахстана г. Алматы, в частности, выявлены современные тенденции в образовании ойкодомонимов. Фактический материал, полученный из базы данных строительных компаний г. Алматы таких, как Базис-А, Нов-эк, RAMS, QazaqStroy, BI-Group, Exclusive, KSS и др., а также онлайн карт: 2GIS, Yandex map, Google map и сайтов купли-продажи, состоят из транслитерированных и нетранслитерированных названий. В ходе проведения анализа использованы количественный и качественный методы. Полученные данные позволили выявить определенную тенденцию в пользу создания нетранслитерированных названий с положительной семантикой и с семантикой «роскоши». Эта тенденция существует параллельно с противоположной тенденцией создания транслитерированных названий в казахском языке. Все названия отличаются оригинальностью и за счет дополнительных компонентов, которые, в основном, отражают стиль архитектуры ЖК, имеют положительную семантику. Количественный анализ показывает растущее разнообразие создаваемых ойкодомонимов. В связи с этим необходимо отметить развивающееся направление – нейминг, который стремительно стал развиваться в современных условиях расширяющегося рынка услуг и товаров (в том числе, жилых мест, квартир и т.п.).

Ключевые слова: имена собственные, тенденция, номинация, ойкодомонимы, классификация.

A.Kabytayeveva^{1*}, G. Madiyeva²¹Almaty Management University, Kazakhstan, Almaty²Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty

*e-mail: aiymphd@gmail.com

**Analytical review of some current trends
in oikodomonyms of Almaty**

This article presents the results of a study of the names of residential complexes of the megalopolis of Kazakhstan, Almaty, in particular, modern trends in the formation of oikodomonyms are revealed. The actual material obtained from the database of construction companies in Almaty such as Basis-A, Nov-ek, RAMS, QazaqStroy, BI-Group, Exclusive, KSS, etc., as well as online maps: 2GIS, Yandex map, Google map and sale sites, consist of transliterated and non-transliterated names. Quantitative and qualitative methods were used during the analysis. The data obtained revealed a certain trend in favor of creating non-transliterated names with positive semantics and with the semantics of "luxury". This trend exists in parallel with the opposite trend of creating transliterated names in the Kazakh language. Quantitative analysis shows a growing variety of created oikodomonyms. In this regard, it is necessary to note the developing direction – naming, which has rapidly begun to develop in the modern conditions of the expanding market of services and goods (including residential places, apartments, etc.).

Key words: proper names, trends, nomination, oikodomonyms, classification.

А. Кабытаева^{1*}, Г. Мадиева²¹Алматы менеджмент университеті, Қазақстан, Алматы қ.²Әль-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

*e-mail: aiymphd@gmail.com

**Алматы қаласының ойкодомонимдеріндегі
заманауи тенденцияларға аналитикалық шолу**

Осы мақалада Қазақстан мегаполисі Алматы қаласындағы тұрғын үй кешендерінің атауларын зерттеу нәтижелері, атап айтқанда, ойкодомонимдерді қалыптастырудағы заманауи тенденциялар анықталды. Транслитерацияланған және транслитерацияланбаған атаулар туралы

деректер Базис-А, Нов-эк, RAMS, QazaqSroy, BI-Group, Exclusive, KSS және тағы сол сияқты, Алматы қаласының, құрылыс компанияларының дерекқорынан, сондай-ақ 2GIS, Yandex map, Google map онлайн карталарынан және алып-сату сайттарынан алынған. Талдау барысында сандық және сапалық әдістер қолданылды. Алынған мәліметтер оң семантикасы бар және "сан-салтанат" семантикасы бар транслитерацияланбаған атауларды құрудың пайдасына белгілі бір тенденцияны анықтауға мүмкіндік берді. Бұл тенденция қазақ тілінде транслитерацияланған атауларды құрудың қарама-қарсы тенденциясымен қатар жүреді. Барлық атаулар өзіндік ерекшелігімен және негізінен тұрғын үй кешендерінің архитектурасының стилін көрсететін, оң семантикаға ие қосымша компоненттердің арқасында ерекшеленеді. Сандық талдау ойкодомонимдердің алуан түрлілігін көрсетеді. Осыған байланысты дамып келе жатқан бағытты – неймингті атап өту қажет, ол көрсетілетін қызметтер мен тауарлардың (оның ішінде тұрғын орындар, тұрғын үй кешендері, пәтерлер және т.б.) кеңейіп келе жатқан нарығының қазіргі жағдайында қарқынды дами бастағаны анық.

Түйін сөздері: жалқы есімдер, номинация, ойкодомонимдер, классификация, тенденция.

Введение

Современный город – это сложное многоуровневое урбанистическое пространство с культивированной инфраструктурой. Значимой составляющей муниципальной культуры является городской ономастикон, который оказывает определенное воздействие на социокультурное пространство города, реализует механизмы социокультурной коммуникации. В связи с этим, ономастическое пространство города важно для исследования в сфере номинации, в частности, ономастической номинации, лингвокультурологии, межкультурного взаимодействия и нейминга, направления в маркетинге, который стремительно стал развиваться в современных условиях расширяющегося рынка услуг и товаров (в том числе, жилых мест, квартир и т.п.). Особенно это относится к мегаполисам с многомиллионным населением, которым является столица Казахстана – Алматы (в настоящее время в Алматы проживает более 2 млн. человек).

