

О. Є. Афанасьєв, к.геогр.н., доц.

Дніпропетровський національний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОПОНІМІЧНОЇ АТРАКТИВНОСТІ ТЕРИТОРІЇ МІСТА

У кожної окремої людини формуються власні розумові географічні уявлення про ту чи іншу територію. Як вказують М.М. Голубчик та С.П. Євдокимів [5], образ певної території, країни складається внаслідок доволі складного процесу синтезу, сприйняття різних об'єктів і систем – ландшафтів, типів місцевості, господарства, населення і населених пунктів. Додамо, що цей образ практично неможливо сформувати без географічних назв – *топонімів*, які формують суцільний шар, який «вкриває» будь-який простір. Цілком логічно стверджувати, що *сформований цілісний топонімічний образ території* – одна з основних складових географічної культури, якою в певній мірі обов'язково повинна володіти будь-яка людина сучасного глобалізованого світу.

В системі географічних наук топоніміка – наука про власні назви географічних об'єктів – займає наскрізне положення, охоплює усі сфери географічних досліджень, стає їхньою невід'ємною частиною, адже географічні дисципліни просто неможливо уявити без наявності в них географічних назв. Особливо багато важить топоніміка для таких дисциплін, як історична географія, топографія, фізична, економічна та соціальна географія, картографія та інші [6].

Топоніміка займає прикордонне положення між географією, історією та мовознавством, а отже, використовує методи історичних, географічних і лінгвістичних досліджень. Одним із провідних підходів при вивченні топонімів є стратиграфічний підхід, який передбачає вивчення послідовності нашарувань і визначення відносного віку географічних назв. Лінгвістичний підхід до вивчення топонімів передбачає виявлення і відображення в них народної лексичної термінології, різних діалектів, дослідження їхньої етимології (походження), морфології та ін. [7].

В останні десятиліття топоніміка почала активно інтегруватись і з іншими науками. Все більшої актуальності набуває проблема «людина і мова», оскільки стає очевидним, що адекватне дослідження мови можливе лише за умови виходу за її «межі», при зверненні до людини – творця та споживача мови. Оскільки людська думка охоплює всі сторони буття, для людини немає меж в осягненні світу, людина прагне не лише побачити життя, а й пізнати його. Власні назви є одним із активних елементів, що визначають систему знань про світ та беруть участь у формуванні світогляду людини [2, 8].

На сучасному етапі перед топонімічною наукою відкриваються додаткові перспективи завдяки зверненню до когнітивних (ментальних) аспектів мови, розвиток яких зближує інтереси представників різних наук – лінгвістів, психологів, географів. Свідченням цього є поява нових напрямків в цих дисциплінах: когнітивної психології (психології пізнання) та, особливо, когнітивної географії – науки, що розглядає територію, в першу чергу, як ментальне явище, що дозволяє зробити наголос на образі території (сукупності яскравих, характерних знаків, символів, ключових уявлень про дану територію)

у свідомості людей [8, 9]. А оскільки топоніми є однією з найбільш ранніх форм відображення географічної дійсності у свідомості людини, що виникли в першу чергу заради орієнтування в широкому сенсі цього слова, то цілком доцільно говорити про топоніміку як про один із напрямів у когнітивній географії [1].

Актуальність когнітивно-топонімічної тематики досліджень теми полягає в тому, що ґрунтовних досліджень з цього приводу проведено вкрай мало.

Взагалі, ключовим аспектом когнітивного аналізу в топоніміці є те, як топоніми існують в свідомості людей. Зважаючи на це, доцільно говорити про топонімічний образ території як складову її географічного образу (тобто сукупності ключових уявлень про неї). Ключовою характеристикою при дослідженні топонімічного образу території є саме її топонімічна атрактивність, що дозволяє визначити ступінь привабливості топонімів регіону для його мешканців.

Якщо структурний аналіз був орієнтований насамперед на виявлення взаємовідносин всередині топонімічної системи, то когнітивний (ментальний) підхід звертається до мовної свідомості носіїв мови. Дослідження топонімічного матеріалу з ментальної точки зору передбачає вивчення ряду питань, пов'язаних із сучасним функціонуванням назв та їх роллю у спілкуванні людей, із сприйняттям імені, при цьому за рамками вивчення залишаються проблеми історії та етимології назв. Для використання назви сприйняття етимологічних відповідностей не актуальне, актуальним є питання про те, який зміст реально сприймається членами даного колективу. Таким чином, реальною перспективою усіх топонімічних досліджень є інтегративний опис як структурних, так і когнітивних аспектів топонімічної системи [4].

