**Ономастические реалии: лингвокультурологический и прагматический аспекты**

Ражина Виктория Александровна

Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Краснодар – 2007

**Общая характеристика работы**

Ономастическая лексика была и остается постоянным объектом пристального внимания исследователей. Семиотическая сущность имени собственного, особенности семантического содержания ономастической лексики анализировались в трудах Дж. Милля, А. Гардинера, Э. Гуссерля, О. Есперсена, Г.-Н. Кастаньеда, Е. Куриловича, П.А. Флоренского, А.Ф. Лосева, О.С. Ахмановой, А.А. Уфимцевой, Д.И. Руденко, А.В. Суперанской, Ю.С. Степанова, И.А. Мельчука, А.Д. Шмелева, А.А. Черноброва и мн. др. Как известно, диахронический подход долгое время был приоритетным при исследовании ономастической лексики (ср. классические труды В.Н. Топорова, О.Н. Трубачева, Вяч. Вс. Иванова, Н.И. Толстого, В.Д. Бондалетова, а также С.Н. Смольникова, Ф.Б. Успенского, Ю.С. Азарх и мн. др.). Контрастивную ономастику исследовали А. Вежбицкая, Н.В. Багринцева, З.У. Блягоз, К.Е. Гагкаев, А.А. Живоглядов, Д.И. Ермолович, О.А. Смирнов). Многочисленны исследования онимов в идиолектах писателей, что закономерно, ибо ономастичность выступает важным параметром текстуальности (Андреева Л.И., Ботвина Н.Д., Буштян Л.М., Виноградова Н.В., Воронова И.Б., Громова В.В., Жогина К.Б., Зинин С.И., Зиннатуллина Г.Х., Карпенко Ю.А., Козакова А.А., Магазанник Э.Б., Рубцова Е.Ю., Силаева Г.А., Соловьева М.А., Фонякова О.И., Чмыхова Н.П. и мн. др.). Бурно развивается функциональная ономастика (Захарова М.А., Кацба И.Р., Меркулова Н.В.) и теория ономастической лексикографии (Горбаневский М.В., Епурь В.Б., Кондратьева Т.Н., Отин Е.С.), ставятся и решаются проблемы ономастического словообразования и ономастической морфологии (Бучко Д.Н., Василевская Л.И., Подольская Н.В.); активно исследуется искусственная ономастическая номинация как риторическое изобретение (Крюкова И.В., Шимкевич Н.В., Козлов Р.И., Исакова А.А., Китанина Э.А.). И в то же время «традиционным для работ по ономастике стало указание на нерешенность большого числа проблем собственных имен» [Руденко Д.И., 1988 : 55].

Ономастический материал обладает огромным культуроведческим потенциалом. В аспектах лингвокультурологической и прагматической информации ономастика, однако, изучена совершенно недостаточно. Как справедливо отметила Е.Л. Березович [1998:7], недостаточно декларирования факта культурно-исторической ценности имени собственного, но необходимо выработать методологию извлечения культурно-исторической информации из ономастикона, а также методологию описания и интерпретации этой информации. Свою работу мы расцениваем как один из шагов в осуществлении этой масштабной задачи.

Наряду со способностью передавать значимую для реципиента информацию, онимы обладают способностью делать ту же информацию закрытой для «непосвященных» или инокультурных восприемников, поскольку имена собственные – это всегда специфические реалии, относящиеся к фоновой лексике. Таким образом, актуальность диссертации определяется неослабевающим интересом к феномену собственного имени, а также тем, что ономастические реалии представляют собой важнейший языковой источник информации о духовной культуре, ономастический материал позволяет работать с лингвокультурологической и прагматической информацией, которая пока еще в малой степени вовлечена в научный оборот (что во многом связано с инерцией представлений об ономастической единице как этикетке - знаке, передающем только энциклопедическое значение).

Объектом исследования в диссертации являются различные типы ономастической лексики (антропонимы, топонимы, эргонимы и маркировки) в русском и английском языках.

Предметом исследования стало лингвокультурологическое и прагматическое содержание тех онимов, которые передают фоновую информацию и могут быть охарактеризованы как ономастические реалии.

Цель диссертации состоит в установлении и систематизации лингвокультурологических и прагматических особенностей онимических реалий.

Общей целью предопределены и конкретные исследовательские задачи:

-проанализировать сущностные характеристики лингвокультурологической обусловленности онимов;

-показать прагматические возможности различных групп ономастической лексики;

-выявить корреляцию изменений в структуре значения ономастических единиц;

-описать функции онима в условиях языковых и культурных контактов;

-прояснить роль ономастической лексики в реализации категорий художественного текста;

-определить, как топонимическая лексика участвует в создании хронотопа произведения;

-установить, какими способами аллюзивное имя связывает художественный текст с другими культурными пространствами;

-исследовать ономастический стиль и ономастическую моду (в сфере искусственной ономастики);

-описать процессы трансонимизации – перехода имен собственных из одного онимического поля в другое.