Безусловно, нейминг основывается на лингвистических данных, может и должен изучаться специалистами-лингвистами, поскольку именование – это, в широком смысле, предмет лингвистики.

Ономастикон города отражает современные представления социума. Во взаимном воздействии муниципальной сферы и человека происходит следующий процесс: в сознании горожанина формируются ономастические знания как результат человеческого осмысления и классификации окружающей действительности городского пространства, которые распределяются на определенные разряды, подклассы и классы. Естественно полагать, что сведения об имени собственном, о его специфике – это достижение познания, концептуализации и использования

конкретных слов для наименования объектов, предметов действительности (Разумов, 2014). Это процесс двунаправленный: существуют номинаторы, которые создают название жилого комплекса, и адресат, на сознание которого направлено это название.

Сложным в ономастике остается вопрос о мотивирующем слове. Невозможно анализировать словообразовательную структуру слова произвольно, без учета связей и отношений, существующих между производной и производящей основами. Трудность заключается в том, что в огромном количестве случаев конкретное мотивирующее слово, от которого образован тот или иной оним (имя собственное), просто неизвестно (Мадиева, 2019).

Исследования имен собственных показывают, что они не являются строго заданными и подвержены различного рода изменениям. В связи с этим возникает необходимость исследования современного ономастического пространства. Интерес исследователей к именам собственным и ономастическим проблемам XXI века не только не ослабевает, но и возрастает в силу вовлечения в круг исследования новых денотатов номинации и значительного увеличения корпуса онимического материала. Возникновение тенденций языкового развития, появление новых областей знания о языке и изменение картины мира на настоящем этапе выявляют, в свою очередь, неизученные объекты, незаполненные лакуны, неизученные направления как теоретической, так и прикладной ономастики (Мадиева, 2019).

Так, в современной ономастике одним из новых разрядов имен собственных являются названия жилых комплексов, которые вызывают интерес исследователей и становятся предметом научного осмысления. В русской ономастике был предложен и теоретически обоснован тер-

мин для обозначения такого разряда имен собственных (Подольская, 1993). Названия жилых комплексов отнесены к разряду ойкодомонимов, впервые выделенному во 2-ом издании словаря Н. В. Подольской: «Имя собственное здания происх.: греч. οἰκοδομή 'здание, строение' + оним» (Подольская, 1988). Интересно, что в 1-ом издании этого словаря в определении был употреблен описательный оборот – «название отдельного здания» (Подольская, 1978).

Разумов Р.В. также относит названия жилых комплексов к такому классу урбанонимов, как ойкодомонимы – названия зданий и сооружений (Мадиева, Кабытаева, 2019).

В белорусской ономастике использование этого термина связано с именем А.М. Мезенко, в болгарской ономастике для данного вида собственных имен предложен иной термин – *касоним* – «собственно име на всеки дом (къща, колиба, палат, дворец и под.) лат. *casa* 'къща, колиба'» (Балкански, 2016).

В настоящей статье синонимом термина *ойкодомоним*, ставшим уже известным в отечественной науке и включенным в российские ономастические терминологические словари, используется словосочетание *название жилого комплекса*. Жилой комплекс в самом обобщенном виде можно определить следующим образом: « архитектурное единообразие определенной группы строений, выделяющееся на общем фоне застройки <...> самый важный вопрос в процессе создания жилых комплексов – целевая аудитория и её потребности. От этого зависит инструментарий проектировщика и девелопера, в задачу которых входит приведение востребованных элементов комфортного и эффективного расселения в единый функционирующий комплекс.» (<http://novosibdom.ru/residential-complex-what-is-it>). Его название позволяет выполнять не только номинативную функцию, но и функции идентификации и дифференциации из ряда подобных жилищных комплексов (далее – ЖК).

Материал и методы

Фактическим материалом для исследования послужили названия ЖК, которые являются вторичными именованиями и формируются в результате искусственной номинации, поэтому в них отражаются накопленные знания о мире, культурные особенности, языковые предпочтения и ономастический вкус номинаторов. Это, в свою очередь, вызывает особый интерес для выявления

названий, которые, по мнению и целям номинаторов, могут и должны привлечь внимание потенциальных покупателей, запомниться им.

Основная цель исследования – лингвистический анализ названий современных объектов (жилых зданий или комплекса зданий), т.е. ойкодомонимов, предназначенных для проживания жителей г. Алматы. В настоящее время архитектура города значительно пополнилась жилыми комплексами эконом-класса, комфорт-класса, бизнес-класса, премиум-класса, клубного формата. В ходе достижения поставленной цели были выполнены следующие задачи с использованием определенных методов исследования:

1) на первом этапе исследования был создан корпус ойкодомонимов на основе приема сплошной выборки из базы данных строительных компаний г. Алматы: Базис-А, Нов-эк, RAMS, QazaqStroy, BI-Group, Exclusive, KSS и др., онлайн карт: 2GIS, Yandex map, Google map, онлайн-карт г.Алматы, онлайн навигационных систем с указанием топографических данных, сайтов об аренде, покупке и продаже недвижимости, выполнена инвентаризация полученного материала с использованием приема сплошной выборки и метода количественного анализа с использованием Microsoft Excel и SPSS software,

2) проведена языковая атрибуция с выявлением семантики ойкодомонимов города Алматы с использованием метода компонентного анализа,

3) определены наиболее часто повторяющиеся слова в названиях жилых комплексов, тенденции в названиях жилых комплексов, проанализированы их семантические особенности, для чего была использован метод систематизации и классификации.

