

Пупышева Евгения Леонидовна

ТАБАКОНИМЫ И АЛКОНИМЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ: СЕМАНТИЧЕСКАЯ И СТРУКТУРНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Статья посвящена комплексному описанию алконимов и табаконимов как малоисследованного сегмента ономастического пространства. В работе подвергаются анализу семантический и структурно-прагматический аспекты репрезентации алконимов и табаконимов в современном русском языке. Внимание автора сфокусировано на явлении прецедентности, характерном для основной части анализируемых прагматонимов.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/6-2/42.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 6 (48): в 2-х ч. Ч. II. С. 139-142. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/6-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

При составлении аннотации последовательность изложения материала должна точно соответствовать структуре данного вторичного документа: содержать предметную рубрику, которая называет область или раздел знаний аннотируемого источника. Далее называется тема аннотации и дается сжатая характеристика материала. В заключении указываются выходные данные источника.

Исследуемые вопросы позволяют заключить, что реферирование и аннотирование научно-технического текста – это полезные методы обучения, которые гармонически связаны со всем комплексом обучения студентов иностранному языку в техническом вузе. Конкретизация методики их обучения необходима для научной обработки информации, решений некоторых задач перевода, а также для предупреждения многих трудностей при свертывании протяженного отрывка научно-технического текста.

В заключение отметим, что для эффективного обучения реферированию и аннотированию научного текста, требуются дальнейшие теоретические и практические решения, в частности, описания типичных моделей отдельных жанров вторичных документов, установление границ их лексического наполнения, а также методической разработки последовательной системы заданий по свертыванию информации текста-источника (техника реферирования), по презентации и закреплению этих моделей с учетом наиболее трудных для усвоения случаев, специфических для каждого отдельного иностранного языка.

Список литературы

1. **Фролова Н. А.** Реферирование и аннотирование текстов по специальности (на материале немецкого языка): учебное пособие. Волгоград: ВолгГТУ, 2006. 83 с.
2. **Фролова Н. А., Алещанова И. В.** Обучение реферированию и аннотированию профессиональной литературы на иностранном языке в комплексной подготовке специалиста [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. 2007. № 5. С. 67-71. URL: www.science-education.ru/18-549 (дата обращения: 24.03.2015).

TOPICAL ISSUES OF REVIEWING AND SUMMARIZING SCIENTIFIC AND TECHNICAL LITERATURE AT THE NON-LINGUISTIC HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENT

Prozorova Natal'ya Gennadievna, Ph. D. in Pedagogy
Kuban State Technological University
proza75@mail.ru

The article touches on the theoretical and methodological issues of teaching reviewing and summarizing scientific and technical literature to senior undergraduates at the non-linguistic higher education establishment. The author characterizes the existing techniques of reviewing and summarizing, generalizes the types of tasks aimed to form necessary skills and abilities while reviewing, introduces the methods of the compression of the original source.

Key words and phrases: reviewing; summarizing; compression; teaching foreign languages; scientific and technical literature.

УДК 81'373.2

Филологические науки

Статья посвящена комплексному описанию алконимов и табаконимов как малоисследованного сегмента ономастического пространства. В работе подвергаются анализу семантический и структурно-прагматический аспекты репрезентации алконимов и табаконимов в современном русском языке. Внимание автора сфокусировано на явлении прецедентности, характерном для основной части анализируемых прагматонимов.

Ключевые слова и фразы: ономастика; оним; ономастическое пространство; прагматоним; алконим; табаконим.

Пупышева Евгения Леонидовна, к. пед. н., доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет
evpuryшева@yandex.ru

ТАБАКОНИМЫ И АЛКОНИМЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ: СЕМАНТИЧЕСКАЯ И СТРУКТУРНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА®

Переход к новой научной парадигме в лингвистике на рубеже XX-XXI вв. выдвинул в качестве одной из первоочередных задач всестороннее исследование языковых единиц во всем многообразии, в том числе ономастической лексики, которая является объектом постоянного внимания исследователей (А. В. Суперанская [6], Н. В. Подольская [3] и др.). В настоящее время освещены многие направления ономастики, в частности репрезентация онимов в дискурсе писателей (Е. Ю. Рубцова [4], Д. А. Салимова, В. Ю. Павлова [5], О. И. Фоякова [9] и др.) и их лингвокультурологическая составляющая как маркеров интертекстуальности (Г. А. Ахметжанова, Б. Ш. Баймусаева, Ниетбайтеги [1], Д. М. Токмашев [8] и др.).

