

Рыбальченко Ольга Владимировна, Федотова Татьяна Васильевна

**УРБАНОНИМЫ КРАСНОДАРА С ПОЗИЦИИ ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА (НА МАТЕРИАЛЕ НАЗВАНИЙ ГОСТИНИЦ КРАСНОДАРА)**

Предпринимается попытка лингвоаксиологического анализа урбанонимов Краснодара, вводится новый термин "отелоним" для группы онимов-названий гостиниц, проводится их структурно-семантический анализ и выделяются семантические группы, специфические черты отелонимикона Краснодара, дающие представление о ценностных ориентирах жителей города. Делается вывод относительно прагматической функции отелонимов, заключающийся в том, что основной вид их прагматической направленности - символическая направленность, с одновременным отсутствием информативной функции.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2016/4-2/43.html](http://www.gramota.net/materials/2/2016/4-2/43.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2016. № 4(58): в 3-х ч. Ч. 2. С. 152-155. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2016/4-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2016/4-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phi@gramota.net](mailto:phi@gramota.net)

УДК 8; 81'33

*Предпринимается попытка лингвоаксиологического анализа урбанонимов Краснодара, вводится новый термин «отелоним» для группы онимов-названий гостиниц, проводится их структурно-семантический анализ и выделяются семантические группы, специфические черты отелонимикона Краснодара, дающие представление о ценностных ориентирах жителей города. Делается вывод относительно прагматической функции отелонимов, заключающийся в том, что основной вид их прагматической направленности – символическая направленность, с одновременным отсутствием информативной функции.*

*Ключевые слова и фразы:* лингвоаксиология; ценностные ориентиры; урбанонимы; эргонимы; отелонимы; антропонимы; топонимы.

**Рыбальченко Ольга Владимировна**, к. филол. н., доцент  
**Федотова Татьяна Васильевна**, д. филол. н., доцент  
Кубанский государственный аграрный университет  
rybalchenkoolga@mail.ru; Fedotova66@mail.ru

### УРБАНОНИМЫ КРАСНОДАРА С ПОЗИЦИИ ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА (НА МАТЕРИАЛЕ НАЗВАНИЙ ГОСТИНИЦ КРАСНОДАРА)

В настоящее время значительно активизировался интерес лингвистов к состоянию и функционированию языка, отражающего социально-экономические преобразования общества и тем самым представляющего собой динамично развивающееся явление. Особенно это внимание акцентируется на таком явлении в языке, как язык города, характеризующемся совокупностью языковых средств кодифицированной системы, используемых языковым коллективом города. Данное понятие относительно новое для современного языкознания, но тем не менее в социолингвистике сложилась определенная традиция изучения данного феномена.

Вместе с тем состояние современного общества, претерпевающего значительные изменения, со всей очевидностью обнаруживает фундаментальную роль ценностных ориентиров для индивидуума и социума. «Оценочность и ценностные характеристики осознаются в настоящее время как базовые характеристики универсума бытия человека и общества, но в то же время остаются среди непознанных в их вариативной представленности в языке» [2, с. 96].

На современном этапе изучение всего многообразия языковых репрезентаций такой широкой референциальной сферы, как Человек, приобрело особую актуальность в связи с исследованием роли человеческого фактора в языке и распространением антропоцентризма, предусматривающего изучение научных объектов, прежде всего, по их роли для человека, по их назначению в его жизнедеятельности, по их функциям для развития человеческой личности и ее усовершенствования [1, с. 212].

Интересный материал для такого анализа дает русская урбанонимика, т.к. урбанонимы составляют значительную часть лингвосемантического пространства современного города и в урбанонимической картине мира воплощается характер культуры его жителей. Урбанонимы как самый подвижный и изменяемый пласт топонимической лексики являются своеобразным зеркалом национальной культуры, содержат большой объем информации о традициях, устоях, своеобразии менталитета и особенностях миропонимания, характеризующих то или иное языковое сообщество.

Исследования последних лет отражают различные аспекты такого лингвосоциального феномена, как язык городской среды, который, в свою очередь, представляет собой закрытую лексическую систему, состоящую из взаимосвязанных полусистем [6, с. 181].