Обзор литературы

Исследование ойкодомонимов является относительно новым направлением ономастики, которое свое развитие получило благодаря таким российским ученым, как Р.В. Разумов, О.В. Врублевская, И.И. Жиленская, Н.В. Подольская. В процессе написания статьи нами был рассмотрен их опыт. Теоретической и практической основой статьи послужили положения монографии Мадиевой Г.Б. «Имя собственное в контексте познания». В ходе написания статьи был учтен опыт американских ученых Джудит Н. Мартин и Томаса К. Накаяма, занимающихся вопросами межкультурной коммуникации. Также,

в статье рассмотрены исследования следующих американских авторов, как Пол Л., Скиппер Л., Скиппер Дж., «Toward a Theory of Nicknames», что означает «К теории прозвищ». Английский ученый Купман А., заинтересовал нас с таким исследованием, как «Names of Dwellings», то есть «Наименование жилищ». Для определения семантики определенных онимов, нами были использованы многочисленные словари: Ушаков Д.Н. «Толковый словарь русского языка», Жанузаков Т. «Ваше имя?», и в том числе электронные словари: «Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus», «Merriam-Webster».

Результаты и обсуждение

Тенденции в названиях жилых комплексов.

Сопоставление одинаковых тенденций, употреблений одинаковых компонентов в транслитерированных и нетранслитерированных вариантах

Фактические данные, полученные из базы данных строительных компаний г. Алматы по состоянию на январь 2022 года (Базис-А, Новэк, RAMS, QazaqStroy, BI-Group, Exclusive, KSS и др., различных онлайн карт и сайтов купли-продажи), позволяют представить количественный состав введенных в эксплуатацию ЖК, что составило 630 объектов (100%). Все ЖК имеют собственные имена, которые были собраны и проанализированы с помощью Microsoft Excel и SPSS software. Из них на кириллице, транслитерированные: 364 (58,8%) ойкодомонимов; на латинице, нетранслитерированные: 266 (42,2%). В результате были выявлены следующие наиболее часто встречающиеся слова в названиях ЖК или тенденции в образовании названий ЖК. С использованием программы Microsoft Excel определены и сопоставлены транслитерированные и нетранслитерированные ойкодомонимы (см. Таблицу 1).

Таблица 1 – Использование одинаковых компонентов в структуре транслитерированных и нетранслитерированных ойкодомонимов

№	Нетранслитерированные	Кол-во	Транслитерированные	Кол-во	Итого
1	Residence	27	Резиденс (также употреблено слово резиденция – 1 раз)	4	31
2	Park	19	Парк	4	23
3	City	18	Сити	4	22
4	Alatau	5	Алатау	7	12
5	Tower	4	Тауэр(с)	5	9
6	Villa	8	Вилла	1	9
7	Almaty	3	Алматы (также употреблено слово Алма-Ата – 1 раз)	4	7
8	Ak	1	Ак/Ак	6	7
9	Terrace	5	Терраса	1	6
10	Alma	3	Алма	3	6

Анализ материала показывает, что большей популярностью пользуются нетранслитерированные компоненты, переданные на иностранном языке – английском. Транслитерированные названия на казахском языке представлены наименьшим числом. Наиболее распространенным в этом списке оказался компонент *Residence*, который был употреблен 31 раз: этот компонент использован в нетранслитерированных ойкодомонимах 27 раз и 4 раза – в транслитерированных

ойкодомонимах. Слово *residence* (англ. сущ. <https://dictionary.cambridge.org/>) в русском и казахском языках является заимствованием *резиденция* и означает следующее: «РЕЗИДЕНЦИЯ, -и, ж. Место постоянного пребывания правительства или главы государства, а также лиц, занимающих крупный административный пост. || Устар. Вообще местопребывание кого-л. Это был деревенский дом и летняя резиденция Марьи Александровны. Достоевский, Дядюшкин сон.

[От лат. *residencia* – местопребывание]» (<https://kartaslov.ru>). Компонент *Residence* обозначает «местопребывание» и включает семантику роскоши, призван создать впечатление гармонии, престижа и вписывается в стратегию маркетинга – соблазнения изысканностью и превосходством. Неудивительно было обнаружить, что 92% жилых комплекса, которые имеют в структуре своего названия компонент *Residence*, являются жилыми объектами бизнес класса: «*Central Esentai Residence*», «*Ideal Residence*», «*Dolce Vita Residence*», «*Максима Ресиденс*», «*Exclusive Residence*» и др.