Методологическая основа диссертации состоит в реализации комплексного междисциплинарного подхода к анализу материала, предполагающего рассмотрение языковых фактов в тесной связи с данными культурологии, социолингвистики и этнолингвистики. Это продиктовано тем, что ономастическая лексика исключительно чутко реагирует на общественно-политические, социальные, культурные преобразования, настраивая свою систему и ее отдельные компоненты на оптимальное выполнение социального заказа. Вообще изучение имени собственного с неизбежностью требует привлечения обширных экстралингвистических сведений, имеющих объяснительную силу (историко-этимологические сведения, вся совокупность мифологических представлений, связанных с онимами, и т.п.).

В трудах по ономастике всегда преобладал диахронический подход. Как сказано в Энциклопедии «Русский язык», «объектом исследования ономастики являются история возникновения имен и мотивы номинации (названия), их становление в каком-либо классе онимов, различные по характеру и форме переходы онимов из одного класса в другой…» [Подольская Н.В., 1997 : 290]. Однако «в диахронических исследованиях содержание имени собственного неотделимо от их внутренней формы» [Ермолович Д.И., 2005 : 8]. Анализ лингвокультурного потенциала и прагматических возможностей онимической лексики требует рассмотрения объекта прежде всего в синхронии. Однако элементы исторического подхода, привлечение данных диахронии оказываются необходимыми, ибо подлинно системное описание онимов невозможно без информации об исторической перспективе того или иного явления, о происхождении изучаемого объекта.

Таким образом, методы исследования обусловлены спецификой объекта, языкового материала, а также целями и задачами работы. В работе использованы дескриптивные методы с элементами интерпретационного анализа. При непосредственном изучении языкового материала применялся контекстуальный лингвопрагматический анализ, предполагающий учет не только содержательно-смыслового пространства конкретного текста, но и широкого лингвокультурологического контекста. Использовалась также социометрическая методика, которая позволяет показать обусловленность имени собственного культурными и социальными параметрами.

Материалом диссертации стали единицы (около 3000) русского и английского ономастикона, извлеченные из актуальных текстов (см. список источников). Примеры подбирались с учетом того, что характерные признаки, отличающие либо объединяющие ономастические системы русского и английского языков, представляют лингвокультурологический интерес.

Новизна предлагаемой диссертации состоит в уточнении лингвокультурологического статуса ономастических реалий и их прагматических характеристик. В большинстве лингвистических работ ономастическая лексика рассматривается прежде всего с точки зрения семантического содержания, изучение же ее в качестве лингвокультурного артефакта только начинается.

Теоретическая значимость работы определяется уже тем обстоятельством, что освоение ономастики играет огромную роль в формировании когнитивной базы языковой личности в процессе ее становления. Понимание прецедентных имен собственных является важным критерием уровня коммуникативной компетентности (ибо подразумевает не только овладение техникой языка, но и овладение определенным социокультурным кодом). Проведенный анализ ономастических реалий – прецедентных имен – может способствовать установлению «прецедентикона» (термин Г.Г. Сергеевой) современной языковой личности в русской и английской лингвокультурах. Проведенное исследование способствует развитию общей теории ономастики.

Практическая значимость изучения фоновых знаний (которые концентрируются в ономастической лексике) вполне очевидна: она определяется необходимостью понимания и интерпретации разного рода текстов на родном и иностранном языках при обучении, в переводческой деятельности, при использовании текстов с различными коммуникативно-прагматическими целями. Теоретический и эмпирический материал исследования может использоваться в практике преподавания русского и английского языков, при изучении таких теоретических курсов, как «Введение в языкознание», «Общее языкознание», «Стилистика», спецкурсов по ономастике, лингвокультурологии и лингвопрагматике, а также для самостоятельных исследований в курсовых и дипломных работах. Поскольку понимание культурно значимых онимов и стоящих за ними смыслов есть одновременно усвоение языковой личностью ключевых концептов национальной культуры, диссертация может способствовать оптимизации методики формирования коммуникативной компетенции в процессе обучения родному и иностранному языкам. Материал диссертации может быть использован в лексикографии – например, при создании словарей национально-прецедентных имен, словарей коннотативных онимов и под.

Положения, выносимые на защиту:

1. Ономастические реалии – особая знаковая подсистема, динамично реализующаяся в различных лингвоэстетических и лингвостилистических подсистемах. Основным параметром этой подсистемы является бóльшая (по сравнению с нарицательной лексикой) зависимость от социокультурных обстоятельств. Ономастика соотносится с системой культурно маркированных ценностей и представлений, усваиваемых в процессе приобщения к соответствующей лингвокультуре.

2. Границы между культурно-специфическими и интернационально известными онимами становятся в настоящее время все более подвижными и обратимыми вследствие расширения и углубления процессов межкультурной коммуникации.

Анализ имени собственного как лингвосоциального артефакта позволяет осмыслить онимы (топонимы, антропонимы и эргонимы) как мифологемы, интегрирующие в себе и денотат, и концепт.

Как языковые знаки, неотделимые от соответствующей лингвокультуры и процессов комуникации, онимы приобретают прагматическую значимость - способность передавать различные типы эмоциональных и интеллектуальных оценок. Новые единицы из сферы искусственной ономастики под влиянием экстралингвистических условий, в том числе под воздействием таких категорий, как «мода» и «престиж», быстро минуют стадию агнонимов и превращаются в прагмемы.