Географічний образ будь-якої території, зокрема міської, виникає та конструюється в результаті перетину та взаємодії різноманітних географічних понять з культурологічними, історичними, політичними, економічними поняттями. Оскільки дана робота присвячена топонімічним дослідженням міської території, варто більш детально зупинитись на топонімічному образі міста, який в свою чергу має декілька складових: ландшафтно-відрізняючу, соціально-функціональну та соціально-символічну.

Ландшафтно-відрізняюча складова спирається на встановлення зв'язку між топонімом та характеристикою простору, в якому він знаходиться. Тобто характеристика ландшафту, чи певних його особливостей реалізується як наголос на індивідуальних властивостях топоніму (наприклад, вулиця Берегова). Взагалі відбиття фізико-географічних особливостей території в географічних назвах – характерніша риса нашого часу. І хоча це більш значуще для маркування природного простору, ніж для штучного ландшафту міста, тим не менш цілком звичайна присутність серед урботопонімів імен, що пояснюють природні фізичні властивості ландшафту.

Однак більш важливою для міста як утворення, що відноситься до особливого типу соціальної культури, є соціально-функціональна складова топонімічного образу, що зумовлена зв'язками з соціальною інфраструктурою міста, його виробничою, економічною, адміністративною, господарсько-

побутовою діяльністю. Ця складова передбачає інтерпретацію простору у зв'язку з подіями поточної комунікації та направляє сприйняття місць та зон як таких, що мають фіксовану соціальну функцію. Важливими елементами семантики урботопонімів в цьому випадку є ті, що співвідносяться з традиційними характеристиками, що вкоренилися в суспільній свідомості у вигляді стійких уявлень про місце як простір людської активності. Таким чином, орієнтація стає головною та спільною функцією для урботопонімів, що реалізують ландшафтно-відрізняючу та соціально-функціональну складові, з тією різницею, що у першому випадку акцентуються фізичні властивості ландшафту, а в другому – його соціальні характеристики.

Однак інтерпретація просторових об'єктів з точки зору їхньої практичної цінності не вичерпує їх можливих значень. Інший ракурс осмислення простору передбачає тлумачення його крізь призму діючої релігії, ідеології, естетики, моралі, моди. В багатьох випадках не менш, а то й більш суттєвим виявляється існування урботопоніма в якості соціального символу, втягнутого в коло уявлень, вироблених тою чи іншою формою масової свідомості. Так, наприклад, присвоєння вулиці імені на честь якоїсь реальної особи стає символом шанобливого ставлення, вираженого у відповідності з діючими соціальними оцінками та етичними нормами. Таким чином соціально-символічна складова перетворює урботопонім в символ подвійного значення: його первинна семантика ускладнюється новим значенням – свого роду висловлюванням, що стверджує які-небудь пріоритети соціальної свідомості.

Всі три складові топонімічного образу можуть частково перетинатись і не стільки конкурують, скільки доповнюють одна одну в якості певних стійких формул, що дозволяють розрізняти різні концепції сприйняття простору. Основні з них такі: простір постає як предметна реальність, що формує образ знайомого ландшафтного, в тому числі архітектурного середовища; як місця та зони поточної діяльності, що диктують стереотипи поведінки; як тим чи іншим чином організовані форми, що направляють інтерпретацію в область ідеологічних, естетичних, пізнавальних та інших уявлень.

Отже, топонімічний образ міської території має кілька складових та може бути як позитивним, так і негативним. Для визначення ступеня топонімічної привабливості території міста, в першу чергу для його мешканців, пропонується ввести нове поняття – топонімічна атрактивність. Взагалі термін атрактивність, який походить від латинського слова *attrahere* та означає «привабливий», «приваблювати», використовується в рекреаційній географії та означає привабливість, природній стан практично будь-якого природного місця поклоніння, сукупність топологічних, функціональних та естетичних властивостей місцевості, що визначають її рекреаційний потенціал. Причому для даного дослідження пріоритетними вважатимуться саме естетичні властивості, визначальним фактором яких є виникнення позитивних емоцій.

Таким чином, топонімічна атрактивність території міста – це характеристика, що визначає ступінь привабливості міської топонімії. Вона є ключовою у визначенні топонімічного образу міста.

Першим етапом в дослідженні топонімічної атрактивності території певного міста є створення бази даних його урботопонімів, адже визначення пропонованого показника неможливе без повного реєстру урботопонімів.