Вторую позицию в списке «модных», частотных, компонентов в структуре ойкодомонимов занимает следующее слово, графически переданное на латинице и кириллице – *Park* – Парк, (фр. *parc*, англ. *Park*): *Park* – 19 раз в нетранслитерированных ойкодомонимах и *Парк* 4 раза в транслитерированных ойкодомонимах. В словаре русского языка отмечается несколько значений этого слова: «1. Большой сад, роща с дорожками для гуляния. Французский *Parc*: засаженный зеленью и цветами по определенному архитектурному плану. Английский *Park*: в виде рощи или леса. 2. Передвижной склад, из которого армия снабжается техническими материалами, боевыми припасами (воен.). Артиллерийский парк, инженерный парк, воздухоплавательный парк. 3. Совокупность подвижного состава в той или иной отрасли военного или транспортного хозяйства (спец.). Танковый парк, автомобильный парк, (наличные автомобили), вагонный парк, парк самолетов, автобусный парк. 4. Место стоянки и ремонта подвижного состава, например: вагон идет в трамвайный парк» (Ушаков, 1940). Очевидно, что в случае с ойкодомонимами компоненты *Park* – *Парк* были использованы в первом значении, отражая благоприятную семантику, то есть большой сад, роща с дорожками для гуляния. Во французской культуре *Parc* означает: засаженный зеленью и цветами по определенному архитектурному плану, в английской *Park* это местность в виде рощи или леса. Так, в названии ЖК «*Gagarin Park*» первый компонент указывает на топонимику объекта, т.е. данный ЖК расположен на улице имени Ю. Гагарина, второй компонент *Park* добавляет к названию положительную семантику. Если обратить внимание на фасад данного ЖК, то становится понятно почему выбран именно компонент *Park*: для наружного оформления верхних этажей выбран цвет близкий к зеленому, а для окрашива-

ния нижних этажей – коричневый и бежевый цвета, т.е. фасад символизирует своим обликом дерево.

Обращает на себя внимание ойкодомоним «*Apple Park*» с компонентом *Park*, что в переводе с английского языка напоминает всеми известный аналог на русском языке «Яблоневый сад», но в данном случае точный перевод будет «Яблоневый парк». Жилой комплекс находится в процессе строительства, тем не менее, в проекте архитектуры этого ЖК представлен прекрасный зелёный ландшафт, помимо строительства домов, в ЖК предусмотрены компактные яблоневые сады и сквер. В этом случае ойкодомоним подобран очень удачно, подчеркивая все привилегии ЖК.

Рассмотренные выше два примера показали, что компонент *Park/Парк* в структуре ойкодомонимов чаще используется в первом значении, представленном в словаре Д.Н. Ушакова: «Большой сад, роща с дорожками для гуляния. Французский *Parc*: засаженный зеленью и цветами по определенному архитектурному плану. Английский *Park*: в виде рощи или леса.» (Ушаков, 1940). Однако в процессе анализа названий ЖК выявлен ойкодомоним «*ALA Park*», созданный по аналогии с предыдущими названиями. Выяснено, что этот ЖК построен на месте, где когда-то располагался автобусный парк Алматы. Застройщик использовал не только удобное расположение – самое сердце инфраструктуры города, но и философию этого места: жить там, откуда «запускалась» *Алма-Ата*, откуда рано утром по артериям города начинала протекать активная жизнь южной столицы. (<http://centernov.kz/products/alapark>). В этом случае компонент *Park* имеет смысл «совокупности подвижного состава в той или иной отрасли транспортного хозяйства. Танковый парк, автомобильный парк, (наличные автомобили), вагонный парк, парк самолетов, автобусный парк». (Ушаков, 1940).

В первую тройку трендовых слов в транслитерированных и нетранслитерированных ойкодомонимов входит компонент *City – Сити*. Общее количество употреблений этого компонента – 22 единицы: в нетранслитерированных – 18 раз и 4 раза в транслитерированных названиях. *City – Сити* (амер., англ. сущ.): город, место, где живет много людей, со множеством домов, магазинов, предприятий и т.д. (<https://dictionary.cambridge.org/>). Анализ фактического материала позволил выделить одну общую характеристику ЖК, которые имеют в структуре названий ком-

108 из 253

численность домов, а комплексе, то есть, эти ЖК, действительно, являются «городом в городе». Данный факт подтверждает неслучайность выбора компонента *City/City*. Например, жилой комплекс «*Aspan City*» имеет 11 домов в одном комплексе, «*Alma City*» состоит из 20 домов, «*Шугыла City*» – из более 20 домов, «*Комфорт City*» – 11 домов, в каждом доме по 20 этажей, «*Alatau City*» – 41 домов. Все эти примеры подтверждают корректность и полное соответствие семантики слова *City* с его выбором как структурного компонента в названиях ЖК.

Слово Алатау – Alatau как трендовый компонент в названиях ЖК был использован 12 раз. Алатау (алатоо) (тюрк. – пестрые горы) – горные хребты, на склонах которых участки, покрытые растительностью, чередуются с белыми пятнами снега и каменистыми россыпями. Этот термин составляет название нескольких горных хребтов – Джунгарский Алатау (Семиреченский Алатау) на территории Казахстана и Китая, название горного хребта на северо-западе Тянь Шаня на территории Казахстана и Кыргызстана – Заилийский Алатау (Большая российская энциклопедия, 2002). Алматы расположен у подножия гор Заилийского Алатау, поэтому выбор слова Алатау одним из трендовых компонентов в ойкодомонимах не является случайностью. Ороним Алатау заключает в себе семантику возвышенности за счет второго компонента -тау «гора». В казахской культуре в целом, как и у жителей города Алматы, в частности, слово Алатау (Alatau) – носитель лингвокультурологической информации, является символом чистоты, высоты, гордости, красоты, поскольку ассоциируется с чистым горным воздухом, возвышенностью, отдыхом и красотой природы. Особенности фасада домов ЖК Alatau City раскрывают семантику компонента Alatau: имеет некую пестроту, подразумевающую краски гор, имеет желто-зеленые оттенки, что напоминает растительность в горах. В описании этого ЖК представлена следующая информация: «Жилой комплекс расположен в перспективном строящемся районе города Алматы вблизи пересечения улиц 3-я и Бауыржана Момышулы напротив ледового комплекса «Алматы Арена». Из окон верхних этажей 12-этажного жилого комплекса открывается невероятная панорама алмаатинских гор» (<https://alataucity.kz/>). Ойкодомоним Alatau City единственный из всех ойкодомонимов, с компонентами Алатау/Alatau, в котором этот ком-

понент использован для передачи информации о фасаде ЖК. Выбор этого оронима не случаен. Ойкодомонимы из списка нетранслитерированных названий ЖК с компонентом Alatau – Alatau Golf Residences, Alatau Green Village, Alatau Hills, Alatau Village, объединяет один факт: все они, кроме названия Alatau City, расположены на относительной возвышенности, близко к горам, в предгорьях Алматы.