Выступая одновременно в функции идентификации и символизации, ономастическая реалия способствует языковой экономии.

Апробация работы. Основные результаты работы докладывались на заседаниях кафедры перевода и информатики Лингвистического института РГПУ, а также на конференциях:

Всероссийская научная конференция «Актуальные проблемы современной лингвистики» (Ростов н/Д: РГПУ, 2005 г.), Международная научно-практическая конференция «Язык в контексте социально-правовых отношений современной России» (Ростов н/Д, РГЭУ 2006).

Структура диссертации подчинена последовательной реализации цели и задач. Работа состоит из введения, четырех глав, заключения, списка источников текстового материала и библиографии.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Ономастика почти безоговорочно относится к так называемой фоновой лексике. Как известно, для успешной межкультурной и межъязыковой коммуникации мало усвоить языковые закономерности, но необходимо овладеть фоновыми знаниями иноязычной культуры, иметь представление о национально-культурных особенностях народа-носителя языка. В настоящей работе внимание сосредоточено именно на лингвокультурологических и прагматических свойствах ономастикона.

Ономастические реалии анализируется (или, во всяком случае, упоминаются) в пособиях по лингвострановедению. Как известно, лингвострановедение обладает своим собственным предметом, конкретными направлениями изучения и развития, представляет собой методическую дисциплину, обеспечивающую коммуникативность обучения иностранным языкам, решающую общеобразовательные и гуманистические задачи, подчеркивающую кумулятивную функцию языка. В известном смысле лингвострановедение - есть путь познания культуры через язык и, наоборот, языка через культуру.

Однако общетеоретическая ценность лингвострановедческого подхода по отношению к ономастике, как считает Е.Л. Березович [1998 : 18], не столь высока. Прежде всего, смущает установка на поиск особых «имен-реалий», наделенных национально-культурной спецификой и противопоставленных остальным онимам. Неясны критерии их разграничения. Экстралингвистическая категория «известность» с трудом поддается научному анализу (разве что может быть выявлена путем масштабных социологических опросов). Если имя Иван Грозный – бесспорное имя-реалия, то можно ли то же самое сказать об имени Андрей Курбский? Как оценить «общеизвестность» антропонимов Хлопуша, Меншиков, Пущин (при несомненной «реалийности» ассоциативно с ними связанных имен Пугачев, Петр 1, Пушкин)? Как утверждает Е.Л. Березович [там же], это «нелингвистический вопрос», ибо никакие лингвистические приемы и методы анализа не позволят найти адекватный ответ. Критическую оценку «лингвострановедческому подходу» дает также В.П. Нерознак [1995 : 4-6] и называет такой подход «туристическим». Действительно, во всех пособиях приводятся примеры «лингвострановедчески значимых онимов» типа Биг Бэн, Робин Гуд (Великобритания), Москва, Стенька Разин (Россия), но не указываются методы или подходы, которые позволили бы «исчислить» весь набор таких онимов, с одной стороны, и отграничить их от «лингвострановедчески не значимых» - с другой.

В 70-80 гг. изучение взаимодействия языка и культуры приобрело новые перспективы в рамках нового направления, возникшего на стыке лингвистики и культурологии, – лингвокультурологии, развиваемого в трудах А. Вежбицкой, Ю.Н. Караулова, В.В. Воробьева, И.Г. Ольшанского, В.А. Масловой и мн. др. Антропоцентричность нового направления соответствует общей современной тенденции гуманитарных исследований.

В отличие от таких продвинутых областей знания антропологической лингвистики, как лингвосоциология и лингвопсихология, лингвокультурология, как и ее основание– культурология, находится в стадии своего проектирования и становления. Язык, согласно концепции лингвокультурологии, активно участвует во всех важнейших моментах культурного творчества – выработке миропредставления, их фиксировании и последующем осмыслении. Он есть форма выражения содержания мысли, само это обретенное и сохраняемое духовное содержание и, наконец, инструмент его осмысления, орган самосознания [Постовалова В.И., 1999 : 30].

Основная задача лингвокультурологии применительно к ономастическому материалу состоит в исследовании и описании механизмов, на основе которых осуществляется взаимодействие онимов как единиц естественного языка с культурной семантикой культурного кода. Результатом действия этого механизма является презентация онимами культурной семантики и тем самым – выполнение ими функции вербализованных знаков культуры. Носители языка обладают рефлексивной способностью к культурной референции, в основе которой лежит соотнесение онимов естественного языка с «языком» культуры, обладают способностью опознавания в языковых сущностях культурно значимых, зачастую – национально специфических установок.