Наступним етапом є визначення ставлення місцевого населення до оточуючих його топонімів, з'ясування ступеню обізнаності городян із образно-знаковою сутністю урботопонімів. Для цього пропонується застосовувати класичні методи соціологічного опитування – інтерв'ювання або анкетування.

На третьому етапі відбувається детальний аналіз результатів опитування й виділення категорій й груп урботопонімів, які викликають різні типи емоцій й почуттів респондентів.

Так, наприклад, проведене опитування близько 300 мешканців м. Дніпропетровська дозволило отримати наступні дані.

Результати опитування показали, що більше половини топонімів міста мають середній ступінь атрактивності – 50,7% від загальної кількості топонімів. До числа цих топонімів входять ті, що пов'язані з особливостями об'єкту, більшість топонімів, що вказують на розташування відносно інших об'єктів, близько половини перенесених назв, топонімів, утворених від імен, прізвищ людей, частина топонімів, утворених від назв професій та виробництв, топоніми, пов'язані з особливостями виникнення поселень.

Високий ступінь атрактивності мають 28,9% топонімів Дніпропетровська. До таких відносяться: топоніми релігійного та культового походження, фітотопоніми (утворені від назв рослин), зоотопоніми (утворені від назв тварин), етніми, пов'язані з назвами народів, меморіальні топоніми, пов'язані з історичними подіями, зокрема з подіями Великої Вітчизняної війни, а також частина антропонімів, зокрема тих, що походять від прізвищ видатних письменників, поетів, представників інших видів мистецтва, науковців (в рівній мірі стосується як вітчизняних, так і світових діячів), інших відомих людей, що народились у Дніпропетровську, або зробили значний внесок у розвиток міста.

Низьким ступенем топонімічної атрактивності відрізняються меморіально-кон'юнктурні топоніми, пов'язані з перейменуваннями в радянський період, «неблагозвучні» топоніми, утворені від назв професій та виробництв, а також частина антропонімів (переважно утворених від прізвищ політичних діячів радянського періоду) – загалом 20,4% від загальної кількості топонімів Дніпропетровська

В цілому топонімічна атрактивність міста Дніпропетровська тримається на середньому рівні. Значно покращити його можуть перейменування в першу чергу неблагозвучних назв, пов'язаних з виробництвом та подіями радянського періоду. Також важливою є виважена позиція при присвоєнні назв новим вулицям, коли окрім серйозного наукового дослідження обов'язково має бути врахована думка громадськості.

Важливість та актуальність тематики дослідження підтверджується великим інтересом, який викликало соціологічне опитування. Результати когнітивно-топонімічних досліджень можуть бути використані в різних сферах діяльності, зокрема у навчально-виховному процесі, туристичній справі або як рекомендації до міських рад з приводу перейменувань вулиць міст.

Перелік посилань:

1. Березович Е.Л. К построению комплексной модели топонимической семантики // Известия Уральского Государственного Университета. – 2001. – №20.
2. Голев Н.Д. Единство онтологического и ментального бытия топонимической системы (к проблеме когнитивной топонимики). – Барнаул, 2002.
3. Голомидова М.В. Образ пространства и пространственные образы в названиях старого Екатеринбурга // Известия Уральского Государственного Университета. – 2001. – №20.
4. Дмитриева Л.М. Онтологическое и ментальное бытие топонимической системы (на материале русской топонимики Алтая). – Барнаул, 2002.
5. Голубчик М.М. География: учебник для экологов и природопользователей / М.М. Голубчик, С.П. Евдокимов. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 304 с.
6. Жучкевич В.А. Общая топонимика: Уч. пособие. – Минск: Высшая школа, 1980. – 288 с.
7. Зеленська Л.І Топонімія Дніпропетровської області: Навч. посіб. – Дніпропетровськ: РВВ ДНУ, 2001. – 56 с.
8. Керт Г.М. Топонимия в современном мире // Известия Уральского государственного университета. – 2001. – №20.
9. Орлова Е.О. Картины мира в названиях новгородских улиц. – Великий Новгород: НоГУ им. Ярослава Мудрого, 2002. – 76 с.

НАДРУКОВАНО:

Афанасьєв О.Є. **Концептуальні засади дослідження топонімічної атрактивності території міста** // Природно-територіальні та суспільно-географічні комплекси регіонів: історія формування, стан, проблеми, перспективи: Матеріали Всеукр. наук.-прак. конф., присв. 70-річчю від часу утворення Луганської області. – Луганськ: Альма-матер, 2008. – С. 74–76.