Поскольку имена собственные социальны по своей природе, следовательно, они являются трансляторами общественного сознания и социальных ценностей того или иного коллектива на определенной территории, т.е. формируют ономастическое пространство определенного региона.

Следовательно, актуальность исследования обусловлена намерением более тщательного погружения в особенности и специфику культурного фона носителей языка с целью анализа аксиологических признаков, входящих в состав отдельной группы урбанонимов [5, с. 39].

Исследование региональной ономастической системы в аспекте познавательной и отражающей деятельности сознания человека, в первую очередь, связано с тем, что любое имя собственное как результат вторичной лексической номинации основывается на двух процессах: «...отображение действительности и отнесение смыслового (понятийно-языкового) содержания наименований к обозначаемым объектам» [4, с. 129].

Аксиологическая лингвистика (лингвоаксиология), в свою очередь, в полной мере обладает способностью проникновения в сферу коллективного сознания и мотивы индивидуального (речевого) поведения и в недалеком будущем способна превратиться в одну из наиболее востребованных гуманитарных дисциплин. В связи с вышесказанным рассмотрение и описание используемых речевых средств, включающих в себя оценочно осмысленные и отфильтрованные языковым сознанием названия элементов действительности, в свете аксиологического (ценностного) подхода представляется нам актуальным и необходимым.

В данной статье нами предпринята попытка лингвоаксиологического анализа названий гостиниц, существующих в г. Краснодаре (77 названий). Рассматривая эту разновидность урбанонимов, для их определения мы будем пользоваться термином **отелоним** (*франц.* 'hôtel' + *греч.* ὄνομα 'имя').

Как известно, любой оним создается с целью психологического воздействия на человека, воспринимающего то или иное название. Участие в составе названий предприятий, учреждений, коммерческих объектов слов с ясной семантикой или символов культуры вызывает у адресатов определенные ассоциации. В связи с этим изучение лексического состава отелонимов и особенностей их участия в номинации объектов позволяет уяснить специфику мировосприятия национальной личности.

Нельзя не отметить, что отелонимы стали неотъемлемой частью языкового пространства современного города. «Онимический взрыв» 1990-х годов коснулся не только торговых заведений, но и заведений сервиса: салонов красоты, парикмахерских, гостиниц, ресторанов и т.п.

Как и в случае с другими онимами, функциональное многообразие отелонимов определяется интенциями номинаторов. Название гостиницы представляет собой смысловой комплекс, который воспринимающий адресат обязательно каким-либо образом интерпретирует. Информативность любого имени собственного зависит от типа онима и той функции, какую он выполняет в социуме. Если анализировать отелонимы в плане мотивированности, то основополагающая их функция номинативная, так как информативность имени, с точки зрения дескрипции, отсутствует.

Отелоним – достаточно специфичный вид онимов. В отличие от других разрядов, относящихся к области эргонимии, отелонимам нет необходимости информировать потребителя о каких-то услугах, товарах и т.д., как это предполагается, например, в эмпоронимах, где название торгового объекта должно быть не только рекламным, но и создавать ассоциации в отношении предлагаемого товара.

Основная функция отелонима – рекламно-ассоциативная. Ассоциативная исключительно в плане создания положительных эмоций при восприятии конкретного отелонима конкретным субъектом.

Кроме того, к современному отелониму существует целый ряд требований: он должен привлекать внимание и легко запоминаться, вызывать положительные ассоциации, быть понятным широким слоям населения и отражать те культурные ориентиры и социальные приоритеты, которые присущи современному обществу.

Структурно-семантический анализ отелонимов Краснодара позволяет назвать следующие способы их образования:

- трансонимизация («Натали», «Татьяна», «Маргарет», «Надежда» и др.);
- транстопонимизация («Милан», «Москва», «Марсель» и пр.);
- метафорическая онимизация («Триумф», «Оазис», «Уют», «Домашний очаг» и др.);
- ретро-номинация («Бестужевъ», «Genoff», «Kremleff», «Сударушка», «Поместье» и т.п.);
- англоязычная номинация («Greekhouse», «100 friends», «Lime», «Pride», «Relax» и т.п.).

