ИЗДАТЕЛЬСТВО ГРАМОТА

Филологические науки. Вопросы теории и практики
Philology. Theory & Practice

ISSN 2782-4543 (online)
ISSN 1997-2911 (print)

2025. Том 18. Выпуск 4 | 2025. Volume 18. Issue 4
Материалы журнала доступны на сайте (articles and issues available at): philology-journal.ru

RU

Мотивационный аспект номинации мучных изделий (на примере названий, функционирующих в Тульском регионе)

Стародворцев Н. Р.

Аннотация. В статье рассматривается мотивационный аспект номинации мучных изделий, отражающий традиции и культурное наследие тульского региона. Цель исследования – определить закономерности возникновения и функционирования наименований мучных изделий, распространенных в Тульском регионе. В ходе анализа установлено, что наименования мучных изделий мотивированы внешними характеристиками, технологией производства и культурными ассоциациями, что позволяет рассматривать их как часть лингвокультурной системы. Научная новизна заключается в выявлении ранее не описанных мотивирующих признаков названий мучных изделий, функционирующих в Тульском регионе, а также во введении понятия «постапеллятив» как переходной формы между апеллятивами и онимами в ономастике. Исследование показало, что на территории Тульского региона функционируют как регионально специфические наименования мучных изделий, отражающие местные традиции, так и общеупотребительные наименования, характерные для русского языка в целом. Кроме того, зафиксированы заимствованные наименования, адаптированные к местной языковой среде и гастрономической культуре. В работе рассматриваются различия между апеллятивами и онимами в исследуемом номинативном поле: апеллятивы обозначают общие категории мучных изделий, а онимы указывают на конкретные уникальные объекты. Анализируются механизмы их трансформации и примеры наименований, отражающих связь языка, традиций и гастрономической практики. Полученные результаты могут быть использованы в дальнейшем изучении региональной лексики и механизмов номинации гастрономических объектов.

EN

Motivational aspect of the nomination of flour products (based on the example of names functioning in the Tula region)

N. R. Starodvortsev

Abstract. The article examines the motivational aspect of the nomination of flour products, reflecting the traditions and cultural heritage of the Tula region. The aim of the research is to determine the patterns of emergence and functioning of the names of flour products common in the Tula region. The analysis established that the names of flour products are motivated by external characteristics, production technology, and cultural associations, which allows considering them as part of a linguocultural system. The scientific novelty lies in identifying previously undescribed motivating features of the names of flour products functioning in the Tula region, as well as in introducing the concept of "post-appellative" as a transitional form between appellatives and onyms in onomastics. The study showed that in the Tula region, both regionally specific names of flour products, reflecting local traditions, and commonly used names, characteristic of the Russian language as a whole, function. In addition, borrowed names adapted to the local language environment and gastronomic culture were recorded. The work examines the differences between appellatives and onyms in the studied nominative field: appellatives denote general categories of flour products, and onyms indicate specific unique objects. The mechanisms of their transformation and examples of names reflecting the connection of language, traditions, and gastronomic practice are analyzed. The results obtained can be used in further study of regional vocabulary and mechanisms for nominating gastronomic objects.

Введение

Мучные изделия занимают важное место в кулинарной культуре многих народов. Изделия из муки всегда были и остаются «не только продуктом ведущей отрасли пищевой промышленности России, но и символом

Научная статья (original research article) | https://doi.org/10.30853/phil20250193

© 2025 Авторы. © 2025 ООО Издательство «Грамота» (© 2025 The Authors. © 2025 Gramota Publishing, LLC). Открытый доступ предоставляется на условиях лицензии CC BY 4.0 (open access article under the CC BY 4.0 license): https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

основополагающих сторон национального бытия» (Сырвачева, Мичурина, 2023, с. 8). Следовательно, их названия представляют собой достаточно объемный и интересный для изучения лексический пласт, который может быть интерпретирован как в структурно-семантическом плане, так и с привлечением инструментария лингвокультурологии, этнолингвистики, социолингвистики. В настоящем исследовании применяется синтетический научный подход, объединяющий методы различных лингвистических направлений для комплексного анализа наименований хлебобулочных изделий. Такой подход позволяет учитывать не только языковые закономерности образования названий, но и их связь с культурным и историческим контекстом. Это вызвано сложной природой исследуемого объекта, включающего как лексические, так и социокультурные аспекты.

Актуальность исследования обусловлена растущим интересом современной лингвистики к изучению мотивационных механизмов номинации гастрономической лексики как элемента регионального языкового пространства. В условиях глобализации наблюдается активное взаимодействие локальных и общеязыковых наименований, что требует осмысления языковых механизмов сохранения и развития региональной лексики посредством номинации традиционных продуктов.

Особую значимость приобретает анализ мотивации названий мучных изделий Тульского региона, поскольку они не только выполняют номинативную функцию, но и отражают некоторые особенности языкового сознания жителей региона.

Процессы формирования и функционирования мотивационных признаков в названиях местной гастрономической продукции, а также их роль в системе региональной гастрономической лексики требуют дополнительного изучения в современной лингвистике. Актуальность исследования данной темы обусловлена необходимостью осмысления того, как эти процессы отражают культурные, социальные и языковые особенности региона, а также их значимостью для развития лингвистической теории и практики. Изучение этой проблематики важно не только для понимания механизмов номинации в языке, но и для сохранения национального языкового разнообразия. Острота проблемы заключается в том, что в условиях глобализации и унификации языковых единиц региональная гастрономическая лексика рискует утратить свою уникальность, что подчеркивает своевременность и востребованность подобных исследований как в настоящем, так и в перспективе.