В теории перевода ономастика рассматривается как носитель фоновой информации. Фоновая информация – явление историческое и динамическое, именно поэтому ее делят на актуальную и историческую, на кратковременную и долговременную. Ясно, что, например, мифологические реалии более долговечны, они актуальны на протяжении всей зримой истории народа (Баба-Яга, Кощей Бессмертный, Жар-птица). Именно поэтому они фиксируются лингвокультурологическими словарями [Степанов Ю.С., 2004, Русское культурное пространство. Лингвокультурологический словарь, 2004]. Иное дело – кратковременная фоновая информация, которая нередко представляет собой суррогат, шлак культуры, является «словесной разменной монетой» [Виноградов В.С., 2004 : 44] времени, которая быстро входит в употребление, но столь же быстро и выходит из него. Носителями такой информации часто становятся эргонимы и маркировки.

Ономастический материал дает возможность переводчику, уходя от пословных соответствий, добиваться соответствия более высокого уровня – текстового, содержательного, прагматического и эмоционального, ибо перевод может считаться удачным только тогда, когда у реципиента принимающей культуры он пробуждает рефлексию, аналогичную рефлексии реципиентов оригинала. С этой целью все содержательные составляющие оригинала должны быть представлены в переводе (в противном случае может сложиться ситуация, когда высокохудожественное произведение в принимающей культуре воспринимается через перевод как малосодержательное и неинтересное).

Материал первой главы позволяет сделать следующие выводы:

1. В когнитивных структурах, формирующих коммуникативную компетенцию, важное место занимают имена собственные, которые в максимальной степени воплощают культурно-исторический опыт нации.

2. Ономастическая лексика представляет собой знаки и символы, которые могут быть расшифрованы и описаны. Ономастическое пространство, являясь значимым элементом в системе языка и культуры, способствует постижению национальной культуры этноса.

3. Ономастические единицы являются важной составляющей прецедентных феноменов. Прецедентные онимы олицетворяют сформировавшиеся в языковом и культурном сообществе типовые представления о некоторых ситуациях и качествах и служат для апелляции к экстралингвистическим знаниям носителей языка.

4. Информационная и прагматическая прозрачность прецедентного онима облегчает его дешифровку и снимает необходимость ввода широкого пояснительного контекста.

5. Сложная и многогранная система ономастической лексики диктует исследователям необходимость ее членения как по денотативной соотнесенности (антропонимика, топонимика, эргонимика и проч.), так и по сферам использования (реальные, эстетические и проч.).

6. Ономастическая лексика закономерно относится к реалиям (безэквивалентной лексике). При передаче аллюзивных реалий в языке перевода первостепенное значение приобретает известность источника ассоциаций, содержащихся в данных именах, для носителя языка перевода.

Вторая глава называется «Топонимы в лингвокультурологическом аспекте».

Язык лингвокультурного сообщества интегрируется в его материальную и духовную культуру. Древнейшее мифологическое сознание характеризуется синкретизмом, то есть единством и неотделимостью предмета и его имени. Первые (древние) имена собственные выступали в качестве названий (именований) «по природе», они ассоциировались только с конкретным предметом: в терминологии А. Гардинера это наименования, имеющие «воплощенный» характер. Географическое значение топонима – это его прямое, обязательное значение, без которого нет топонима. Предметом анализа в данной главе является не это первичное значение, а прагматическое содержание, условия формирования прагматических созначений и их динамика.

В классической английской литературе адрес персонажа всегда рассматривался как показатель социально-имущественного статуса, что обусловлено социально-историческими условиями, общественно-культурной ситуацией. Так, в рассказе Дж. Апдайка «Of the farm» лаконичная характеристика “the stiffish Park Avenue couple” содержит намек на высокий социальный статус чопорной и высокомерной супружеской пары.

Признак престижности, связанный с топонимикой, мобилен: представление о престижном адресе меняется с течением времени. Если в конце Х1Х – начале ХХ вв. массовый характер имело стремление людей в промышленные города за своей «американской мечтой» (и такая социальная ситуация эпохи урбанизации описана, например, Т. Драйзером в романе «Сестра Кэрри»), то к середине ХХ в. положение изменилось.

Топонимы справедливо называют «вдвойне социальными знаками», которые хранят память об исконной мотивировке наречения. Занимая промежуточное положение между миром материальных объектов и духовным миром, они наиболее интересны для лингвокультурологии и лингвопрагматики.

Основным параметром топонимической системы является зависимость от социокультурных особенностей. Именно в силу этого ойконимы и урбанонимы сущностно мотивированы и эта мотивированность ощущается и в синхронии. Так, Староконюшенный переулок в Москве сохранился с того времени, когда там были домишки дворцовой конюшенной слободы. Кривоколенный переулок действительно «заслужил» это название, ибо два раза он изгибается под прямым углом.

Иные социокультурные обстоятельства формируют и иные принципы топонимической и урбанистической номинации. Ср.: «Планы американских городов вычерчивались вместе с названиями улиц еще до того, как город построен. Образцом служила схема Филадельфии. Американские города представляли собой квадрат или прямоугольник, разделенный улицами, пересекающимися под прямым углом. Названия улиц давались, как правило, по модели Вашингтона: числами обозначались улицы, идущие в одном направлении, буквами – пересекающие их улицы. Числовые обозначения в американских городах нередко превышают сотню» [Егорова Т.П., 1988 : 112-119]. Ср. в русском языке: с помощью цифр различаются одноименные улицы: 2-я Краснодарская, или, как в кинофильме Э. Рязанова «Ирония судьбы, или с легким паром» - Третья улица строителей в Москве и Ленинграде.