Как известно, любое ономастическое пространство есть некая хаотичная совокупность онимов определенных разрядов. Следовательно, более целесообразным является использование понятия «ономастическое поле», которое подразумевает «наличие системно-структурных отношений и связей, представляет собой упорядоченную, иерархизированную совокупность его конститuentов» [3, с. 12]. Каждое ономастическое поле, в нашем случае – поле отелонимов, предполагает наличие ядра и периферийной зоны.

Безусловно, поле отелонимов – слабый разряд, так как является исключительно принимающей стороной, в отличие, например, от антропонимов, которые являются сильным, передающим разрядом. Между тем внутри данного поля можно выделить отелонимы с ядерными характеристиками. Как правило, такими признаками отличаются имена, в которых отражены имена региона, страны (топонимы). Стоит отметить, что имя города, по мнению лингвистов (Т. В. Шмелева, И. Т. Вепрева), – системообразующий элемент городского ономастикона.

Кроме того, данный вид онимов обладает чертами апеллятивно-онимического пограничья, так как одна часть отелонимов образовалась в процессе онимизации апеллятивной лексики, другая – как результат трансонимизации из других онимических разрядов.

Все ономастические разряды находятся в постоянной взаимосвязи через трансонимизацию, деривацию, ассоциативные преобразования, приводящие к появлению межразрядных омонимов. Анализ отелонимов исследуемого региона с точки зрения такого взаимодействия помогает определить следующие особенности анализируемых единиц: отелонимы, образованные от имен собственных (35% от общего количества), отелонимы, образованные от имен нарицательных (65% от общего количества).

С семантической точки зрения отелонимы Краснодара можно объединить в 11 тематических групп:

- 1) топонимы (31%): «Кавказ», «Эль Рио», «Милан», «Москва», «Марсель» и пр.;
- 2) антропонимы (16%): «Натали», «Татьяна», «Маргарет», «Надежда», «Игаб» и др.;
- 3) нетранслитерированная иноязычная лексика (30%): «Lime», «Red Royal», «Romantic», «Villa Stefana», «Relax» и т.п.;
- 4) предметная лексика (7%): «Скрипка», «Вуаль», «Корона» и т.п.;
- 5) терминологическая лексика (1%): «Элегия»;
- 6) мифонимы (3%): «Грааль», «Афина», «Атон»;
- 7) лексика с семантикой престижности (4%): «Hilton», «Oscar» и др.;
- 8) нумеронимы (3%): «444», «1918», «3 in 1»;
- 9) фитонимы (3%): «Тис», «Платан», «Люкс Платан»;
- 10) названия драгоценных и полудрагоценных камней (1%): «Crystal»;
- 11) астронимы (1%): «Луна».

Как видим, наблюдается явное доминирование отелонимов из тематических групп топонимов, антропонимов и иностранных слов как центральных единиц ономастического поля. Эти онимы находятся в ядре отелонимического пространства города Краснодара.

Частотность употребления в названиях гостиниц нетранслитерированной иноязычной лексики связана как с активным процессом заимствования в современном русском языке, так и со стремлением номинаторов повысить престижность гостиницы, придать ей статус равной иностранным по уровню сервиса и готовой к обслуживанию клиентов-иностранцев (интернациональность, с позиции нейминга, повышает спрос на услугу, указывает на принадлежность к цивилизованному миру). Кроме того, использование англоязычной номинации не только результат создания престижности названия, но и создание дополнительных смыслов названия, выстраивание ассоциативного ряда, экспрессии онима.

Активное использование в названиях гостиниц Краснодара топонимов (причем не региональных, а в 90% – зарубежных) говорит о желании номинаторов не только обозначить общий стиль, но и сделать отелоним хорошо запоминающимся (помогают фоновые знания клиентов), вызвать приятные ассоциации, т.к., как правило, такие названия имеют ценность и являются своеобразным культурным ориентиром: «Ривьера», «Версаль», «Грац», «Милан», «Прага», «Палермо» и т.п.