Таким образом, исследование мотивационных механизмов номинации мучных изделий в тульском регионе позволяет не только выявить особенности функционирования гастрономических наименований, но и расширить представления о закономерностях языковой номинации в сфере региональной гастрономической лексики, что делает данную работу востребованной в рамках современных направлений лингвокультурологии и ономастики.

В соответствии с целью решаются следующие задачи:

1. Выявить механизмы перехода апеллятивов в онимы через концепцию «постапеллятива» и определить, как эти процессы характеризуют специфику номинации мучных изделий в Тульском регионе.

2. Проанализировать лексический состав и мотивационные основы названий мучных изделий Тульского региона, чтобы выявить закономерности их формирования и функционирования в системе региональной гастрономической лексики.

3. Установить влияние внешних характеристик, технологии производства и культурных ассоциаций на выбор мотивирующих признаков в названиях мучных изделий, распространенных в Тульской области.

Материалом исследования послужили названия мучных изделий, собранные из кулинарных источников (меню местных пекарен) и полевых наблюдений автора в Тульской области.

В качестве справочного материала были задействованы ключевые лексикографические источники историко-лингвистического характера:

- Фасмер М. Этимологический словарь русского языка / пер. О. Н. Трубачева. Изд-е 2-е. М.: Прогресс, 1986.
- Шанский Н. М. Краткий этимологический словарь русского языка. Изд-е 2-е, испр. и доп. М.: Просвещение, 1971.

Теоретическую базу составляют труды по ономастике (Подольская, 1998), теории номинации (Серебренников, 1977), а также исследования в сфере лингвокультурологии быта (Гинзбург, 2010; Дзюба, 2021). Работа Н. В. Подольской стала источником классификации ономастической лексики, а также выявления особенностей функционирования собственных имен и их роли в языковой системе. Данное исследование позволило определить специфику переходных форм между апеллятивами и онимами в номинации мучных изделий (Подольская, 1998). Работа Б. А. Серебренникова (1977) использована для анализа механизмов номинации и определения принципов выбора мотивирующих признаков при наименовании объектов. В частности, учитывались положения о том, что мотивирующий признак может быть не только объективной характеристикой объекта, но и отражать его функциональное или культурное восприятие носителями языка. Исследование Е. Л. Гинзбург (2010) стало основой для анализа процессов словообразования и семантической мотивированности лексических единиц, что позволило определить закономерности формирования номинаций мучных изделий с точки зрения их структурной организации и связи с языковыми моделями. Труд М. С. Дзюбы (2021), посвященный динамике ономастических процессов, помог выявить механизмы перехода апеллятивов в онимы и обосновать введение понятия «постапеллятив» как промежуточной формы в номинации гастрономических объектов.

Методологическую основу образуют лингвокультурологический подход, позволяющий рассмотреть названия как элементы культурной картины мира, а также методы структурного анализа (для классификации номинаций), семантического анализа (для выявления мотивирующих признаков) и ономасиологического исследования (для изучения процессов именования).

Практическая значимость работы заключается в возможности использования ее результатов в преподавании курсов по лингвокультурологии, региональной лексикологии и ономастике в вузах гуманитарного профиля, а также при разработке учебных материалов по русскому языку и культуре.

Обсуждение и результаты

Мучные изделия представляют собой обширную категорию продуктов питания, получаемых из злаков, преимущественно пшеницы, путем переработки муки с добавлением различных ингредиентов и последующей термической обработкой. В эту категорию входят как хлебобулочные, так и кондитерские изделия, различающиеся по составу, способу приготовления и кулинарному назначению.

Мучные изделия отличаются разнообразием форм, текстур и рецептур. Они могут изготавливаться из дрожжевого, пресного, слоёного, заварного и других видов теста, что определяет их вкусовые и структурные особенности. В отличие от хлеба, который является базовым продуктом питания, мучные изделия часто имеют дополнительную вкусовую ценность за счет использования сахара, жиров, молока, специй и других ингредиентов. Однако это разграничение не является абсолютным, так как некоторые виды хлеба также могут включать эти компоненты.

В данном исследовании термин «*мучные изделия*» рассматривается в собирательном значении, охватывающем широкий спектр продукции (булочки, пироги, калачи, пряники и т. д.), объединенной основным ингредиентом – мукой. Однако данное определение остается универсальным и не всегда позволяет дифференцировать отдельные группы изделий. Например, значительные различия наблюдаются в способах приготовления (выпекание, жарка, варка), в составе теста и в назначении (повседневные или обрядовые изделия). Таким образом, изучение наименований мучных изделий требует учета их технологических, культурных и региональных особенностей.

С позиции лингвокультурологии мучные изделия могут быть рассмотрены как материальные артефакты, несущие значительную культурную и символическую нагрузку, которая закреплена в их названиях. Тульский регион, известный своим богатым наследием в области кулинарной выпечки (пряники, калачи, булочные изделия), а также устоявшимися традициями их производства и потребления, представляет собой ценный объект для анализа мотивационных оснований наименования мучных изделий.