Повторная номинация в сфере урбанонимов целиком обусловлена социальными причинами. Так, период неоромантизма начала ХХ века повсеместно в европейских городах отмечен интересом к восстановлению бывших названий улиц. В Оксфорде улица, в течение 800 лет известная как Cat Street, снова обретает исконную форму –St. Catherine Street. Переименования улиц в Лондоне часто были продиктованы стремлением к большей конкретности, желанием избежать дублетных наименований: Bishops Road стала Bishops Bridge Road , Brid Row стала Buckingham Palace Road; Одна Alma Road стала Kitson Road, другая Alma Road - Harecourt Road [Smith Al., 1972] .

3,5 тысячи топонимов Москвы есть «слепок русско-советского облика национального мышления, слепок с нового образа русского самосознания» [Горбаневский М.В., 1991 : 36]. Большой Патриарший переулок в Москве в 1924 году стал называться Большим Пионерским, а с 1964 года – улицей А. Мицкевича ( только потому, что на углу с улицей А.Толстого тогда находилось польское посольство). Однако посольство уже давно покинуло то угловое здание. Факты конъюнктурных политических переименований дают основание для такого образа: топонимия – это «политика, опрокинутая в географию»[там же]. Ср. использование как топонимического названия имени Сталина: в 50-е годы Сталин - это название города Кучова в Албании, название города Брашова в Румынии, города Варна в Болгарии (как сообщается в Малой советской энциклопедии, Варна – город в Болгарии, переименованный по просьбе трудящихся в 1949 году в город Сталин), Сталинварош – название города Дунайварош в Венгрии до 1961 года, Сталинштадт – новый город, построенный в начале 50-х гг. в Германской Демократической Республике, Сталиногруд – название (в 1953-1961 гг.) города Катовице на юге Польши, Сталинабад – название города Душанбе в 1929-1961 гг; Сталиград – название г. Волгоград с 1925 по 1961 г., Сталинири - город (до 1934 г. и в настоящее время – Цхинвали) в Осетии, Сталино – название города Донецк в 1924-1961 гг., Сталинск – название города Новокузнецк с 1932 по 1961 гг., Сталина залив – залив в архипелаге Северная Земля, Сталина пик 1 – высочайшая вершина СССР (северо-западный Памир); с 1962 года – пик Коммунизма, Сталина пик 2 – название вершины Мус-Алла в 50-е гг. (в горном массиве Рила-Планина в Болгарии), Сталина пик 3 - название вершины Герлаховски Шпит в горном массиве Высокие Татры ( в 50-е гг.).

Как пишет Вяч. Вс. Иванов [1998 : 23], «садизм Сталина проявлялся и в том, что одну за другой большие улицы Москвы, по которым он ездил, он называл именами зарезанных, застрелянных и отравленных по его приказанию врагов, мешавших его приходу к единоличному правлению – Фрунзе, Киров, Куйбышев, Горький…»

В 1968 году старинный русский город Гжатск в Смоленской области был переименован в Гагарин (хотя первый космонавт родился не в самом Гжатске, а в селе за 20 км от Гжатска). Интересно, что против переименования был отец космонавта. Его мнение воспроизводится в работе [Королева И.А., 2003 : 95-97]: «Память надо увековечивать так, чтобы не нарушать историю. Петр Первый основал Гжатск. Много есть хороших людей. И вот кто-то подрастет и совершит геройство больше, чем Юрка… Тогда как, опять переделывать?»

Нередки обратные переименования: Калинин вновь стал Тверью, Куйбышев – Самарой, Свердловск – Екатеринбургом, Ленинград – Санкт-Петербургом, Андропов – Рыбинском.

Многочисленные переименования городов и улиц неоднократно были предметом рефлексии не только ученых-лингвистов, но и общественных деятелей, писателей и журналистов. Ср. ойконим, передающий ироническую модальность, в пародии С. Лившина:

Отсюда, из села Малые трудодни, уходил он когда-то служить в армию [Санников В.З., 1999 : 175].

Новые топонимические традиции (курс на мемориализацию географических названий, на создание «топонимических святцев» - от Ленина до Брежнева, превращение карт советских городов в политический плакат или своеобразные топонимический пантеон за счет уничтожения старинных наименований) обсуждает М.В. Горбаневский [1991 : 25-39]. По его мнению, мемориальные идеологические названия есть часть общего нигилистического отношения к национальной топонимии. Называя московскую улицу именем Хулиана Гримау, мы превращаемся в Иванов, не помнящих родства. М.В. Горбаневский пишет о всеобщей ответственности за названные процессы: «Кто возвысил свой голос против замены имени Черемушкинского района Москвы на Брежневский? Кто, признавая приоритет общекультурных и общечеловеческих ценностей над идеологическими догмами, положил свой партийный билет на стол райкома в знак протеста против переименования Манежной площади в площадь 50-летия Октября? Кто посчитал превращение Софийской набережной Москвы-реки в набережную Мориса Тореза надругательством над исторической памятью москвичей и духовными традициями православия?» [там же, 26].