Компонент *Tower – Тауэр(c)* был использован в девяти случаях. Слово *tower* (англ. суф.) означает «высокое, узкое сооружение, которое либо является частью здания, либо стоит отдельно» (Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus, 2007). В словаре Уэбстера дается следующая дефиниция: большое, великолепное или массивное здание (<https://www.merriam-webster.com/>). Таким образом, компонент *Tower/Тауэр(c)* имеет семантику «роскошь» и является в настоящее время в структуре ойкодомонимов «модным» компонентом, например, *Atameken Tower, Elif Towers, Mega Tower Almaty, Samal Tower, Алматы Тауэрс, Бухар Жырау Тауэрс, Меркур Тауэрс, Тенгиз Тауэрс, Тюркуаз Тауэрс*.

Следующий компонент ойкодомонимов, которому также присуща семантика «роскошь», является слово *Villa/Вилла* (англ. суф.), которое означает «большая впечатляющая резиденция, дворец» (Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus, 2007). Из-за своей привлекательности этот компонент был использован 9 раз, например: *Арман Вилла, Art Villa, Sun Villa, Garden Villa* и т.д.

Ойконим *Almaty/Алматы* в качестве структурного компонента ойкодомонимов был использован 7 раз. *Алматы* – самый крупный город Казахстана, расположенный на юго-востоке Республики Казахстан, в предгорьях Заилийского Алатау. Компонент *Алматы* в следующих ойкодомонимах *Beilgravia Villas Almaty, Hill Town Almaty, Mega Tower Almaty, Алматы Пана, Реал Алматы, Алма-Ата* использован для уточнения географической привязки к ойкониму *Алматы*.

Следующим часто используемым компонентом является слово «*Ак/Ақ/Ак*», оно было использовано в 6 единицах. Этот компонент был использован преимущественно в транслитерированных ойкодомонимах (5 раз), и только единожды в нетранслитерированном ойкодомониме. Слово *ак* в тюркских языках, в том числе и казахском, в казахской культуре содержит кроме цвета «белый» нецветовое значение – «светлый», «чистый», «святой, священный»

(Жанузаков, 2008). Этот компонент имеет исключительно положительную семантику, что является предпочтительным при выборе наименования, особенно, если это связано с местом проживания. При виде ойкодомонимов *Ак Алем*, *Ак Бота*, *Ак Булак Life*, *Ак булак*, *Ак жол – Отау*, вспоминается афоризм «Как корабль назовешь, так он и поплывет», возможно, этим и руководствовались номинаторы при выборе компонента *Ак*, когда создавали эти названия, заложив в них особый смысл, например: *Ак Алем* «светлый мир», *Ак Булак Life* «чистый, светлый ручей жизни», *Ак булак* «чистый источник», *Ак жол – Отау* «чистая/светлая дорога – дом».

Компонент *Terrace/Терасса* использован в структуре шести ойкодомонимов: «Gagarin Terrace», «Galileo Terrace», «Lotos Terrace», «Merey Terrace», «Terrenkur Terrace», «Чешские террасы». Слово *terrace* (анг.) означает «плоская крыша или открытая платформа; относительно ровная асфальтированная или озелененная территория, прилегающая к зданию; крыльцо с колоннадой или набережная» (Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus, 2007). Компонент *Terrace/Терасса* в перечисленных ойкодомонимах носит информативный характер, так

как во всех вышеупомянутых ЖК имеются террасы общего или частного пользования, что является отличительным признаком этих ЖК.

Заключают приведенную выше Таблицу 1 транслитерированные и нетранслитерированные ойкодомонимы с компонентом *Alma/Алма* – 6 единиц: *Alma City*, *ALMA VILLA*, *Alma Village*, *Алма*, *Алма Тау*. Слово *Алма* (тюрк.) означает «яблоко», которое является символом города Алматы, означающего «яблоневый», так как местность на которой расположен город с древних времен изобиловал яблоневыми деревьями. Хотелось бы отметить, что ежегодно в сентябре в Алматы проводится мероприятие, посвященное яблокам. Для горожан и жителей Казахстана это понятие содержит лингвокультурологический смысл и в структуре ойкодомонимов несет только положительное значение.

Трендовые слова в структуре ойкодомонимов, заимствованных из английского языка

В процессе анализа выделена группа трендовых слов в структуре ойкодомонимов, образованных на основе английского языка, имеющих аналоги на одном или более языках. Для их более наглядного представления эти слова включены в таблицу 2.