Традиции потребления мучных изделий в данном контексте охватывают их использование в ритуальных практиках (например, свадебных или поминальных обрядах), календарных праздниках (Масленица, Троицкий цикл, Рождество), а также в повседневных социальных ритуалах, например, чаепитии, что подчеркивает их значимость в жизни общества. Эти аспекты показывают, что мучные изделия выполняют не только утилитарную функцию, но и отражают специфику традиций региона. Таким образом, изучение процессов наименования мучных изделий Тульского края позволяет выявить взаимосвязи между языком, гастрономической практикой и культурным контекстом.

Мотивированность наименования в языке подразумевает, что появление новой языковой единицы обосновано связью с уже существующим наименованием. Эта связь, формально-семантическая по своей природе, устанавливается в процессе номинации и составляет внутреннюю форму нового языкового знака. Внутренняя форма сохраняет свою актуальность на этапе первоначального восприятия и освоения нового наименования в социуме до тех пор, пока процесс формирования его лексического значения не будет завершен.

Е. Л. Гинзбург к функции мотивации относит также выделение таких свойств образуемой единицы, «благодаря которым она оказывается соизмеримой с другими единицами системы и становится членом классов единиц системы» (2010, с. 7). Мотивация в данном контексте выступает как ключевой механизм, обеспечивающий интеграцию новой единицы в языковую систему, что позволяет ей обрести функциональную значимость и занять определенное место в классификационном поле языка.

Особое внимание Е. Л. Гинзбург уделяет роли мотивирующих признаков, которые обеспечивают сопоставимость и соизмеримость единицы с другими элементами той же системы. Это утверждение соотносится с более широкими принципами системности языка, где каждая единица обладает не только внутренней структурой, но и внешними связями, отражающими ее принадлежность к определенным лексико-грамматическим и словообразовательным классам. Таким образом, мотивация рассматривается как средство не только обозначения, но и структурирования языковой системы, что играет важную роль при изучении процессов словообразования и формирования лексического значения.

Еще Ф. И. Буслаев утверждал, что выбор мотивирующего признака определяется тем, «с какой точки зрения человек смотрел при сотворении слова» (2025, с. 173). Этот подход акцентирует внимание на субъективности номинативного акта. Точка зрения, с которой воспринимается объект, отражает не только физическое восприятие, но и культурные, социальные и когнитивные установки индивида. В качестве примера рассмотрим название мучного изделия *баранка*. По наиболее авторитетной этимологической гипотезе, слово происходит от глагола **obvariti* (Фасмер, 1986, с. 124). Данная этимология подчеркивает технологическую особенность приготовления изделия – обваривание теста перед выпечкой, что придает баранкам характерную плотность и текстуру.

По другой версии, мотивированность слова определяется формой изделия, напоминающей спираль или завиток, ассоциирующийся с рогами барана. Такое именование отражает визуальное восприятие объекта (форма) и культурные ассоциации, обоснованные символикой образа барана в народной традиции (неразрывно связан

с домашним хозяйством, очагом и т. п.). Название подчеркивает зрительное восприятие предмета, которое было важно для носителей языка при создании слова.

Б. А. Серебренников (1977) обращал внимание на то, что мотивирующий признак не обязательно является наиболее существенным для самого объекта номинации. Ученый подчеркивал, что в процессе выбора признака могут быть актуализированы те свойства, которые значимы для субъекта, но не всегда универсальны (Серебренников, 1977, с. 166). Этот подход позволяет рассматривать мотивацию как динамическую категорию, в которой определяющую роль играет ситуация номинации.

Таким образом, изучение мотивированности наименований помогает не только глубже понять внутреннюю логику языка, но и установить связь между языком, мышлением и культурой, раскрывая важные аспекты взаимодействия человека с окружающим миром.

Проблему мотивированности наименований, безусловно, следует рассматривать через призму ономастической науки. Ономастика относится к «чрезвычайно актуальному и востребованному в настоящее время направлению современной лингвистики, интегрирующей достижения смежных гуманитарных дисциплин при анализе системы языка как показателе устойчивости» (Дзюба, 2021, с. 33).

Собственные имена различных типов составляют ономастическую лексику (Бахронова, 2024, с. 5). Здесь принято выделять понятия *апеллятив* и *оним*. Апеллятив – это общеязыковое слово, которое обозначает предметы, явления, качества и другие понятия. Апеллятивы – наиболее частотные лексические единицы коммуникации. В «Словаре русской ономастической терминологии» Н. В. Подольская определяет апеллятив как «имя нарицательное в противоположность имени собственному» (1998, с. 37).

Под онимом следует понимать специфическое имя или название, которое относится к конкретному объекту, персоне, месту или другой уникальной сущности. Н. В. Подольская характеризует оним как «слово или словосочетание, которое служит для выделения именуемого объекта среди других» (1998, с. 95). Отличительная черта онимов проявляется в их уникальном значении: они, как правило, не могут быть заменены синонимами.

Главное различие между апеллятивами и онимами заключается в уровне их универсальности. Апеллятивы обозначают общие понятия и имеют широкое использование в языке, тогда как онимы являются специфическими именами, которые указывают на конкретные объекты или сущности и часто имеют ограниченное использование, т. е. реализуют свое значение только в определенных контекстах.