Антропонимами в гостиничной номинации Краснодара чаще всего являются собственные имена владельцев или их ближайших родственников («Антон», «Виктория», «Надежда» и т.д.), также наблюдается тенденция к использованию прецедентных имен: «Чичиков», «Бестужевъ», последние позитивно воспринимаются и делают отелоним популярным.

Отдельно хотелось бы отметить незначительное использование при номинации гостиниц региональных названий, отражающих лингвокультурное пространство Краснодара – столицы Кубани («Нива», «Кавказ»). Такие отелонимы всегда определяют успешность процесса социализации языковой личности, формируют фоновые знания о городе, местности, в которой он расположен, выполняют важную социальную функцию как знаки-ориентиры; по сути, являются таким же историко-культурным достоянием, как памятники архитектуры, искусства, литературы, фольклора.

Нельзя не сказать и о крайне неудачных, а иногда просто абсурдных отелонимах, которые также присутствуют в ономастическом поле города Краснодара. Например, можно встретить такие названия гостиниц: «К-19», «Пирамида», «Троя», «Иностранец», «Айсберг». К примеру, отелоним «К-19» нарушает требования к такого рода номинациям. К-19 – первый советский атомный ракетноносец, за многочисленные аварии имеющий на флоте прозвище «Хиросима», ракетноносец, на борту которого от облучения погибло немало людей. Очевидно, что такое название гостиницы не может вызывать положительных ассоциаций, не может являться мотивирующим.

Обращаясь к прагматической функции отелонимов, заметим, что из наиболее распространенных видов прагматической направленности эргонимов, т.е. их воздействия на адресата, отелонимы можно характеризовать только в плане символической направленности, так как информативная функция, предполагаемая с точки зрения прагматики онима, в отелонимах отсутствует.

В то же время можно предположить, что информативно-символический тип прагматической направленности, построенный на метафоре и метонимии, различных видах языковой игры и частично содержащий информацию об услугах (типа *Relax*), тоже имеет место быть, пусть даже в единичных случаях.

В результате исследования отелонимов Краснодара можно сделать вывод, что отелонимикон представляет отдельную самостоятельную систему онимов, в которой в полной мере реализуются некоторые тенденции, свойственные современному русскому языку и современной коммуникации в целом. В частности, это антропоцентризм, языковая мода на заимствования, нарушение при номинации языковых норм, языковая игра и т.д. Все перечисленное позволяет получить общее понятие о ценностных культурных представлениях русского этносоциума.

При этом отметим, что в сфере собственно аксиологического изучения онимов сделано еще очень мало. Лингвоаксиологический анализ представляется нам весьма перспективным. Его применение позволит совершенствовать семантическое изучение урбанонимики и ее различных подразделов (в том числе отелонимов), изучение образа автора имени, эстетической установки, компонентов семантического представления и образа адресата. Результаты подобных исследований, очевидно, способны помочь охарактеризовать традиции, устои, своеобразие менталитета, особенности миропонимания и ценностных ориентиров, присущих нашему современному языковому сообществу.

#### Список литературы

1. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века: сб. ст. М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995. С. 144-238.
2. Рыбальченко О. В., Павловская О. Е. Квазифразеологизмы в заголовках кубанских печатных СМИ в свете аксиологии // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. «Филология и искусствоведение». 2014. Вып. 1 (134). С. 95-98.
3. Супрун В. И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал: монография. Волгоград: Перемена, 2000. 172 с.
4. Телия В. Н. Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация: виды наименований / под ред. Б. А. Серебrenникова, А. А. Уфимцевой. М.: Наука, 1977. С. 129-221.

5. Федотова Т. В. Динамика ключевых имен собственных в аспекте их прецедентности и деонимизации // Вестник ВГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». Воронеж, 2015. № 4. С. 39-41.
6. Федотова Т. В. Культурно значимые смыслы эмпоронимов в аспекте теории референции // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 9 (51): в 2-х ч. Ч. I. С. 181-183.

