

Амирова Роза Мунировна

ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭРГОНИМЫ, ОТНОСЯЩИЕСЯ К ТОРГОВЛЕ, КАК ЧАСТЬ ЭРГОНИМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА Г. КАЗАНИ XVII - НАЧАЛА XX В.

В статье представлен краткий обзор истории формирования и развития эргонимии г. Казани, проанализированы исторические эргонимы, относящиеся к сфере торговли. Рассматриваются аспекты происхождения эргонимов данной группы: в названиях, относящихся к различным отраслям торговли, как правило, находили отражение имена и фамилии владельцев, а также наименования продаваемых товаров. Как и в любом собственном имени, в эргонимах содержится информация о жизнедеятельности народа, о его культурной специфике, общественном укладе и историческом прошлом.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/6-3/16.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 6(60): в 3-х ч. Ч. 3. С. 64-66. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/6-3/

© 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

УДК 801.3=941.21

В статье представлен краткий обзор истории формирования и развития эргонимии г. Казани, проанализированы исторические эргонимы, относящиеся к сфере торговли. Рассматриваются аспекты происхождения эргонимов данной группы: в названиях, относящихся к различным отраслям торговли, как правило, находили отражение имена и фамилии владельцев, а также наименования продаваемых товаров. Как и в любом собственном имени, в эргонимах содержится информация о жизнедеятельности народа, о его культурной специфике, общественном укладе и историческом прошлом.

Ключевые слова и фразы: татарский язык; ономастика; эргонимия; эргонимическое пространство; историко-культурное наследие.

Амирова Роза Мунировна, к. филол. н.
Казанский государственный медицинский университет
pomer5ramiz@mail.ru

ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭРГОНИМЫ, ОТНОСЯЩИЕСЯ К ТОРГОВЛЕ, КАК ЧАСТЬ ЭРГОНИМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА Г. КАЗАНИ XVII – НАЧАЛА XX В.

Имена собственные играют важную роль в языкознании, в частности, они помогают выявить особенности жизнедеятельности представителей той или иной национальности. В последнее время особую актуальность стало приобретать изучение эргонимов (один из видов имен собственных), поскольку именно они имеют тесную связь с жизнью нации. Основным назначением эргонимов является номинация объектов, организаций, учреждений в соответствии с видом их функционирования. Эти ономастические единицы являлись объектом исследования многих ученых: так, А. В. Беспалова [2], С. В. Земскова [7], А. М. Емельянова [6] и др. изучали способы образования эргонимов и особенности их семантики, Г. А. Донскова [5], Н. В. Шимкевич [11], О. С. Яковлева [12], Д. А. Яловец-Коновалова [13] и др. – функции собственных имен. На данном этапе актуально исследование эргонимов национальных языков, особенно в татарском языке, в синхроническом и диахроническом аспекте.

Эргонимы, как и другие виды имен собственных, возникавшие в разные периоды развития общества, претерпели значительные изменения в плане их содержания и формы. Последовательное и систематическое изучение эргонимических единиц позволит тщательнее изучить историю общества, социально-политическую обстановку, в которой протекает жизнедеятельность нации. В русской филологии в 1960-1970-е гг. стали исследоваться особенности появления наименований организаций, учреждений, магазинов, кафе, и т.д., в связи с чем появилась возможность выделить самостоятельную ветвь в ономастике, рассматривающую подобные явления. основополагающие идеи татарской ономастики в тот период развивались в унисон с русской ономастикой, которая, безусловно, считается передовой. Так, Г. Ф. Саттаров внес значительный вклад в формирование татарской ономастики как науки. В своем пособии «Этапы развития и очередные задачи татарской ономастики», изданном в 1970 г., отметил, что параллельно с другими областями в ономастике существует область, занимающаяся изучением названий предприятий, учреждений, магазинов, кафе и др., что представляет основной интерес с точки зрения эргонимии [9, с. 3].

Исследование структуры и особенностей татарских эргонимов позволяет выяснить конкретные аспекты истории развития промышленности и торговли, искусства и культуры, национального издательского дела, поскольку эргонимы, как и другие единицы ономастики, предоставляют информацию об особенностях жизнедеятельности нации, следовательно, способствуют более глубокому изучению истории татарского народа.

Цель настоящей статьи – анализ эргонимов г. Казани, связанных с торговлей, которые возникли в XVIII-XX вв.