Особый интерес у исследователей вызывает такое направление, как прагматонимика. Несмотря на продолжительные споры вокруг прагматонима как ономастической единицы, следует отметить, что интерес к этому классу онимов возрастает в связи с появлением новых наименований в сфере услуг и ориентированностью современного общества на выбор того или иного товара.

Объектом нашего исследования являются табаконимы и алконимы как периферийное поле современного прагматонимического пространства русской ономастики.

Цель нашей статьи заключается в комплексном описании семантико-прагматических аспектов репрезентации табаконимов и алконимов в современном русском языке.

Е. А. Тихонова, отмечая, что понятие алконим впервые употребляется в исследовании М. Ю. Тимофеева, считает его введение вполне обоснованным, так как оно является именем собственным вторичной номинации [7]. Правомерным подобное замечание можно считать и в отношении табаконима. Под *табаконимами* (от англ. *tobacco* «табак» + греч. *онима* «имя») мы понимаем наименования табачных изделий, занимающих промежуточное положение между именами собственными и апеллятивами, составляющими особую группу, которая находится на периферии прагматонимического пространства.

Методом сплошной выборки на основе анализа продаваемой продукции на территории Республики Татарстан мы выявили 60 табаконимов и 219 алконимов, распределив их по тематическим группам и подсчитав процентное соотношение в зависимости от количества анализируемых табаконимов и алконимов в каждой тематической группе: 1) названия-антропонимы – 17 табаконимов (28,33%): *Петр I, Muratti, Kent* и 62 алконима (28,31%): *Путинка, Шишкин хутор, Суворов, Калашиников*; 2) названия-топонимы, в состав которых входят и макротопонимы – 17 табаконимов (28,33%): *Золотое кольцо, Bond Street, Pall Mall* и 80 алконимов (36,53%): *Татарстан, Старая Казань, Серебряная гора, Талка, Усадская хлебная, Голубое озеро, Гжелка, Белый Ключ*; 3) названия, имеющие положительную эмоциональную окраску – 10 табаконимов (16,66%): *Parlament, Kiss* и 50 алконимов (22,83%): *Добрые времена, Ваше застолье, Приятельская, Юбилейная, Ваш праздник, Ваш Выбор*; 4) названия-отсылки к социальному статусу, профессии, званию – 3 табаконима (5%): *Boss, Lady* и 14 алконимов (6,39%): *Граф Яблонский, Губернаторская*; 5) названия-хрононимы – 2 табаконима (3,33%): *1812, 21 век* и 2 алконима (0,91%): *Тысячелетие Казани, 21 век*.

Следует заметить, что ряд выделенных нами тематических групп характерен только для табаконимов и представлен 1-2 примерами: название-зооним – *Camel*; название-карабоним – *Союз-Аполлон*; название-теоним – *Zevs*; названия-мифонимы – *Золотое руно, Captain Black*; названия по параметрам вкуса и качества – 4 примера: *Онтура, Classic, Maxim, More*; название-явление природы – *Springwater*. Следующие тематические группы характерны только для водочной продукции: названия-фитонимы – 10 примеров из 219 анализируемых алконимов (4,57%): *Царь Кедр, Белая береза* и название-космоним *Млечный Путь*.

Для водочной продукции в отличие от табачной характерно появление все новых наименований (*Огурцы, Любовь и голуби, Bazar Вокзал*).

