Л. Р. Замалетдинова

Российский университет дружбы народов

Поликодовые урбанонимы Санкт-Петербурга

В современных урбанонимах находит отражение поликультурный характер русских городов, что вынуждает номинатора искать баланс между универсальными и национальными компонентами значения имени. Национально-культурные компоненты актуализируются в нейминге при помощи топонимов, экзотизмов, национальных имен, прецедентных феноменов.

Важную роль в коммерческих урбанонимах выполняют невербальные средства (латинская графика, графогибридизация, капитализация), обеспечивающие в процессе коммуникации реализацию всех принципов номинации (информативный, топографический, ассоциативно-информативный, ассоциативно-концептуальный, эстетический, развлекательный) во взаимодействии с вербальными средствами. Массовый характер латиницы в сфере городской номинации обусловлен большим количеством заимствованной лексики и коммуникативной стратегией *повышение статуса*.

Своеобразие ономастического ландшафта Санкт-Петербурга обусловлено позиционированием города как культурной столицы России, «окна в Европу». Для сферы коммерческой номинации Санкт-Петербурга характерно широкое использование лингвокреативных средств, ориентированных на более высокий уровень общей речевой культуры реципиента (*Pro Koфiй, Идиотъ, Ф. М. Достоевскiй*), а также высокий процент иноязычных или инографических названий (*Garçon, Katusha, La perla, Van der Wafel, Volga-Volga*), что объясняется большим количеством туристов, с одной стороны, и попыткой номинаторов акцентировать европейский характер города – с другой.