

УДК 81.373.2, 81.367.622.12, 811.111

<https://doi.org/10.25076/vpl.31.32.05>

Н.А. Жук, В.В. Робустова

Московский государственный университет имени

М.В. Ломоносова

### ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ТОПОНИМИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА В НАЗВАНИЯХ БАРОВ АЛЯСКИ

*Изучение моделей и типов номинации городских объектов особенно актуально сегодня. В урбанонимах широко используются принадлежащие другим категориям онимы, функционирующие в качестве непрямоной ономастической номинации и характеризующиеся культурной маркированностью. Исследование особенностей функционирования ономастического компонента, а именно топонимов и топонимических индексов, представляет особый интерес, так как дает возможность выявить ключевые тенденции номинации внутригородских объектов, изучить социокультурные особенности конструирования вербального ландшафта города, выявить языковую специфику номинативных моделей. В данной статье комплексное рассмотрение получили названия баров Аляски, представленные в книге Дугласа Вандеграфта «A Guide To The Notorious Bars of Alaska». Источник представляет собой уникальный словарь-справочник, в котором собраны результаты полевого исследования автора. Изучаемый материал, а именно 135 онимов, позволил выделить топонимический, антропонимический и ассоциативные компоненты, лежащие в основе номинации баров Аляски. Использование топонима или топонимического индекса является наиболее продуктивным типом урбанонима, так как часто содержит «привязку» к местности, что особенно важно для изучаемого типа городских объектов. В статье представлен широкий обзор результатов теоретических*

*исследований как отечественных, так и зарубежных авторов, приводятся основные подходы к изучению топонимики. Исследуемые урбанонимы представлены двумя типами номинации, имеющие в своем составе имя собственное или не имеющие его. Данные модели характеризуются как различным уровнем информационной насыщенности, так и разной степенью актуализации ассоциативного потенциала имени. Восприятие урбанонима и степень его смыслового развертывания зависит от фоновых знаний реципиента.*

*Ключевые слова: лингвистика, ономастика, нейминг, топонимика, урбанонимика, США, бары Аляски.*

**UDC 81.373.2, 81.367.622.12, 811.111**

**<https://doi.org/10.25076/vpl.31.32.05>**

**N.A. Zhuk, V.V. Robustova**

**Lomonosov Moscow State University**

#### **INTERPRETATION OF TOPONYMIC COMPONENT IN THE BAR NAMES OF ALASKA**

*The present article is dedicated to such topical issues as toponymy and naming, whereas it examines the issues of the naming of bars in Alaska and the usage of toponyms in brands. 135 names of bars were selected from Douglas Vandegrift's work "A Guide To The Notorious Bars of Alaska" and classified. Toponymic, anthroponymic and associative features of the bar names are also observed. We discovered that the majority of them possess a reference to place, which enabled us to draw conclusion concerning the functioning and special features of toponyms in brand names.*

*Key words: linguistics, onomastics, naming, toponymy, urbanonymy, the USA, bars of Alaska.*

#### **Введение**

Топонимы (названия географических объектов) выделяют объект из множества ему подобных, индивидуализируют его, помогая нам понять, какой «кусочек» реального мира мы имеем в

виду. Совокупность топонимов образует топонимию, анализу возникновения и функционирования которой посвящены работы ведущих российских ученых: Е.Л. Березович, В.Д. Бондалетова, М.Э. Рут, М.В. Голомидовой, М.В. Горбаневского, В.А. Никонова, Е.Н. Поляковой, А.В. Уразметовой, А.С. Щербак. Изучением невероятно разнообразных географических названий занимается топонимика. Приведем определение термина «топонимика» или «топономастика», данное Н.В. Подольской в Словаре русской ономастической терминологии: «раздел ономастики, изучающий топонимы, закономерности их возникновения, развития, функционирования» (Подольская, 1978, с. 143). Кроме того, топонимы отражают культуру народа, его мировоззрение и мировосприятие. Обратимся к освящению вопросов топонимики в традиционной парадигме ономастических исследований.