Материал второй главы позволяет сделать следующие выводы:

1. На состав и функционирование топонимов воздействуют разнообразные экстралингвистические факторы, и это воздействие определяется особым характером онимических знаков. К воздействующим экстралингвистическим факторам относятся социальная история, господствующая идеология, этнокультурные процессы, а также процессы конкретизации и стандартизации.

2. В процессе коммуникации отправитель сообщения, как правило, не абстрагируется от передаваемой информации, а вовлекается в процессы эмоциональных и интеллектуальных оценок, при этом для выражения оценочных смыслов нередко привлекаются топонимы.

3. Топонимы в художественном тексте служат отнюдь не только для того, чтобы, используя пространственную соотнесенность топонимии, поместить в пространстве действующих лиц и создать достоверный фон для изображаемого действия. Топонимы могут становиться важным характеризующим средством и непосредственно воздействовать на воплощение общего художественного замысла.

4. Под воздействием экстралингвистических условий топонимические номинации, прежде всего – ойконимы и урбанонимы могут превращаться в идеологемы общественного сознания своей эпохи.

Третья глава «Антропонимы в лингвокультурологическом аспекте»

Художественная (или эстетическая ) ономастика, как правило, базируется на национальных традициях образования и функционирования собственных имен, что дает читателю пространственно-временные ориентиры (место действия, время, социальный статус участников событий и т.п.). Исследователи выделяют три функции антропонимов в художественном тексте: номинативную, характеризующую и социально-идеологическую [Чмыхова Н.П., 2001 : 76]. При этом номинативную функцию усматривают в случаях тривиальных имен и фамилий, характеризующую – в случаях мотивированных («говорящих») имен, а социально-идеологическую – в ситуациях использования дифференцированного для каждого сословия именника. К примеру, А.Н. Островский, описывая нравы и быт купцов Замоскворечья, прекрасно знал и антропонимическую ситуацию своего времени. Купечество в его пьесах носит имена Савва, Савел, Гордей, Лариса, Поликсена – эти имена относят к купеческим и исследователи – В.В. Никонов, А.В. Суперанская, С.И. Зинин. См. подробнее [Андреева Л.И., 1995].

«Говорящее» имя представляет собой иконический знак. Признак иконичности приписывали языковому знаку еще основоположники семиотики Ч. Пирс и Ч. Моррис, однако эти идеи оказались «подзабытыми» из-за доминации соссюровского положения о произвольности знака (тесно связанным с другой основополагающей позицией – представлением о системном характере языка). Ш. Балли [1955 : 146-147], один из издателей соссюровского «Курса общей лингвистики», стремился ограничить сферу функционирования в языке произвольного (немотивированного) знака и расширить сферу знаков мотивированных. Если с помощью языка люди передают не только мысли, но и чувства, отношение к обсуждаемому, то слова, используемые для этого, не могут быть «немотивированными». В первую очередь это касается таких сфер, как переносные значения, полисемия.

Роль «говорящего» имени может состоять не только в характеризации самого носителя имени. «Говорящие» имена могут выполнять и текстообразующие функции: так, в рассказе А. Чехова «Страшная ночь» страх нагнетается с помощью фамилий Панихидин, Трупов, Упокоев, Черепов, Погостов, Кладбищенский, Челюстин и топонимов Успенье-на-Могильцах, Мертвый переулок. А в рассказе «Лошадиная фамилия» «антропонимическая выдумка Чехова сконцентрировала 39 «лошадиных» фамилий в пределах одного короткого рассказа» [ Зайцева К.Б., 1973 : 38].

Материал третьей главы позволяет сделать следующие выводы:

1. Антропоним в художественном тексте кодирует социкультурную и прагматическую информацию. Имя собственное в художественном тексте реализует огромный коннотативно-экспрессивный потенциал, обусловленный способностью онимов к накоплению речеконтекстных и фоновых приращений интра- и интертекстуального характера.

2. Художественный ономастикон отражает (и выражает) особенности национальной ономастики и вместе с тем может оказывать на нее обратное влияние, чем обусловливается сложная система прагматического содержания ономастических единиц.

3. На способ перевода антропонимов влияет их структурно-семантическме и стилистические особенности. Приниципиальная переводимость «говорящих» имен основана на сходных приемах создания экстралингвистических (мифологических, исторических, литературных и др.) ассоциаций в языке-источнике и в языке перевода. Переводимость «значащих» имен определяется возможностью перевода лексического значения основы и сходством словообразовательных моделей.

4. А антропонимической системе определенной лингвокультуры можно выделить онимы, которые относятся к ядру языковых средств, хранящих и транслирующих культурную информацию, играющих ведущую роль в формировании национального и, следовательно, языкового сознания, определяя шкалу ценностей и моделей поведения членов лингвокультурного общества. Это сублимированные знаки, способствующие формированию дополнительных смысловых пластов путем актуализации в сознании реципиента ассоциативных связей культурно-исторического характера.