Большинство названий мучных изделий являются апеллятивами, отражающими визуальный образ, способ приготовления или основные свойства продукта (*калач, бублик, булка*). Эти слова служат общими наименованиями, универсально применимыми ко всем изделиям данного типа.

Стоит отметить, что среди названий мучной продукции в Тульском регионе представлены и онимы, которые выступают как собственные имена конкретных изделий или брендов (*пряник* «*Купец Шехватов*», *пряник* «*Тульская набережная*», *печенье* «*Слобода*»). В этих случаях название подчеркивает уникальность изделия, связывая его с определенным местом, ритуальным использованием, историей возникновения и т. д.

В контексте нашего исследования особенно важно, что между апеллятивами и онимами нет непроходимой границы. Мы придерживаемся той точки зрения, согласно которой «разница между онимами и апеллятивами нечетка, размыта, возможны промежуточные состояния» (Кварчия, 2023, с. 124). На наш взгляд, некоторые названия находятся в переходной зоне. Они обладают чертами как апеллятивов (универсальность в обозначении категории изделий), так и онимов (связь с конкретным объектом культуры, названием торгового бренда и т. п.).

Мы предлагаем ввести понятие *постапеллятив* (предварительная, рабочая версия термина). Под постапеллятивом понимается промежуточная языковая форма, занимающая пограничное положение между апеллятивом и онимом. Данный термин обозначает категорию кулинарных изделий, которые, сохраняя связь с общим классом объектов, одновременно приобретают уникальные характеристики, обусловленные их привязкой к конкретному региону, культурному контексту или бренду.

Постапеллятивы, как правило, представляют собой двусловные конструкции (например, *белевская пастила, тульский пряник*), которые могут графически оформляться как апеллятивы (без использования кавычек и заглавной буквы). Эти наименования еще не достигают статуса полноценных онимов, но уже выделяются из общей массы апеллятивов, группируя их и приобретая черты уникальности.

Постапеллятивы выполняют важную функцию уникальных идентификаторов в рамках определенного культурного или регионального контекста. Они сохраняют связь с общей категорией изделий, но при этом актуализируют их специфические свойства, подчеркивая географическую, историческую или брендовую принадлежность. Таким образом, постапеллятивы выступают как переходная форма, отражающая динамику языковой номинации и процесс трансформации апеллятивов в онимы.

Таким образом, разграничение апеллятивов и онимов позволяет выделить разные типы номинации, рассмотреть ее как динамический процесс и глубже понять, как формируются названия мучных изделий, включая их связь с культурными и социальными контекстами. Это также помогает исследовать переходные явления, когда апеллятивы могут становиться онимами, например, в процессе брендинга или в условиях региональной привязки.

Рассмотрим апеллятивы в названии мучных изделий. Как отмечает А. Н. Андреев, «наименование изделия во многом указывает на его характерные особенности – внешний вид (форма и поверхность), примерную массу, размеры, объем, состояние мякиша, вкус» (1993, с. 35).

Булка представляет собой крупноштучное изделие массой от 0,5 до 1,0 кг, отличающееся традиционной для булочных изделий формой – круглой или продолговато-овальной. В отличие от нее, *булочки* относятся

к мелкоштучным изделиям, которые характеризуются разнообразием форм, включая круглую, овальную, четырехугольную и другие, при этом их масса обычно составляет от 0,05 до 0,10 кг.

Особую категорию мучных изделий составляют такие продукты, как *баранки, сушки, соломка* и *сухари*. Данные наименования не только отражают традиции их производства, но и указывают на их специфические характеристики, обусловленные особыми технологическими процессами и применением специализированного оборудования. Например, *баранки* и *сушки* производятся с предварительным этапом проваривания заготовок перед выпечкой, что придает им характерную текстуру и вкус, тогда как сухари требуют двойной термической обработки для достижения необходимой хрусткости и длительного срока хранения.

А. Н. Андреев (1993, с. 35) предлагает развернутую классификацию изделий из муки, на основе которой мы выделяем следующие их группы, актуальные для тематики настоящей работы:

1. ***Хлебные изделия:*** хлеб (сдобный, формовой, подовый), хлебцы (включая хрустящие разновидности).
2. ***Булочные изделия:*** булки (крупноразмерные), булочки (мелкоразмерные).
3. ***Слоеные изделия:*** круассаны, слойки (с начинками и без), завитушки.
4. ***Пряничные изделия:*** пряники, пряничные коврижки.
5. ***Бараночные изделия:*** баранки, бублики, сушки, соломка, хлебные палочки.
6. ***Сухарные изделия:*** сухари, хрустящие хлебцы.
7. ***Мелкоштучные сдобные изделия:*** рулеты, плюшки, печенье сдобное.
8. ***Дрожжевые кулинарные изделия:*** продукты из дрожжевого теста (*пироги, пирожки*), продукты из слоеного теста (киш, тарт, корзиночки).
9. ***Кондитерские изделия из дрожжевого сдобного теста:*** пасхальные куличи, рождественские кексы, бриошь.

Классификация мучных изделий, предложенная А. Н. Андреевым (1993), представляет собой структурированное деление на основе технологических, рецептурных и функциональных характеристик изделий. Таким образом, апеллятивы, приведенные в данной классификации, отражают общие свойства, технологию, форму или ингредиенты, характерные для мучных изделий. Они универсальны и могут использоваться для описания категории продуктов. Апеллятивы, называющие мучные изделия, выполняют важную функцию дескрипции, т. е. позволяют лаконично передать информацию о продукте: его составе, форме, технологии производства и назначении. Например, термины *булка* и *булочка* указывают на размер продукта, что имеет значение как для бытового, так и для профессионального употребления.