Как мы видим, большую группу составляют табаконимы и алконимы, представляющие антропонимы: 28,33% и 28,31% соответственно. В наименовании данной группы проявляется следующая закономерность: табачные изделия получили свое название в честь основателей компании, магазина по производству и продаже сигарет и папирос. Так, *Dunhill* – марка сигарет названа в честь Альфреда Данхилла – основателя династии предпринимателей, открывшего свой табачный магазин в 1907 г. [11]. Сигареты *Asmoloff* – в честь В. И. Асмолова – основателя ростовской табачной фабрики [12].

Обращает на себя внимание тот факт, что большинство алконимов – это своего рода прецедентные наименования, так как они служат своеобразным индикатором этнической принадлежности (*Русская, Украинка*), устойчивым стереотипом понимания водки как национального русского продукта не только в сознании отечественного, но и западного покупателя. Подобные названия несут в себе качества, функции, характеристики, проецируемые на товар (*Петр I, Суворов, Барон Врангель*).

Например, название сигарет и водки *Тройка* – своеобразная аллюзия на стихотворение А. С. Пушкина «Зимняя дорога» [2]:

По дороге зимней, скучной
Тройка борзая бежит,
Колокольчик однозвучный
Утомительно гремит.

Креолизованный текст оформления пачки сигарет [14] и бутылки водки [15] выполнен в национальном русском стиле. На них изображена тройка лошадей, которые у многих ассоциируются с исконно русскими традициями и культурой.

Многие названия табачных и водочных изделий представляют собой топоним – 23,3% и 36,53% соответственно, который указывает либо на место производства изделия (город, район, штат, графство и т.д.), либо на внутригородской объект (улица, площадь, театр, музей и т.д.). Так, *Беломорканал* – марка папирос эпохи СССР, их выпуск был приурочен к открытию Беломорско-Балтийского канала в 1933 г. Папиросы, названные в его честь, послужили отражением символа могущества Советской империи [13].

Сигареты *Sobranie*, изготавливаемые первоначально вручную, – один из самых известных сигаретных брендов во всем мире, были созданы в 1879 г. Своё название они получили в честь аристократического русского клуба – Российского благородного собрания, который имеет своё представительство в лондонском районе Сент-Джемс [16].

Крупнейшая компания *Nemiroff*, в свое время созданная на базе ликеро-водочного завода, расположенного в городе Немирове Винницкой области Украины, дала одноименное название водке *Nemiroff*.

Алконимы третьей группы (*Застолье, Добрые времена, Ваш праздник, Праздничная, Приятельская*) отражают определенную модель поведения русского человека, его ментальные приоритеты и стереотипы: застолье, душевная беседа, встреча с друзьями, хорошее настроение.

Историческое прошлое, ностальгия по сильной державной России проявляется в таких названиях: *Царская чарка, Монарх, Царь, Царская охота, Царь всея Руси, Русь Матушка, Российская корона*.

Реалии современной жизни отражаются в таких наименованиях: *Олигарх, Путинка, Жириновский*.

Региональный компонент, представляющий своеобразный бренд республики, представлен продукцией Татспиртпрома: *Старая Казань, Тысячелетие Казани*. Подобная тенденция нашла отражение и у производителей других компаний: *Старая Москва, Московская особая, Тверь, Уфимская, Белебеевская, Алтай*.

Для табаконимов и алконимов характерны немногочисленные омонимичные названия: *Parlament, Босс, 21 век*. Подобное совпадение можно объяснить как рекламным ходом производителя, так и определенными ожиданиями потребителя, в сознании которого подобные названия ассоциируются с семей *современный*.

В ряде случаев в основе наименований табачных изделий может лежать легенда, исторический факт. Так, согласно легенде Р. А. Паттерсон купил табачную фабрику, изрядно пострадавшую в результате пожара, который, в свою очередь, стал результатом забастовки/стачки (Strike). Прижимистый новый хозяин не выкинул подгоревший табак, а подмешал его к обычному, неожиданно получив новый вкус. Название для смеси было придумано двусмысленное – *lucky strike*, обычно переводимое как «неожиданная удача», может означать и «удачная забастовка» [10].