Четвёртая глава называется «Искусственная ономастика: прагматическое содержание и лингвокультурологические особенности». Онимическая лексика является неотъемлемой частью, подсистемой лексики любого естественного языка. Основная масса имен собственных принадлежит к естественному языку, и лишь некоторая их часть есть результат искусственного создания.

Естественная номинация связана со стихийным учетом свойств объекта, обязательной апробацией народным опытом, неизвестностью авторства, коллективностью номинации с точки зрения сегодняшнего дня. Искусственно созданные наименования напрямую зависят от господствующей идеологии, отражают и выражают ее. Ср. иронию М.А. Булгакова по поводу ангажированности новых печатных изданий, переданную с помощью онимических обозначений:

[Визитная карточка]: Альфред Аркадьевич Бронский. Сотрудник московских журналов – «Красный огонек», «Красный перец», «Красный журнал», «Красный прожектор» и газеты «Красная вечерняя Москва»… сотрудник сатирического журнала «Красный ворон» издания ГПУ (М. Булгаков «Роковые яйца»). Интересно, что если сатирики Х1Х в. обыгрывали в названиях печатных органов тему «желтизны», нечистоплотности (ср.: у М. Салтыкова-Щедрина упоминается газета «Помои», у А. Чехова – газеты «Хрюкало», «Начихать вам на голову»), то у М. Булгакова - акцент на идеологической составляющей. Искусственно созданные имена имеются в любой категории онимов, их много, например, в астрономии, херматонимии, зоонимии, где они создают свои системы. В данной главе будут рассмотрены те группы искусственной онимической лексики, где лингвокультурологическая обусловленность проявляется наиболее явно и ярко - эргонимы и маркировки. Как известно, единой точки зрения на лингвистическую природу эргонимов и маркировочных обозначений не существует. Чаще всего подчеркивается их переходный (между именами собственными и нарицательными) характер, их особое положение по отношению к лексической системе.

Наряду с проанализированными группами онимов существует обширная, но малоизученная группа имен собственных товаров, которые называют маркировочными обозначениями (маркировками) номенами, товарными марками, товарными знаками, номенклатурными знаками, прагмонимами (от pragma «вещь, товар» + onyma «имя») или прагматонимами [Исакова А.А., 2005 : 5]. А.В. Суперанская [1978] считает, что данные названия стоят на грани между именами собственными и апеллятивами. Однако чаще маркировки выделяют в отдельную ономастическую группу. См. обзор точек зрения в работе [Исакова А.А., 2005]. Маркировочные обозначения, относящиеся к коммерческой номенклатуре, определяются как искусственные слова, специально созданные из национального или интернационального материала для обозначения и идентификации серийно выпускаемых товаров.

В применении к номенклатурным знакам вполне правомерно используют термин «культурема» или «лингвокультурема. В отличие от слова и лексико-семантического варианта слова как собственно языковых единиц, лингвокультурема включает в себя сегменты языка (языкового значения), но и культуры (внеязыкового смысла). Лингвокультурема, как комплексная межуровневая единица, представляет собой диалектическое единство лингвистического и экстралингвистического содержания, эта единица, как слово-символ, более глубока, нежели обычное слово.

Символическая значимость реалии состоит в указании на некий факт, который известен каждому носителю языка и связан с местом реалии в данной культуре. Знание этого факта помогает индивиду ощущать себя частью этноса, определяя свое речевое поведение по определенным словесным клише. Такой символ всегда активизирует в памяти носителя языка традиционный образ, типовую ситуацию. Стиральный порошок «Персил» - изначально уникальная реалия в Германии, он был широко распространен в послевоенные годы в Западной Германии. После перестройки стал популярен и в России. Однако только для немецкой лингвокультуры это номенклатурное (маркировочное) обозначение со страноведческим потенциалом. Ср. характерное использование наименования стирального порошка «Лотос» - одного из немногих, которым пользовались в советское время:

Забыли, как за гречкой и порошком «Лотос» в очереди давились? (Б.Акунин) – цит. по: [Иванищева О.Н., 2005 : 19].

Характерно, что в современной русской лингвокультуре иноязычные маркировочные наименования все чаще приобретают такую символическую функцию. Ср. анекдот из «Комсомольской правды» ( от 26 июня 2004 г.), целиком построенный на узнаваемых маркировочных обозначениях:

Распорядок дня:

Нокия, Колгейт и Орал-би, Жиллет, Меннен, Нескафе и Хохланд, Орбит, СААБ, Компак, Эпсон и Нокия, Нокия, Нокия.

Макдоналдс, Орбит. Компак, Эпсон и Нокия, Нокия, Нокия. СААБ.

Туборг-Туборг-Туборг. Нокия…Нокия. Колгейт и Орал-би. Дюрекс, Дюрекс! Дюрекс!!!