**Теоретические основы** топонимики рассмотрены в трудах отечественных и зарубежных авторов, в том числе А.В. Суперанской, В.Д. Бондалетова, В.А. Никонова, Н.В. Подольской, Э.М. Мурзаева, А.С. Щербак, О.С. Зубковой, J. Tent, L. Kostanski, I. Hoffmann, William P. Bechtel. Исследователи выделяют традиционное и когнитивное направление в изучении имен собственных. В русле традиционного подхода написаны труды А.В. Суперанской, В.Д. Бондалетова, В.А. Никонова, Э.М. Мурзаева, в них подробно освещено место топонимики в ономастической системе языка. В русле когнитивного подхода, где на передний план выходят ментальные основы понимания, написаны работы Э.М. Мурзаева, Н.Д. Голева, Е.Л. Березович, А.С. Щербак и О.С. Зубковой. Теория ассоциаций в топонимике, изучение связи топонимов с культурой отражено в трудах иностранных авторов: Laura Kostanski, István Hoffmann, Anita Rácz, Valéria Tóth, Terhi Ainiala, Oliviu Felecan и Neil Larry Shumsky.

В.Д. Бондалетов разделял топонимы на: 1) *макротопонимы* – наименование крупного физико-географического объекта, его собственное имя, как правило, имеющее широкую известность и сферу употребления. Например, *Африка, Тихий океан, Урал*; 2) *микротопонимы* – название незначительного (мелкого) физико-географического объекта (ручьев, колодцев, покосов, выгонов, зимовий, будок, охотничьих домиков и т.п.), известное на ограниченной территории и обычно узкому кругу людей и

3) *мезотопонимы* – термин, используемый для топонимов, промежуточных между макро- и микротопонимами, употребляющийся крайне редко (Бондалетов, 1983, с. 163-164).

Продолжая исследование макро- и микротопонимии, обратимся к статье А.В. Суперанской, опубликованной в сборнике исследований по микротопонимии. Классик отечественной ономастики называет микротопонимами небольшие природные и искусственно созданные географические объекты, «зародыши настоящих топонимов», именно поэтому зачастую у них вообще нет названия. Если же такие объекты все-таки именуют, то их имя известно, как правило, только узкому кругу местных жителей. Главное отличие между собственно топонимами и микротопонимами, как указывает автор, состоит в том, что основное назначение первых – «называть определенное место на поверхности Земли», а типичным для микротопонимов является «указание на какие-либо свойства объектов». Задача макротопонимов, обозначающих большую территорию, – «систематизировать особенности рельефа стран и континентов, подытожить, объединить, сгруппировать то, что входит в отдельные топонимические системы» (Суперанская, 1967, с. 31-35).

А.В. Суперанская предлагает прежде всего разделить всю поверхность Земли на сухопутную (территорию) и водную (акваторию), исходя из чего можно выделить следующие виды топонимов: *оронимы* (имена гор и прочих возвышенностей) и *спелеонимы* (названия пещер, гротов и целых подземных систем), что относится к сухопутной территории Земли. *Пелагонимы* (названия морей), *лимтонимы* (названия озер), *гемонимы* (названия болот) и *потамонимы* (названия рек) можно объединить под одним названием гидронимы, которые обозначают водную поверхность Земли. Помимо природных географических объектов, существуют объекты, созданные или усовершенствованные человеком. К таким относятся *ойконимы* (названия населенных пунктов), которые в свою очередь подразделяются на *астионимы* (названия городов) и *комонимы / хорионимы* (названия сельских поселений). Внутри населенных пунктов выделяют названия улиц и других мелких объектов – *урбанонимы*, куда также относятся названия зданий и интерьеров, например, *Капитолий, Большой зал*

*Консерватории* и пр. Особый раздел составляют названия путей сообщения и маршрутов – *дромонимия*. Названия больших областей (географических, экономических, исторических) выделяются в разряд *хоронимов* (Суперанская, 1973, с. 186-187).

В книге «Имя – через века и страны» А.В. Суперанская предлагает еще одно разделение всех географических объектов – на физико-географические и связанные с деятельностью человека. Первые имеют тенденцию сохранять свои названия в неизменном виде с древнейших времен, при этом происхождение географических названий в большинстве случаев остается загадкой. Происхождение названий географических объектов, связанных с деятельностью человека, в отличие от физико-географических объектов, установить можно, поскольку они датированы и документированы. К названиям таких географических объектов относятся «названия государств и провинций, населенных пунктов и улиц, областей и районов» (Суперанская, 2007, с. 110). Сюда же относят и названия отелей, поскольку город – это творение рук человека. Всю совокупность названий внутригородских объектов обозначают термином *урбаноним*. Здания, в нашем случае бары, «входят в урбанонимию на правах мельчайшей градации топонимов» (Суперанская, 1984, с. 75).