В XVIII в. Казань стала четвертым по значимости городом России. Это была столица огромной губернии, «в которую входили территории на севере – до Вятской земли, на востоке – до Урала и Сибири, а также вся Волга – от Астрахани до Нижнего Новгорода» [3, с. 13]. Город не только являлся крупным культурным центром, но и объединял торговцев всего мира.

На протяжении многих веков Казань поддерживала тесные контакты с государствами Европы, Центральной Азии и Закавказья. В Казань приезжали послы, а также торговцы из Китая и Монголии. Так, в XVII в. чайная продукция продавалась только на базарах Москвы и Казани: казанские купцы доставляли ее из Пекина. О том, что Казань была не только крупным торговым центром, но и центром развития культуры, просвещения, промышленности свидетельствуют эргонимы бытовавшие в то время.

Уже в XVII-XIX вв. в Казани функционировали базары, различные фабрики и заводы, многочисленные медресе. Для обозначения этих объектов с целью индивидуализации и благозвучия использовались особые наименования. Большинство из них утрачено, забыто, однако некоторые сохранились в названиях улиц, площадей и т.д. Отдельные эргонимы, претерпев небольшие изменения, продолжают бытовать в качестве названий объектов сферы торговли. Все это свидетельствует о многовековой истории существования татарских эргонимов.

Отметим, что среди эргонимов, связанных с торговлей, основное место занимают наименования базаров. Названия им давались в основном по наименованию основного товара, который там продавался, например: «Балык базары» («Рыбный базар»), «Икмәк базары» («Хлебный базар») и др.

В XVI-XVII вв. в Казани были основательно расширены торговые ряды. По берегам озер Верхний и Средний Кабан обосновались торговцы рыбой, а на месте современной гостиницы «Татарстан» расположился

большой «Рыбный базар» [4, с. 77]. Он появился в XVII в. Впоследствии, в связи с градостроительными работами, базар исчез, а вместе с ним было утрачено и название.

Начиная с нижней части улиц Большая и Малая Проломная (ныне ул. Баумана) до Петропавловского собора, располагался «Хлебный базар», на котором торговали хлебом, мукой, а также изделиями из нее [3, с. 16]. Эти базары и их названия сохранились только как исторические явления.

Наиболее древним эргонимом считается «Ташаяк» («Ярмарка керамики») – название ярмарки, работавшей со времен Казанского ханства до 20-х гг. XX в. Среди реализуемых на ярмарке товаров доминировала керамическая и фарфоровая посуда, что и было зафиксировано в ее названии: эргоним состоит из двух основ: *таиш* (камень) + *аяк* (посудина). Слово «аяк» в значении «посудина» сохранилось в татарском языке: *чынаяк* (китайская посуда) – чын / чин – «китай» + аяк – «посуда»; в мишарском диалекте: *балааяк* (посуда для меда) – бал – «мед» + аяк – «посуда». Русскоязычное население называло его ярмарку по-своему – *Биржса*. Ярмарка проводилась на берегу озера Булак после весенних разливов – с 1 мая по 1 июня. Сюда по Волге, затем через озеро Кабан прибывали торговцы из Москвы, Санкт-Петербурга, Риги, Астрахани, Одессы и других городов. В честь открытия ярмарки вывешивался специальный флаг. На ярмарке керамики торговали посудой (что соответствует названию), здесь продавались также продукты питания и др. Часто люди приходили, сюда, чтобы приобрести привезенные купцами кофе, какао, чай. Торговцы использовали «живую рекламу»: поручали слугам ходить по улицам и зазывать народ, нахваливать товары, а также печатали объявления в газетах [Там же, с. 29].

Несмотря на то, что «Ярмарка керамики» играла важную роль в жизни татар, в связи с общественно-политическими изменениями данный эргоним существовал в своем русскоязычном варианте и не переводился на татарский язык. Однако этот эргоним вошел в историю Казани и зафиксирован в литературных произведениях именно как татарский [9, с. 45].

Из приведенных примеров следует, что народ давал названия базарам, опираясь на перечень основных продаваемых там товаров, в связи с чем такие эргонимы выполняли, прежде всего, номинативную функцию.