Характерно, что для превращения в факт современной русской культуры маркировкам вовсе необязательно быть транслитерированными. Процессы международной интеграции связаны с приобщением к интернациональному пласту лексики, в значительной мере созданному на базе английского языка. Показателен в этом отношении опыт словаря под редакцией Г.Н. Скляревской – «Толкового словаря русского языка конца ХХ столетия. Языковые изменения», включающего целый раздел нетранслитерированных заимствований новейшего времени. Естественно, что номенклатурный справочник, отражающий активное словоупотребление в современной лингвокультуре, мог бы содержать еще более обширный материал (Max Factor, Fructis, Adidas, Opium, Kenzo, Jacobs и мн. другие). Впрочем, в сфере номенов, как и среди нарицательной лексики, распространено параллельное использование - в латинской графике и в русифицированном варианте: шоколад Alpen Gold и «Золото Альп», кофе Jacobs и «Якобс», аэрозоль от комаров Off и «Офф», леденцы от кашля Strepsils и «Стрепсилс». Русификация проявляется и в приобретении маркировочными обозначениями «слововобразовательной активности на уровне разговорной речи: максфакторская тушь, люменевская помада, невеевский крем, ланкомовская вода и т.п.» [Исакова А.А., 2005 : 19].

В случаях расхождения национально-языковых традиций, связанных с передачей маркировочного наименования, это должно быть учтено отправителем речи. Ср. упоминание одной из самых дорогих моделей английских легковых автомобилей фирмы «Роллс-Ройс» в тексте С. Моэма:

We drove over in a bright yellow Rolls (Maugham W.S. “Cakes and Ale”).

В тексте перевода (А. Иорданского): Мы поехали в светло-желтом «роллс-ройсе», то есть название марки автомобиля дается в полной форме, поскольку она более знакома русскому реципиенту.

В советское время названия иностранных марок автомобилей, мелькавшие в текстах, повествующих о жизни за границей, мало что говорили среднему носителю языка. Они были лишь маркерами «чужой» жизни. Ср.:

Он себе хочет двухэтажный дом построить, своей мадам «пежо» купить (С. Михалков «Эхо»).

Незнакомство реципиентов с сущностными характеристиками объекта побуждало авторов применять атрибуты. Например, маркировочное обозначение «рено» часто сопровождалось указанием на маленький размер. Ср.: «Мой «рено» - как игрушка» (А. Вознесенский «Олененок»); «Сначала наш маленький «рено» бежал по новой автостраде…» (Ю. Трифонов «Сотворение кумиров»).

С изменением экстралингвистической ситуации (товарное изобилие!) иноязычные маркировочные обозначения, во-первых, перестают быть агнонимами, во-вторых – приобретают устойчивые прагматические характеристики:

Аргументы в пользу большого «Ауди» - немецкое качество, высокий комфорт и скорость (За рулем, 1994, № 10. С. 31).

Как показывают наблюдения над русским языком последнего времени, маркировочные обозначения способны за несколько лет превратиться из агнонимов – слов, неизвестных большинству носителей языка, в общеязыковые прагмемы – слова, не просто лексически освоенные, но имеющие прочные прагматические характеристики мелиоративного или пейоративного характера.

Материал четвёртой главы позволяет сделать следующие выводы:

1. Материальная культура манифестируется определенными лексическими группами, среди которых важное место занимают эргонимы и маркировки. Эргонимы и маркировки могут быть причислены к искусственной ономастической лексике (периферийной ее части).

2. Эргонимы и маркировки играют важную роль в сложном процессе познания изменений во всех сферах жизни современного социума.

3. В эргонимах и маркировках отражаются динамические изменения материальной культуры, бытового уклада, социальных отношений.

4. Падение «железного занавеса», усиление межкультурных контактов на всех уровнях привело в массовому притоку в общий язык маркировочных обозначений, которые утратили в принимающем языке признаки агнонимов и обрели устойчивые прагматические характеристики.

5. Эргонимы и маркировочные наименования, подобно топонимам и антропонимам, представляют собой лингвокультуремы, поскольку к обычным составляющим (знак – значение) прибавляется культурно-понятийный компонент. Именно последним обстоятельством определяется тактика передачи содержания маркировочных наименований в процессе межкультурной коммуникации вообще и в языке переводного текста в частности.

В Заключении подведены основные итоги исследования.

Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:

1. Ражина В.А. Прецедентные онимы и их роль в культурно – языковом социуме// Научная мысль Кавказа – Ростов – на – Дону: СКНЦ ВШ, 2006 – Приложение №11. с. 381-387.

2. Ражина В.А. Ойконимы и урбанонимы как идеологемы общественного сознания// Научная мысль Кавказа – Ростов – на – Дону: СКНЦ ВШ, 2006- Приложение № 12. с.285-289.

3. Ражина В.А. Ономастика и культурные символы: лексикографический аспект// Актуальные проблемы современной лингвистики/ Ростов - на- Дону, РГПУ 2005г. с.167-169.

4. Ражина В.А. Ономастические реалии в социолингвистическом и лингвокультурологическом аспектах// Язык в контексте социально-правовых отношений современной России/ Ростов-на-Дону, РГЭУ "РИНХ" 2006г. с. 317-320

5. Ражина В.А. Феномен "неузнанного" антропонима// Лингвистическая организация дискурса: функциональные и содержательные аспекты. Вып. 4. Краснодар 2006г. с.91-95.