Онимы придают номинации дополнительные семантические оттенки. Они делают акцент на уникальности изделия, его связи с местом происхождения, брендом или культурно-историческим контекстом. Например, пряник «*Подкова*» является классическим тульским онимом. Его название указывает на уникальную, принятую в конкретном регионе форму, ассоциируемую с местной символикой подковы (легендарный тульский мастер Левша подковал английскую блоху и превзошел иноземных мастеров).

Постапеллятив *тульский пряник* является примером мотивированного наименования, отражающего географическую, историко-культурную и семантическую специфику данного продукта. Это лексическое сочетание представляет собой важный элемент языковой и культурной системы, заслуживающий внимания с точки зрения лингвистической мотивации.

Компонент *тульский* в названии указывает на регион происхождения и выполняет не только идентификационную функцию, но и подчеркивает уникальность пряника как продукта, неразрывно связанного с местной гастрономической традицией. Тула издавна славилась ремесленным производством, и пряник стал частью ее культурного кода. Топонимическая составляющая постапеллятива несет в себе символическую ценность, которая подкрепляется историческим образом Тулы как центра ремесел и мастерства.

Производство тульских пряников восходит к XVII-XVIII вв. и является частью общенациональной кулинарной традиции (Афремов, 2002, с. 56). Компонент *пряник* (от *пряный*) подчеркивает ключевую характеристику изделия – его вкус, который достигается за счет добавления пряностей (гвоздики, корицы, кардамона) (Шанский, 1971, с. 372).

Семантическая мотивация названия *пряник*, которая для носителей современного русского языка давно утратила связь со словом *пряности*, акцентирует вкусовую и текстурную специфику продукта, подчеркивая его отличие от других мучных изделий. Тульский пряник давно утвердился как значимый элемент культурного наследия, связанный с традициями региона. «Еще с XIX века известна традиция приобретать пряники как тульский сувенир при поездке в другой город или страну: гость города увозит с собой ‘печатный’ и сладкий образ Тулы» (Захарова, 2022, с. 65). Термин *печатный* в данном контексте указывает на особую технику изготовления пряников с использованием деревянных форм (досок), на которых вырезаны узоры или надписи, отпечатывающиеся на тесте. Это не только придает изделию уникальный внешний вид, но и исторически отличает тульские пряники от других видов выпечки, подчеркивая их ремесленный характер и связь с традиционным производством.

Согласно исследованиям, тульский пряник занимает лидирующую позицию среди символов региональной идентичности Тульского региона (Абрамова, 2022, с. 73), что подтверждает его значение как носителя локальной специфики и исторической памяти. Таким образом, мы делаем вывод, что название «тульский пряник» выходит за рамки простого обозначения продукта, становясь маркером культурной традиции и регионального самосознания.

Ассортимент тульских пряников отличается разнообразием. Формы изделий варьируются от классических прямоугольных и круглых до фигурных (например, пряник «Заяц», пряник «Матрешка» и др.), что подчеркивает их визуальную привлекательность и символическую значимость. Эстетическая ценность таких

изделий усиливается за счет декоративных элементов: на пряниках могут быть изображены птицы, Тульский кремль или надписи – от поздравлений с конкретным праздником (например, «С днем свадьбы!») до общих пожеланий счастья, здоровья и удачи.

В контексте наименования тульских пряников важно различать само название изделия и надписи на нем, поскольку последние выступают дополнительным мотивационным элементом, определяющим «целевую установку» продукта. Например, пряники с поздравительными надписями превращаются в подарки, несущие особое послание в рамках торжественных событий. Сувенирные пряники, украшенные изображениями местных достопримечательностей, становятся культурными символами региона, способствуя популяризации его истории и традиций. Пряники с пожеланиями, в свою очередь, приобретают статус символического дара, выражая добрые намерения дарителя. Таким образом, сочетание формы, декора и надписей формирует многослойную семантику тульских пряников, усиливая их роль как носителей культурного и социального значения.

Номинацию *тульский пряник* можно считать элементом регионолекта в широком смысле. Под регионолектами понимаются региональные варианты языка, которые характеризуются общими чертами речи, свойственными жителям городов и деревень на достаточно обширных территориях (Ерофеева, 2020, с. 596). В данном случае *тульский пряник* представляет собой устойчивое наименование, отражающее местную традицию и активно используемое в повседневной коммуникации жителей Тульской области, что подчеркивает его связь с региональной культурой и языковой практикой.

Помимо названий пряников, в лексиконе жителей Тульской области, присутствует множество оригинальных наименований мучной продукции. Мотивированность этих названий обусловлена не только их функцией обозначения кулинарных изделий, но и способностью передавать региональный колорит и эмоциональную оценку. В наименованиях мучных изделий часто прослеживается связь с географическими и культурными особенностями региона. Например, название булки «*Венёвка*» связано с топонимом *Венёв* – городом в Тульской области. «Венёвку» следует классифицировать как прагматоним, т. е. коммерческое название, ориентированное на продвижение продукта.

Согласно предложенной классификации мучных изделий, «*Венёвка*» относится к группе «Булочные изделия (крупноразмерные)», где размер является одним из дифференцирующих признаков.