Таблица 2 – Трендовые слова в структуре ойкодомонимов на английском языке и их аналоги казахском и русском языках

№	На английском языке	Кол-во	На казахском языке	Кол-во	На русском языке	Кол-во	Итого
1	Hill(s) (16) Mountain (3)	19	На кириллице Тау (9) На латинице Tau (3)	12	Гора (прилаг. горный, горная) (2) Холм (1)	3	34
2	House (13) Home (5)	18	Отау	2	Дом (9)	9	29
3	Village (13)	13	На кириллице Ауыл На латинице Aul	2	-	-	15

В Таблице 2 представлены трендовые слова, входящие в структуру ойкодомонимов, образованных на основе английского языка.

Наиболее частотным является слово *Hill(s)*, его синоним – *Mountain(s)* (анг.) означают «гора, горы, горные хребты, горный массив, холмы», входит в состав 34 ойкодомонимов. В ойкодомонимах, созданных на основе английского языка, они были использованы 19 раз: *BlackBerry Hills*, *Bright Hills*, *Diamond Hills*, *Pine Hill*, *River Hills*, *Seven Hills*, *Silver Hills*, *Sun Hills* и др. Слово *Hill(s)* как компонент ойкодомонимов выполняет исключительно функцию объекта, опреде-

ляемого слова, сокомпонентом всегда является определение, прилагательное, например, *Bright Hills* «яркие холмы», *Diamond Hills* «алмазные холмы», *Silver Hills* «серебряные холмы» и др. В ойкодомонимах, образованных на основе казахского языка, этот компонент *tau* – *tau* на кириллице был использован 9 раз, на латинице – 3 раза: *Tau Sani*, *Tau-house*, *NS – Tau*, *Алма Тау*, *Асем Тау (КТ)*, *Аскар Тау*, *Асыл Тау*. В нетранслитерированных названиях с компонентом *tau* имеется гибридное название *Tau-house*, которое создано на основе соединения слова казахского языка *tau* (зора) и слова английского языка *house*

(дом), образуя словосочетание «гора-дом». ЖК с подобным названием строится в Уфе (Башкортостан). Об этом названии на официальной странице сайта уфинского ЖК в контакте дается следующее объяснение: «Дом на высоте» – так можно назвать Tau House. В самом прямом смысле! За высоту отвечают наши архитекторы. Работая над Тау, они вдохновились творениями европейских коллег и воплотили в жизнь принцип «вертикальный город» – разделили общественное и жилое пространство по разным уровням: Общественные пространства «Тау Хауса» находятся на уровне земли. Tau House – на вершине комфорта. И на высоте стиля». В этом тексте обыгрывается замысел авторов ЖК, которую отражает, по их мнению, компонент названия *tau* в значении «высота, вершина». Башкирский язык является языком тюркской группы и башкирское слово *tau*, как и в казахском языке, означает «гора». В Алматы застройщиком ЖК Tau-house является строительная компания Tau House Development (<https://korter.kz/>). В связи с этим ойкодомоним с компонентом *tau* является одноименным, созвучным с названием самой компании и заключает значение «высоты». В транслитерированных ойкодомонимах компонент *tau* выступает, как и в английских версиях, в большинстве случаев, существительным, второй компонент является прилагательным: «*Асем Тау (КГ)*» (каз. Красивая гора), *Аскар Тау* (каз. Величественная гора), *Асыл Тау*» (каз. Благородная гора). Такой интерес номинаторов к оронимам возник в связи с рельефными особенностями города Алматы, который известен своим расположением в высокогорной местности и горы являются «достопримечательностью» Алматы.

Компоненты *home*, синоним *house* (анг.) – дом, в казахском языке – *отай* были использованы 29 раз по прямому назначению, в прямом смысле, т.е. дом – место проживания (Ушаков, 1940).

Особый интерес вызывает компонент *village* (анг.) – «*village* [ˈvɪlɪdʒ] n 1. 1) деревня; село; селение, посёлок, 2) амер. посёлок (городского типа); городок; район с самоуправлением 2. собир. жители села, деревни; вся деревня – commune – сельская община 3. колония (животных). Village of Magnificent Distances – амер. «Необозримая деревня» (шутливое название г. Вашингтона)» (Новый большой англо-русский словарь/ <https://eng-rus.slovaronline.com/>). Этот компонент представлен на английском языке в тринадцати ойкодомонимах: *Adem*

Village, Alatau Green Village, Alatau Village, Alma Village, Athletic village, Aul resort Chalet Village, и в двух ойкодомонимах, образованных на основе казахского языка: «*ауыл/aul*»: *Алтын Ауыл*, аналога на русском языке не обнаружено.

Рассмотрим уникальный по своей структуре и значению ойкодомоним *Aul resort Chalet Village*, который представляет гибридное образование, состоящее из четырех компонентов. В нем обнаруживается сочетание двух компонентов с одним и тем же значением «деревня». Первое слово *Ауыл* в этом ойкодомониме относится к казахскому языку, графически передано на латинице *Aul*. Четвертый компонент в этом ойкодомониме является английским словом *village* в том же значении. Второй компонент *resort* – многозначное слово, одно из значений которого – «курорт – holiday resort- seaside resort- winter sports resort» (Англо-русский строительный словарь, 2007). Третий компонент – слово *chalet* в словаре означает следующее: «*chalet* [ˈʃæleɪ] n фр. 1. шале, сельский домик (в Швейцарии) 2. дача, коттедж в швейцарском стиле 3. эвф. уличная уборная» (Новый большой англо-русский словарь/ <https://eng-rus.slovaronline.com/>). Следовательно, анализ значений каждого компонента, дает возможность предположить, что ойкодомоним состоит из казахского, английского и французского слов *aul + resort + chalet + village* в значении: аул + курорт + коттедж + деревня, в общем смысле ойкодомоним дает представление о том, что название ЖК воплощает замысел застройщиков: «Коттеджный городок «Aul Resort Chalet Village» позиционируется как загородное жилье для отдыха и расположен в уникальной рекреационной зоне, в экологическом чистом и тихом районе, с открывающимся панорамным видом на горные пейзажи. Двухэтажные дома исполнены в едином европейском стиле «Шале» (<https://krisha.kz/>). Кроме того, в описании этого городка дается одна из характеристик «Проведение досуга на льготных условиях (дисконт) на территории зоны отдыха «Aul Resort», т.е. недалеко от этого коттеджного городка находится зона отдыха с названием «Aul Resort». Ойкодомоним *Aul resort Chalet Village* является ярким свидетельством функционирования полиязычия в Казахстане и передает значение курортного коттеджного поселка в стиле шале.