В графическом оформлении основная часть из 60 анализируемых табаконимов представлена латинским написанием – 45 наименований, что составляет 75% (*West, Parlament, Alliance, PallMall, Marlboro, Viceroy, Richmond* и т.д.), а 25% (15 наименований) – кириллическим (*Балканская звезда, Беломорканал, Золотое кольцо, Арктика, Тройка*). У алконимов в основном наблюдается кириллическое написание (180 наименований), что составляет 82,2%, хотя можно отметить одновременное употребление как кириллицы, так и латиницы: *Столичная (Stolichnaya), ВОСТОК (VOSTOK), Ledoff, Nemiroff*.

В ряде случаев при создании наименований применяются элементы языковой игры, например палиндром (водка *Akdov*). Такое написание объясняется тем, что российские компании стремятся расширить рынок сбыта, ориентируясь на западного потребителя.

В структурном отношении табаконимы и алконимы представляют однословные и двусловные наименования. Наиболее частотны однословные наименования – 42 табаконима, что составляет 69,2% (*Жириновский, Ява, Арктика, Самурай*) и 171 алконим, что составляет 78% от общего числа анализируемых примеров названий водки (*Парламент, Дудка, Эталон, Кристалл, Охотничья*). Следует отметить, что за последнее время у производителей водочной и табачной продукции наметилась тенденция давать двусложные названия: *Млечный Путь, Добрые времена, Русская рулетка, Пять озер, Белая березка*. Двусложные наименования характерны для 18 табаконимов (30%) и 48 алконимов (22%). В данных названиях, представленных словосочетаниями, мы наблюдаем такой вид подчинительной связи, как согласование с определительными отношениями между словами: *Балканская звезда, Золотое кольцо, Золотое руно, Русский стиль, Зеленая марка, Русский стандарт*.

Таким образом, рассматривая алконимы и табаконимы как периферийное поле ономастического пространства, мы пришли к выводу, что в настоящее время данный сегмент ономастической лексики представляет систему, в которой проявляются тенденции, свойственные современному русскому языку и коммуникации в целом: апелляция к символам русской культуры современной России и ее истории, создание новых, необычных названий как распространенный рекламный ход, употребление заимствованных слов, языковая игра, соответствующее графическое написание.

Список литературы

1. Ахметжанова Г. А., Байсумаева Б. Ш., Ниетбайтеги. Антропонимы как хранители культурной информации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 7. Ч. 2. С. 30-33.
2. Измайлов Н. В. Стихотворения Пушкина 1820-1830-х годов. Л.: Наука, 1997. 415 с.
3. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1978. 200 с.
4. Рубцова Е. Ю. Прагматическое содержание антропонимов (на материале русского и английского языков): дисс. ... к. филол. н. Ростов-на-Дону, 2005. 151 с.
5. Салимова Д. А., Павлова В. Ю. Поэтонимы как интертекстуальные элементы в текстовом поле Николая Алешкова [Электронный ресурс]. URL: <http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/1201337> (дата обращения: 15.02.2015).
6. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. 366 с.
7. Тихонова Е. А. Алконимы и их место в ономастическом пространстве современного русского языка [Электронный ресурс]. URL: http://www.work.vegu.ru/vegu/vestnik/DocLib/177-181_%D0%A2%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf (дата обращения: 15.02.2014).
8. Токмашев Д. М. Ономастика как маркер интертекстуальности (на примере шорских эпических имен) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 6. С. 196-200.
9. Фoniaкова О. И. Имя собственное в художественном тексте. Л.: ЛГУ, 1990. 103 с.
10. <http://company.unipack.ru/18343/> (дата обращения: 25.03.2015).
11. <http://gruzdoff.ru/wiki/Dunhill> (дата обращения: 25.03.2015).
12. <http://osigaretah.ru/sigarety-asmoloff/> (дата обращения: 25.03.2015).