Легенда о булке «Венёвка» утверждает, что Венёв в прошлом был хлебной столицей губернии и славился своими баранками, а основой булки стала двойная баранка, выполненная в форме буквы «В». Эта история придает изделию историческую глубину, связывая его с традициями местного хлебопечения.

В действительности же булка «Венёвка» была создана сравнительно недавно (в 2014 году) с целью развития туризма в Венёве. Инициатива была направлена на формирование узнаваемого гастрономического бренда, который бы привлекал внимание к городу и подчеркивал его культурное своеобразие. Таким образом, «*Венёвка*» представляет собой пример современного прагматонима, где традиционные элементы (форма баранки, региональная «привязка») используются для реализации туристического потенциала одного из районов Тульской области.

Особенность «Венёвки» как крупноразмерного булочного изделия заключается в использовании теста, характерного для тульской выпечки, которое отличает ее от стандартных булок меньшего размера. Такое тесто, как правило, представляет собой сдобную основу, обогащенную маслом, сахаром и иногда молочными продуктами, что придает ему мягкость, легкую рассыпчатость и насыщенный вкус. В традициях Тульской области это тесто часто готовится с учетом местных рецептур, передаваемых из поколения в поколение, и может включать добавление меда или патоки – ингредиентов, исторически распространенных в регионе благодаря близости к пчеловодческим традициям и производству пряников.

В случае «Венёвки» традиционная рецептура дополняется визуальной узнаваемостью, связанной с формой и крупным размером, что делает изделие не только вкусным, но и запоминающимся. Эти качества способствуют продвижению гастрономического бренда Тульской области в другие регионы, подчеркивая вкусовые достоинства и историко-культурную ценность продукта, укорененного в местных традициях хлебопечения. Таким образом, название «*Венёвка*» выполняет функцию обозначения конкретного изделия и подчеркивает его связь с традициями региона, что вписывается в контекст изучения прагматической номинации и ее роли в гастрономическом маркетинге.

Тульский калач – традиционное хлебобулочное изделие Тульской области, известное с древних времен. Его характерной особенностью является форма с «ручкой» – петлей из теста, за которую держали калач, избегая касания основного «тела». Выпекался из пшеничного теста на закваске с использованием ситной муки в русской печи, из-за чего получалась хрустящая корочка и мягкий мякиш. Калач символизировал достаток и использовался в обрядах, на праздниках и как подарок (Афремов, 2002, с. 95). Его образ часто встречается в русских сказках и пословицах. Сегодня тульский калач остается гастрономическим символом региона наряду с тульскими пряниками и самоварами.

С точки зрения классификации мучных изделий, *тульский калач* относится к группе «Булочные изделия (крупноразмерные)». Название в настоящее время приобрело статус постапеллятива, который подчеркивает уникальность изделия.

Многие названия тульских мучных изделий мотивированы их внешним видом или технологией производства. Это преимущественно апеллятивы. Например, изделие *плетенка* отражает образный подход к обозначению. Название *плетенка* относится группе «Мелкоштучные сдобные изделия». Такая номинация универсальна и понятна всем носителям языка, она применима к любым изделиям с аналогичной формой. Визуальная ассоциация подчеркивает важность семантической прозрачности в процессах номинации.

Плетеная форма выпечки имеет глубокие корни в традиционной русской кухне, где она ассоциируется с уютом, домашним теплом и ремесленным мастерством. В культурном контексте хлебопекарное искусство часто связано с обрядами, символизирующими достаток и единство, что придает названию дополнительное значение. Плетение теста подчеркивает технологические особенности изготовления изделия, требующие мастерства и внимания к деталям, что усиливает ассоциацию с качеством и ручной работой. Эстетическая выразительность плетеной формы также играет важную роль, делая сдобу привлекательной и подчеркивая ее уникальность.

Некоторые наименования тульской мучной гастрономии подчеркивают ее назначение или особые качества. Например, *свадебный каравай* указывает на обрядовую роль, а *постная лепешка* – на соответствие религиозным и гастрономическим ограничениям. Эти изделия относятся к группе «Мучные кулинарные изделия». Данные названия являются апеллятивами и распространены не только в тульском регионе. *Свадебный каравай* указывает на его обрядовую роль, *постная лепешка* обозначает изделие, соответствующее религиозным и гастрономическим ограничениям, подчеркивая его специфическое применение в период поста. Оба названия служат примерами того, как функциональные и социальные аспекты могут становиться основой номинации. Это подчеркивает роль языка как инструмента передачи семейных и религиозных ценностей.

Названия таких изделий, как *булочка с корицей* и *булочка с маком*, относятся к группе «Булочные изделия (мелкоразмерные)». Эти наименования являются апеллятивами, поскольку их мотивация основана на указании ключевого ингредиента, который придает изделию характерный вкус, аромат или текстуру. Упоминание ингредиента акцентирует внимание на уникальной вкусовой особенности продукта, делая ее очевидной для потребителя. Подобная номинация облегчает выбор и восприятие изделия, а также подчеркивает его специфические характеристики. Это пример того, как функциональные свойства продукта становятся основой для создания простых и понятных названий.