Не менее интересный по своему значению ойкодомоним «*Athletic village*». Этот ЖК был построен по случаю проведения масштабного международного мероприятия «Зимняя Универ-

111 из 253

всемирные международные спортивные соревнования, прошедшие в городе Алматы с 29 января по 8 февраля 2017 года. ЖК *Athletic village* (англ.) – *Атлетическая деревня*, изначально была в пользовании спортсменов, приехавших на соревнования, после завершения игр дома ЖК были проданы в частные руки. Однако название закрепилось за ним и функционирует по настоящее время.

Все жилые комплексы, в названиях которых имеется компонент *Village*, объединяет то, что все они не являются многоэтажными, многоквартирными или находятся в сельской местности недалеко от города Алматы. Этот факт свидетельствует об информативности компонента *Village* – Ауыл в структуре ойкодомонимов, в которые он входит.

В списке трендовых компонентов имеется такое компонент, который по своей характеристике не может быть представлен ни в одной из вышеперечисленных классификаций – это слово *Алтын*, которое было использовано для образования шести ойкодомонимов. *Алтын* в тюркских, в частности, в казахском языках означает «золото, золотой». Для него присуща семантика «благополучия, изобилия, состоятельности». В казахском языке существует множество метафор с компонентом *алтын*. Например, *Алтын ұя* – отчий дом, благословенный дом; *Алтын ұстаз* – золотой учитель. В русском языке также часто используется метафора *золотые руки* – талантливый, мастер на все руки. Метафорическое значение этого слова дает возможность судить о том, что ойкодомонимы *Алтын Ауыл*, *Алтын Булак*, *Алтын Есик*, *Алтын Заман*, *Алтын Орда*, *Алтын Сити* имеют исключительно положительную семантику, которая может привлечь внимание покупателей.

На это и рассчитывают номинаторы.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что самым значимым для тех, кто создает названия, в нашем случае, это названия жилищного комплекса, является оригинальность, запоминаемость. Изучение трендовых слов, образующих ойкодомонимы, дает возможность доказать, что они принадлежат к особому разряду имен собственных, поскольку не только называют, но и идентифицируют, а также дифференцируют определенный жилой комплекс в ряду ему подобных. Все названия отличаются оригинальностью и за счет дополнительных компонентов, которые, в основном, отражают стиль архитектуры ЖК, имеют положительную семантику, апеллируют к знаниям адресантов, потенциальных покупателей, звучные, отражают культурную семантику.

Заключение

Новизна исследования названий объектов недвижимости, заключается в том, что эти онимы еще малоизучены. Однако они представляют научный интерес, что сопряжено с тем, что новые ойкодомонимы будут активно использоваться в узусе. Нами были собран и проанализирован список наиболее часто употребляемых слов в составе ойкодомонимов. Также, мы обратили внимание на семантику ойкодомонимов в составе, которых использованы трендовые слова.

Урбанонимия – более подвижная система, которая реагирует на политические, социальные изменения, отражая тенденции исторического развития. В отличие от других видов урбанонимов названия жилых комплексов отражают реальный процесс изменения облика города, появление объектов нового типа в городском пространстве.

Литература

- Разумов Р.В. Активные процессы в социальной и массовой коммуникации: коллективная монография. – Ярославль: ЯГПУ, 2014. – 290–307с.
- Мадиева Г.Б. Имя собственное в контексте познания. – Алматы: Қазақ Университеті, 2019.
- Подольская Н. В. Названия зданий – часть городской культуры. – М.: Наука, 1993. – 134–140 с.
- Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Наука, 1988. – 88 с.
- Разумов Р. В. Ойкодомонимы как разновидность городских онимов. – Киев., 2015. – 115–123 с.
- Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. – М.: Наука, 1978. – 154 с.
- 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. – С. 111–116.
- Balkanski T., Tsankov K. Entsiklopediya na blgarskata onomastika. Veliko Trnovo. - S., 2016. – 208 p.
- Nakayama T.K, Martin J.N. Intercultural Communication in Contexts (2nd ed.). Mayfield, Mountain View, CA. 2000. <https://dictionary.cambridge.org/>
- Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. – М., 1940.