Еще один эргоним, который оставил глубокий след в жизни татарского народа – «Печән базары» («Сенной базар»). Он возник в XVII в., располагался на территории современной ул. Парижской Коммуны [1, с. 192]. О «Сенном базаре» вспоминал в своем этнографическом исследовании «Город Казань» Каюм Насыри, он назвал его настоящим мусульманским базаром. Там торговали только мусульмане, работало более 200 торговых лавок, самыми продаваемыми товарами были мануфактура, чай и продукты питания. Здесь можно было приобрести также привезенные из разных стран мясные и молочные продукты, сухофрукты, варенье, мед, лекарственные травы. Каюм Насыри писал, что на этом базаре можно было найти даже кумыс: для его производства казанский купец Ахун Бикбов содержал на окраине Казани около 80 лошадей, имел помещения, отвечающие самым высоким требованиям, для приготовления кумыса.

«Сенной базар» наряду с другими прозаиками посещал знаменитый татарский поэт Габдулла Тукай [8, б. 56]. Он не раз упоминал о нем в своих произведениях. Этот базар был похож на другие: «богачи обманывали простой народ и сами тоже обманывались». Наверное поэтому Габдулла Тукай и другие писатели в своих произведениях отмечали, что в народе этот базар часто называли *Көфер почмагы* (*Уголком безбожника*) [Там же, б. 53].

В XIX в. появилось много «торговых» эргонимов, созданных на основе имен и фамилий создателей торговых объектов. К примеру, в исторической литературе часто упоминается «Гастроном Афанасьева». В начале XX в. он располагался в доходном доме купца А. В. Кекина, построенном в готическом стиле. Магазин, предназначавшийся для состоятельных горожан, славился необычайно обходительными, внимательными продавцами и высокосортными продуктами. В афанасьевском гастрономе работала «живая реклама». Приведем текст одной рекламы: «Какао Ван-Гутен. Быстро и хорошо. Приятный вкус. Питательные свойства. Быстрота приготовления. Чайной ложки “Какао Ван-Гутен” достаточно для приготовления шоколада на воде и молоке» [3, с. 29]. После общественно-политических преобразований, произошедших в начале XX в., магазин был закрыт, но его название сохранилось в исторической памяти города.

При создании другой группы эргонимов были использованы не только имена и фамилии создателей торговых домов, но и лексемы, передающие родственные отношения их владельцев: «*Бертуган Каримовларның сәүдә йорты*» («Торговый дом братьев Каримовых»), «*Бертуган Утәгәневларнең сәүдә йорты*» («Торговый дом братьев Утягановых»), «*М. И. Галиев һәм уллары*», («*М. И. Галиев и сыновья*») и др. Торговый дом рода Каримовых осуществлял торговлю книгами, торговый дом братьев Утягановых специализировался на продаже одежды и украшений. Торговый дом «*М. И. Галиев и сыновья*», торговавший в основном одеждой, имел представителей в Уфе, Ирбите, Троицке.

Среди татарских эргонимов довольно часто встречаются названия, образованные на основе словосочетаний имен владельцев и их родственников: «*Туганы белән Вәлиуллы Ибраһимовның сәүдә йорты*» («Торговый дом Валиуллы Ибрагимова с родными»), «*Уллары белән Гайнетдин Сабитов һәм К° сәүдә йорты*» («Торговый дом Сабитова с сыновьями и К°») и др. Товарищество на вере «Торговый дом Валиуллы Ибрагимова с родными» было учреждено «конфетным королем» В. Ибрагимовым, просуществовало до 1917 г. [10, с. 98]. Эргоним «Торговый дом Сабитова с сыновьями и К°» также имел хождение в XIX в. Это товарищество на вере располагалось на перекрестке современных улиц Парижской Коммуны и Московской в здании, которое считалось совместной собственностью татарских баев Юнусовых и Галиевых [4, с. 73].

В этот период, правда довольно редко, бытовали названия магазинов, состоящие из одной лексемы конкретного содержания, например, эргоним «*Чэй*» («*Чай*»). Этот магазин принадлежал лично татарскому купцу и благотворителю Ахмеджану Сайдашеву, которого называли «чайным королем». Впоследствии А. Сайдашев свой весьма солидный уставный капитал присоединил к полумиллионному капиталу своего сына в товариществе по выделке кожи [Там же, с. 82].

Таким образом, в XIX-XX вв. было образовано большое количество татарских эргонимов, относящихся к сфере торговли. Многие из них были созданы на основе имени и фамилии владельца, и таким образом указывали на то, кто является хозяином магазина или торгового дома. Часть эргонимов была образована на основе названия товаров, продаваемых на базаре или в магазине, в них представлены наиболее полные сведения о татарской торговле, товарах, продаваемых в ту эпоху, а также о татарских торговцах и представителях наиболее зажиточных слоев населения Казани.