Рассмотрим мотивированность номинаций мучных изделий, функционирующих на территории Тульского региона на современном этапе, на примере конкретного предприятия. Обратимся к ассортименту пекарни «Традиция»: *улитка маковая, плюшка сахарная, расстегай с красной рыбой, пирог деревенский с маслом, круассан сливочный, бриошь с натуральным шоколадом.*

Сам эргоним «*Традиция*» подчеркивает устойчивость культурных ценностей и связь с историческими ремеслами. Название акцентирует внимание на использовании аутентичных рецептов, характерных для региона, а также на бережном отношении к старинным технологиям. Такой подход способствует формированию доверия и положительного эмоционального отклика у потребителей, что особенно важно в сегменте продуктов питания.

Однако в перечне продукции мы обнаруживаем некоторые наименования выпечки (например, *круассан сливочный*, *бриошь с натуральным шоколадом*), заимствованные из других языков, распространенные по всей стране и отражающие современные гастрономические тенденции. Тем не менее ассортимент включает и традиционные изделия, сохраняющие классические вкусы, ассоциирующиеся с домашним уютом и семейными ценностями.

Улитка с маком относится к группе «мелкоштучных сдобных изделий» в приведенной выше классификации. Оно представляет собой апеллятив, основанный на визуальной ассоциации формы изделия с улиткой, что подчеркивает спиралевидный завиток теста. Упоминание мака в названии указывает на ключевой ингредиент, определяющий вкус и аромат выпечки. Название отличается семантической прозрачностью, что облегчает его восприятие и способствует актуализации народных ассоциаций, связанных с внешним видом изделия.

Однако данное изделие имеет иностранное происхождение. В различных кулинарных традициях оно известно как *греческая улитка.* В России подобная выпечка получила распространение лишь в XXI веке. На наш взгляд, *улитка с маком* входит в ассортимент тульской пекарни «Традиция», поскольку изделия с подобной формой и начинкой востребованы среди потребителей, что делает их привлекательными для производителей. Маковая выпечка занимает прочное место в русской гастрономической культуре (рулеты, ватрушки, пироги с маком), поэтому *улитка* воспринимается как нечто близкое и привычное.

Плюшка сахарная относится к той же группе «Мелкоштучные сдобные изделия». Лексема *плюшка* описывает традиционную форму изделия – распластанное тесто с завитками. Эпитет *сахарная* указывает на особенность приготовления: поверхность изделия, как правило, покрыта сахарным песком, что придает ему характерную текстуру и выраженную сладость. Что касается характера номинации, то *плюшка сахарная* является общеупотребительным названием. Данное название не ограничено какой-либо конкретной территорией и используется в русском языке повсеместно для обозначения подобного рода выпечки.

Название выполняет функцию апеллятива, отражая внешние качества изделия – форму и сахарную посыпку. Перед нами пример традиционной, стандартной русской номинации, вызывающей ассоциации с домашним уютом и гостеприимством.

Расстегай с красной рыбой относится к группе «Дрожжевые кулинарные изделия». Название *расстегай* связано с особенностью формы изделия – открытым верхом, через который видна начинка (ощутима этимологическая связь с глаголом *расстегнуть*, т. е. ‘открыть, показать внутреннее содержимое’ (Шанский, 1971, с. 445)). Упоминание красной рыбы в названии подчеркивает премиальность начинки, что добавляет изделию определенную статусную характеристику. Этот термин укоренен в русской традиции и связан с обрядовой кухней (свадебный и крестильный семейные обряды, осенние календарные обряды), что усиливает его культурную значимость. Апеллятивное наименование основано на технологической особенности (форма) и основном ингредиенте.

Пирог деревенский с маслом также относится к группе «Дрожжевые кулинарные изделия». Лексема *пирог* указывает на способ приготовления и общую категорию выпечки, тогда как эпитет «деревенский» может

ассоциироваться с простотой рецептуры и традиционными способами выпекания. Упоминание масла подчеркивает вкусовую насыщенность изделия и его мягкую текстуру.

В Тульском регионе, как и в других регионах нашей страны, изготавливаются мучные изделия, которые изначально являлись традиционными для других стран. Их названия активно входят в русский язык. Многие из них уже стали привычными. Приведем несколько примеров.

Круассан сливочный мы относим к группе «Слоеные изделия». Компонент *круассан* в этом названии происходит из французского языка и переводится как «полумесяц», что отражает характерную форму изделия. Вторая часть названия указывает на особенность рецептуры, связанную с использованием сливочного масла, которое придает изделию нежный вкус и характерную текстуру. Подобный апеллятив ассоциируется с изысканностью и высоким качеством изделия, что делает его привлекательным для потребителя.

Бриошь с натуральным шоколадом мы выделяем в группе «Кондитерские изделия из дрожжевого сдобного теста». Компонент *бриошь* происходит от французского слова *brioche*, называющего классическое дрожжевое сдобное изделие с мягкой текстурой. Составной апеллятив подчеркивает высокое качество ингредиентов и вкусовую изысканность продукта. Он апеллирует к гастрономическим культурным связям с французской выпечкой, известной мастерством поваров и устойчивыми приоритетами лучших вкусовых качеств.

Таким образом, эти изделия, сохраняя связь с оригинальной культурой, успешно адаптировались к местным предпочтениям, став неотъемлемой частью повседневного рациона. Их названия и рецептуры апеллируют к представлениям о качестве и изысканности, что делает их популярными среди потребителей.