- <https://www.merriam-webster.com/>
Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. Cambridge Scholars Publishing, 2007.
Подольская Н. В. Имена внутри и около города. – М: Наука, 1989. – 69-70 с.
Koopman A. Names of Dwellings. A. Koopman. The Oxford Handbook of Names and Naming. – Oxford: Oxford Univ. Press., 2016. – 636-644 pp.
<https://eng-rus.slovaronline.com/>
Корчемкина С.Н., Кашкина С.К., Курбатова С.В. Англо-русский строительный словарь. – М.: Русский Язык.
<https://korter.kz/>
Абдусаматов Х.Ш., Сурков А.А. Краткая литературная энциклопедия. – М., 1966. – 776 с.
Madiyeva G.B., Aliakbarova A.T. On Some Current Trends in Kazakh Anthroponymy. Voprosy onomastiki, Vol. 17, Issue 2. – 2020. – 312–322 pp.
<https://krisha.kz/>
Разумов Р. В. Горяев С. О., Названия жилых комплексов: между урбанонимами и рекламными именами. Научный диалог. – № 9. – 2018. 76-97 с.
Paul L., Skipper L., Skipper J., Toward a Theory of Nicknames: A Case for Socio-Onomastics, Names. New York. 1990. – 273-282 pp.
Федотовских Т. Г. Роль нейминга городских объектов в поликультурном развитии современного общества. Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 15. – 99-103 с.
Hammersley M., Atkinson P. Ethnography Principles in Practice. London & New York: Routledge., 1989.

References

- Abdusamatov Kh.Sh., Surkov A.A. (1966). Kratkaya literaturnaya e'nciklopediya. Moscow: Nauka. 776p. (in Russian)
Balkanski T., Tsankov K. (2016). Entsiklopediya na blgarskata onomastika. Veliko Trnovo. 208p. (in Bulgarian, in Russian, in English)
Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. Cambridge Scholars Publishing. (2007). (in English)
Fedotovskikh T. G. (2015). Rol' nejminga gorodskikh ob'ektov v polikul'turnom razvitii sovremennogo obshchestva. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. # 15. 99-103pp. (in Russian)
Hammersley M., Atkinson P. (1989). Ethnography Principles in Practice. London & New York: Routledge. (in English)
Novosibdom [Electronic resource] : Accessed: <http://novosibdom.ru/residential-complex-what-is-it>.
Slovaronline [Electronic resource] : Accessed: <https://eng-rus.slovaronline.com/>
Korter [Electronic resource] : Accessed: <https://korter.kz/>
Krisha [Electronic resource] : Accessed: <https://krisha.kz/>
Merriam Webster [Electronic resource] : Accessed: <https://www.merriam-webster.com/>
Dictionary Cambridge [Electronic resource] : Accessed: <https://dictionary.cambridge.org/>
Koopman A. Names of Dwellings. A. Koopman. (2016). The Oxford Handbook of Names and Naming. Oxford: Oxford Univ. Press. 636-644pp. (in English)
Korchemkina S.N., Kashkina S.K., Kurbatova S.V. (1995). Anglo-russkij stroitelnyj slovar. Moscow: Russkii Yazyk. (in Russian)
Madiyeva G.B. (2019). Imya sobstvennoe v kontekste poznaniya. Almaty: Kazak Universiteti. (in Russian)
Madiyeva G., Kabytayeva A. (2020). Onomasticheskaya identichnost' kak marker sokhraneniya natsionalnoi identichnosti v ramkakh programmy «Rukhani zhangyru». Vestnik KazNPU im. Abaya, Seriya «Filologicheskie nauki». #4(74), 2020. 111-116 pp. (in Russian)
Madiyeva G.B., Aliakbarova A.T. (2020). On Some Current Trends in Kazakh Anthroponymy. Voprosy onomastiki, Vol. 17, Issue 2. 2020. 312–322 pp. (in English)
Nakayama T.K., Martin J.N. (2020). Intercultural Communication in Contexts (2nd ed.). Mayfield, Mountain View, CA. (in English)
Podolskaya N.V. (1978). Slovar' russkoj onomasticheskoy terminologii. Moscow: Nauka. 154 p. (in Russian)
Podolskaya N.V. (1988). Slovar' russkoj onomasticheskoy terminologii. 2-e izd., pererab. i dop. Moscow: Nauka. 88 p. (in Russian)
Podolskaya N. V. (1989). Imena vnutri i okolo goroda. Moscow: Nauka, 69-70 pp. (in Russian)
Podolskaya N. V. (1993). Nazvaniya zdaniy – chast' gorodskoy kul'tury'. Moscow: Nauka. 134-140 pp. (in Russian)
Paul L., Skipper L., Skipper J. (1990). Toward a Theory of Nicknames: A Case for Socio-Onomastics, Names. New York. 273-282 pp. (in English)
Razumov R.V. (2014). Aktivnye protsessy v sotsialnoj i massovoj kommunikaczii: kollektivnaya monografiya. Yaroslavl': YaGPU. 290–307 pp. (in Russian)
Razumov R. V. (2015). Oj kodomonimy kak raznovidnost gorodskikh onimov. Kiev. 115-123 pp. (in Russian)
Razumov R. V. Goryaev S. O. (2018). Nazvaniya zhilykh kompleksov: mezhdru urbanonimami i reklamnymi imenami. Nauchnyj dialog. # 9. 76-97 pp. (in Russian)
Ushakov D.N. (1940). Tolkovyj slovar russkogo yazyka. Moscow: Nauka. (in Russian)
Zhanuzakov T. (2008). Vashe imya? [Kazakhsko-russkij slovar]. Almaty: Ana-tili. (in Russian, in Kazakh)