Эргонимы, употреблявшиеся в XIX – начале XX в., дают представление об истории, культуре, промышленном производстве, быте татарского народа, поэтому их необходимо изучать отдельно и детально.

Список литературы

1. **Амиров К. Ф.** Казань: где эта улица, где этот дом? Справочник улиц города Казани. Казань: Казань, 1995. 320 с.
2. **Беспалова А. В.** Структурно-семантические модели эргонимов и их употребление в современном английском языке (на материале названий фирм, кооперативов и т.д.): дисс. ... к. филол. н. Одесса, 1984. 181 с.
3. **Бушков Р. А., Мазитова Ф. Г.** Казанской кухни цвет. Казань: Татар. кн. изд-во, 1995. 206 с.
4. **Девятых Л. И.** Из истории казанского купечества. Казань: Титул-Казань, 2004. 144 с.
5. **Донскова Г. Л.** Сравнительно-сопоставительная характеристика динамики эргонимической номинации Нижнего Поволжья и Западного Казахстана: дисс. ... к. филол. н. Пятигорск: Изд-во Пятигор. гос. лингв. ун-та, 2004. 251 с.
6. **Емельянова А. М.** Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтничного города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы): дисс. ... к. филол. н. Уфа: Изд-во БГУ, 2007. 162 с.
7. **Земскова С. В.** Лексико-семантический и словообразовательный анализ эргонимов г. Тольятти Самарской области Российской Федерации: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 1996. 20 с.
8. **Рәсүлева З. Ә.** Тукай эзләреннән. Казан: Тат. кит. нәшр., 1985. 141 б.
9. **Саттаров Г. Ф.** Этапы развития и очередные задачи татарской ономастики. Пособие по спецкурсу «Татарская ономастика». Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 1970. 22 с.
10. **Синицына К. Р.** История Татарстана и татарского народа: учеб. пособие для средних общеобразовательных школ, гимназий, лицеев. Казань: Магариф, 1995. Ч. 2 (вторая половина XVI – XVIII вв.). 175 с.
11. **Шимкевич Н. В.** Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты: автореф. дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург, 2002. 22 с.
12. **Яковлева Е. А.** Разновидности городской письменной речи: уличные объявления как речевой жанр // Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты. Барнаул: Изд-во БГПИ, 2003. С. 61-69.
13. **Яловец-Коновалова Д. А.** Названия коммерческих предприятий: автореф. дисс. ... к. филол. н. Челябинск, 1997. 20 с.

HISTORICAL ERGONYMS ASSOCIATED WITH THE TRADE AS A COMPONENT OF THE KAZAN CITY ERGONOMIC SPACE OF THE XVII - BEGINNING OF THE XX CENTURY

Amirova Roza Munirovna, Ph. D. in Philology
Kazan State Medical University
nomer5ramiz@mail.ru

The article presents a brief survey of developmental history of the Kazan city ergonymy, analyzes the historical ergonyms associated with the sphere of trade. The author examines the aspects of origin of this group of ergonyms: the names associated with the different trade branches usually represent the owners' names and surnames and the names of the goods on sale. As any proper name, ergonyms contain information on the nation's vital activity, its cultural specifics, social style and historical past.

Key words and phrases: Tatar language; onomastics; ergonymy; ergonomic space; historical and cultural heritage.

УДК 81

В данной статье рассматривается такое явление, как терминология в науке. На основе анализа примеров из английского, русского и татарского языков аргументируется общность научной терминологии в разноструктурных языках. Указываются причины появления заимствованной терминологии. Особое внимание обращается на необходимость развития научных исследований в этом направлении, так как научные работники и специалисты всех сфер жизни должны уметь использовать специальную терминологию.

Ключевые слова и фразы: заимствованные слова; терминология; термины; научная терминология; новые понятия.

Ахметшина Ландыш Васильевна, к. филол. н.
Шамсутдинова Альбина Равилевна, к. филол. н.
Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма
fazan_nlv@mail.ru; shamsutdinova-1@mail.ru

НАУЧНАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ В РАЗНОСИСТЕМНЫХ ЯЗЫКАХ

Прогресс науки сопровождается образованием специальных слов, лексических единиц для обозначения новых понятий в различных областях науки, техники, общественно-социальных явлений. Каждый шаг научного исследования описывается в определенных терминах. Основная черта, отличающая термин от всех других обычных слов, лексико-семантических элементов, заключается в его функционально-семантических особенностях.