Названия «*Курочка Ряба*» и «*Тетя Сара*», присвоенные смесевым калачам, обладают ярко выраженной мотивированностью, истоки которой лежат в сфере обыденного сознания современного россиянина. В данном случае имеет место интересное сочетание исконно русских традиций и заимствованных элементов, которые функционируют в одном ряду, подчеркивая многообразие культурных влияний и их адаптацию в современном российском контексте. Оним «*Курочка Ряба*» из категории «Булочные изделия» отсылает к широко известному образу русского фольклора (очевидно, с расчетом на доверие потребителя: «Передо мной нечто знакомое с детства»), «*Тетя Сара*» апеллирует к расхожим этнокультурным оценкам еврейского быта и кулинарии как ориентированных на приоритет личностных, индивидуальных вкусовых запросов. Заметим, что в технологию последнего изделия привнесены элементы восточной гастрономической традиции (в начинке использованы хумус и грибы). Это придает выпечке некий экзотический оттенок, поддерживаемый и названием.

Таким образом, анализ названий мучных изделий, функционирующих в Тульском регионе, показал, что их мотивация опирается на разнообразные признаки – от внешнего вида и технологии производства до культурных ассоциаций и региональной специфики. Апеллятивы демонстрируют универсальность и семантическую прозрачность, тогда как онимы и постапеллятивы подчеркивают уникальность и культурную значимость изделий.

Заключение

В результате исследования были в целом решены поставленные задачи. Анализ наименований мучных изделий, функционирующих в Тульском регионе, позволил определить основные закономерности их формирования. Установлено, что номинация данных изделий определяется совокупностью лингвистических и культурных факторов, включая внешний вид, технологию изготовления, региональную смысловую нагрузку и историко-культурные ассоциации.

Исходя из проведенного нами исследования, мы пришли к следующим выводам:

1. Исследование подтвердило, что понятие «постапеллятив» (например, *тульский пряник*) описывает переходные формы, сочетающие универсальность апеллятивов и уникальность онимов, что демонстрирует динамику номинации и ее связь с традициями и брендингом в Тульской области.

2. Анализ показал, что лексический состав названий мучных изделий в Тульском регионе включает апеллятивы, онимы и постапеллятивы, мотивированные внешними признаками, технологией и культурными факторами, что подчеркивает их устойчивую роль в местной гастрономической лексике и традициях.

3. Установлено, что мотивирующие признаки в названиях мучных изделий, распространенных в Тульском регионе, преимущественно основаны на визуальных характеристиках (например, *плетенка* – форма), технологических особенностях (например, *расстегай* – открытая начинка) и культурных ассоциациях (например, калач «*Курочка Ряба*» – отсылка к фольклорному образу), что отражает их связь с гастрономической практикой региона.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с экстраполяцией приемов анализа на аналогичные лингвистические объекты других регионов России с целью сравнительного изучения гастрономической номинации, а также для определения векторов эволюции названий мучных изделий в условиях современных языковых и культурных трансформаций. Планируется изучить влияние коммерциализации и подходов туристического менеджмента на изменение традиционных гастрономических наименований мучных изделий.

Источники | References

1. Абрамова В. И. Символы региональной идентичности Тульской области: эссенциализм, конструктивизм и полевое исследование // Тульский научный вестник. Серия: История. Языкознание. 2022. № 3.

2. Андреев А. Н. Домашний хлеб и сдоба. М.: Колос, 1993.

3. Афремов И. Ф. История Тульского края. Тула: Приокское книжное изд-во, 2002.
4. Бахронова О. Ж. Изучение общетеоретических вопросов ономастики // Вопросы науки и образования. 2024. № 13.
5. Буслаев Ф. И. Материалы для русской стилистики // Буслаев Ф. И. Преподавание отечественного языка. М.: Юрайт, 2025.
6. Гинзбург Е. Л. Словообразование и синтаксис. М.: URSS, 2010.
7. Дзюба М. С. Динамика и статика в ономастике // Неофилология. 2021. Т. 7. № 25.
8. Ерофеева Е. В. Регионолект как континуум // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2020. Т. 17. Вып. 4.
9. Захарова Н. Н. Информационное, когнитивно-образное и прагматическое поле концепта «Тульский пряник» // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2022. Т. 44. № 1.
10. Кварчия В. Б. Онимизация апеллятивов в философской сказке Ф. А. Искандера «Кролики и удавы»: текстообразующая функция // Научная мысль Кавказа. 2023. № 3.
11. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии: в 2 ч. М.: Наука, 1998. Ч. 1.
12. Серебренников Б. А. Номинация и проблема выбора // Языковая номинация. Общие вопросы / отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. М.: Наука, 1977.
13. Сырвачева Е. С., Мичурина Ф. З. История и современное состояние рынка хлебопечения России // Экономика и управление народным хозяйством. 2023. № 2.

Информация об авторах | Author information

RU

Стародворцев Никита Романович[1]
[1] Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого

EN

Nikita Romanovich Starodvortsev[1]
[1] Tula State Pedagogical University named after L. N. Tolstoy

[1] *pekarnj2013@yandex.ru*

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 14.02.2025; опубликовано online (published online): 10.04.2025.

Ключевые слова (keywords): Тульский регион; мучные изделия; мотивация названий; ономастика; постапеллятив; Tula region; flour products; motivation of names; onomastics; post-appellative.