**KRASNODAR URBONYMS FROM THE VIEWPOINT OF LINGUO-AXIOLOGICAL ANALYSIS  
(BY THE MATERIAL OF THE KRASNODAR HOTEL NAMES)**

**Rybal'chenko Ol'ga Vladimirovna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
**Fedotova Tat'yana Vasil'evna**, Doctor in Philology, Associate Professor  
*Kuban State Agrarian University*  
*rybalchenko Olga@mail.ru; Fedotova66@mail.ru*

The paper focuses on linguo-axiological analysis of the Krasnodar urbonyms, introduces a new term “hotel-onym” for the group of onyms-hotel names, provides their structural-semantic analysis and identifies the semantic groups, specific features of the Krasnodar hotel-nymicon giving an idea of the citizens’ value orientations. The authors conclude on the hotel-onyms’ pragmatic function which involves the fact that the basic type of their pragmatic orientation is the symbolic orientation, with the simultaneous absence of informative function.

*Key words and phrases:* linguo-axiology; value orientations; urbonyms; ergonyms; hotel-onyms; anthroponyms; toponyms.

УДК 81'367.6; 81'367.625.41

*В статье анализируются особенности интерпретации инфинитива в современной лингвистике. С этой целью было произведено сопоставление морфологических концепций российских и зарубежных лингвистов XX века. В процессе исследования их взглядов установлено, что они связывали инфинитив с одной из двух знаменательных частей речи – именем или глаголом. Выявлено, что представления о природе и частеречной отнесенности инфинитива в России и за рубежом носят диалектический характер.*

*Ключевые слова и фразы:* формообразование; категория; часть речи; инфинитив; именная форма; глагол; имя существительное; наклонение.

**Самарин Дмитрий Александрович**, к. филол. н.  
*Байкальский государственный университет (филиал) в г. Якутске*  
*dsamarin2011@yandex.ru*

**О ПРОБЛЕМЕ ИНФИНИТИВА В РОССИЙСКОЙ  
И ЗАПАДНОЙ ЛИНГВИСТИКЕ XX СТОЛЕТИЯ**

Для лингвистической науки XIX-XX вв. была характерна неоднозначность подходов к проблемам формообразования. Это было связано с неопределённостью положения некоторых категорий, прежде входивших в состав более крупных групп. Инфинитивы, причастия и деепричастия исключались из глагольной системы и рассматривались как автономные части речи без морфологического признака словоизменения по лицам [2, с. 149]. В российских и зарубежных грамматических системах XX века и современности отмечается значительное различие подходов к ряду частей речи и форм. Одной из наиболее проблемных категорий является инфинитив.

Как известно, инфинитив (лат. *infinitivus (modus)* – неопределённый) представляет собой неопределённую форму глагола (одну из его нефинитных (безличных) форм). В русском языке данная форма может входить в состав составного глагольного сказуемого. Но такое определение, соотносящее инфинитив с глаголом, полностью не раскрывает потенциал данной категории.

В России первой половины XX в. категория инфинитива детально рассматривалась в трудах В. А. Богородицкого и Л. В. Щербы. В. А. Богородицкий (1857-1941) соотносил инфинитивную форму глагола с категорией наклонений. Об этом говорит данное им название «неопределённое наклонение». Под ним исследователь и имел в виду эту обособленную глагольную категорию. По-видимому, её происхождение он сводил к падежной форме имени: «Сравнивая выражения: я люблю *петь* || я люблю *пение*, легко заметить, что в первом случае предполагается, что я сам люблю петь, тогда как во втором случае нет этого оттенка лица» [1, с. 250]. Но анализируемая категория в русском языке тем не менее – не именная, а глагольная форма.

Подобные тенденции Л. В. Щерба (1880-1944) связывал с обилием формальных признаков в лингвистической науке. К их числу он относил и изменяемость по лицам и числам, а также по временам, наклонениям, видам и другим глагольным категориям. В этой связи учёный подчёркивал: «Между прочим, попытка некоторых русских грамматистов последнего времени представить инфинитив как особую от глагола “часть речи”, конечно, абсолютно неудачна, противоречива естественному языковому чутью, для которого *идти* и *иду* являются формами одного и того же слова» [5, с. 92]. Такое отклонение в научном восприятии мира,