13. <http://osigaretah.ru/sigarety-belomorkanal/> (дата обращения: 26.03.2015).
14. <http://osigaretah.ru/sigarety-trojka/> (дата обращения: 25.03.2015).
15. http://www.trevors.lv/ru/catalogue/private_label/trojka (дата обращения: 25.03.2015).
16. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D1%81%D0%B8%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%82%D1%8B%29 (дата обращения: 25.03.2015).

TOBACCONYMS AND ALCONYMS IN THE RUSSIAN LANGUAGE: SEMANTIC AND STRUCTURAL-PRAGMATIC CHARACTERISTICS

Pupysheva Evgeniya Leonidovna, Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor
Kazan (Volga Region) Federal University
evpupysheva@yandex.ru

The article is devoted to the complex description of the names of alcoholic beverages and tobacco products as a little-studied segment of onomastic space. In the work the semantic and structural-pragmatic aspects of the representation of “alconyms” and “tobacconyms” in the modern Russian language are analyzed. The author’s attention is focused on precedence phenomenon, which is typical for the major part of the analyzed pragmatic names.

Key words and phrases: onomastics; proper name; onomastic space; pragmatic name; alconym; tobacconym.

УДК 821.161.1

Филологические науки

В статье на материале Архива русского зарубежья анализируются расшифрованные черновые автографы очерка А. М. Федорова (1868-1949 гг.) о профессоре-востоковеде И. Ю. Крачковском, вошедшие в неопубликованный цикл мемуаров писателя «Встречи и воспоминания». Изучение дореволюционного и эмигрантского периодов творчества Федорова автор данной статьи продолжает в контексте литературы русского зарубежья, акцентируя внимание на текстологическом анализе в мемуарных источниках литературных прототипов произведений писателя.

Ключевые слова и фразы: Архив русского зарубежья; автографы; литературные прототипы; текстологический анализ; неопубликованные мемуары цикла «Встречи и воспоминания».

Рогозина Наталья Михайловна

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского (филиал) в г. Арзамасе
rogozina_1951@mail.ru

А. М. ФЕДОРОВ О ПРОФЕССОРЕ И. Ю. КРАЧКОВСКОМ (ПО МАТЕРИАЛАМ АРХИВА РУССКОГО ЗАРУБЕЖЬЯ) ©

Литературные портреты писателей, поэтов, актеров, музыкантов, художников Серебряного века, созданные малоизвестным русскому читателю прозаиком-эмигрантом А. М. Федоровым, не получили признания соотечественников, остались незамеченными среди мемуаров его современников; большая их часть не была издана в России и за рубежом, почти полностью утрачена. Лишь благодаря материалам личного фонда писателя удается расшифровать и восстановить цикл «Встречи и воспоминания». По мнению болгарских ученых, начавших публикацию, а затем изучение творческого наследия забытого в России писателя, том литературных воспоминаний «Неугасимые маяки», находящийся в личном архиве Федорова под наименованием цикла «Встречи и воспоминания», судя по тем очеркам, которые были напечатаны в России до революции и в 1920-30-е годы в эмиграции, представляет особый интерес среди произведений мемуарной прозы писателей русского зарубежья [8].

А. М. Федоров сформулировал свое отношение к жанру воспоминаний как форме выражения личной точки зрения на историю России рубежа XIX-XX веков, преломляющейся в образе автора, его впечатлениях и оценках, «характеризующей собой эпоху, которой уже нет возврата, эпоху, на которую ближайшее поколение взглянет сквозь строки воспоминаний», так и стремясь быть максимально объективным [13, с. 2].

Искусный рассказчик, сохранивший в памяти много интересного о своих современниках, о *неугасимых маяках* русской культуры, освещающих духовную жизнь на рубеже столетий, Федоров наметил на черновом листке автографов более 150 имен – писателей и поэтов, театральных деятелей, ученых, чтобы рассказать о них в воспоминаниях [2, л. 1].

Среди литературных портретов цикла – очерки «Л. Н. Толстой», «В. Г. Короленко», «М. Горький», «И. А. Бунин», «А. И. Куприн», с отдельными фрагментами которых мы познакомили научную общественность, опубликовав некоторую часть материалов личного архива писателя по восстановленным рукописным