Обратимся еще к одному представителю отечественной школы ономастики, выдающемуся исследователю топонимики, В.А. Никонову, который подразделяет топонимы по видам объектов на четыре большие группы: 1) водные источники – *гидронимы*; 2) объекты рельефа (горы, хребты, холмы, ущелья и пр.) – *оронимы*; 3) *микротопонимы*, включающие в себя названия мелких объектов: ручьев, рощ, полей, улиц, частей населенных пунктов и т.д., количество которых, согласно автору, практически бесчисленно; 4) особое место занимают *территориально-исторические названия*, как, например, *Поволжье*, не связанные с современными четкими границами (Никонов, 2011, с. 42-50). Работы по топонимике традиционно занимают ключевые позиции в области ономастики. Раньше было принято считать, что топонимика – наука, изучаемая в совокупности трех других наук: лингвистики, истории и географии (Мурзаев, 1974, с. 7-17). В настоящее время ономастический материал все больше

исследуется в антропоцентрической парадигме, представляющей собой переключение интересов исследователя с объектов познания на субъекта, т.е. анализируется человек в языке и язык в человеке. Австралийский ученый Ян Тент пишет: «There are two basic ways to conduct toponymic research – one concentrating on the etymology, meaning, and origin of toponyms, and one focusing on the toponyms of a region and examining patterns of these names» (Tent, 2015, с. 65). Оба упомянутых подхода широко используются в рамках традиционных ономастических исследований.

Рассмотрим вопросы изучения топонимики в когнитивном ключе, так как данная парадигма дает возможность не только изучать языковые особенности, но и формы ментальной репрезентации знания, репрезентированного онимами. «Когнитивный (ментальный) подход обращается к языковому сознанию носителей языка. Система в её ментальном бытии «...» предполагает обращение к языковому сознанию носителя языка и топонимической системы, его интенциональным и когнитивным структурам, влияющим и отражающимся в топосистеме». Одна из основных проблем, которые ставят перед собой ученые, рассматривающие топонимику с точки зрения когнитивистики, заключается в том, какие ментальные образы вызывают в сознании реципиента то или иное название, как оно воспринимается и функционирует в сознании личности (Голев, 2008, с. 5-17). Так, например, представитель уральской ономастической школы, лингвист Е.Л. Березович утверждает, что топонимия – «языковой источник информации о духовной культуре народа» (Березович, 2009, с. 11). А.С. Щербак занимается проблемой репрезентации ономастических знаний в названиях объектов и делит фрагменты ономастического пространства на живую природу (одушевленные) и неживую природу (неодушевленные), к коим относит топонимы. В ее работах топонимы позиционируются как пространственные индикаторы, служащие для обозначения конкретного географического объекта, способные формировать топонимические концепты. Другими словами, название, таящее в себе концептуальные характеристики объекта и знания о нем, репрезентирует его в ономастическом пространстве. Таким образом, согласно А.С. Щербак, при наименовании объектов, в том числе и городских объектов – урбанонимов, значимость

имеют «такие факторы, как образное восприятие, ментальные образы и роль реалий в жизнедеятельности человека», а появление новых названий подтверждает тот факт, что «интерпретирующие признаки топообъектов выводятся в названия городских объектов как результат когнитивного опыта говорящего по освоению окружающего мира» (Щербак, 2016, с. 110-113). Обобщая вышесказанное, согласно когнитивному подходу в лингвистике, человек дает названия городским объектам, исходя из своих ассоциаций с данным топообъектом и своего предыдущего опыта.

Для развития теории об ассоциативности топонимического компонента обратимся к эксперименту О.С. Зубковой, проведенному на основе метафор-топонимов. В своей статье «Эмпирическое исследование метафоры-топонима в рамках лингвосемиотической теории профессиональной метафоры (некоторые результаты пилотажного эксперимента)» автор приводит результаты, доказывающие, что «в семиотической карте непрерывно трансформируются практически все грани воспринимаемого объекта, поскольку следы опыта постоянно активируют и перестраивают когнитивные сети и схемы». Таким образом, опираясь на свой собственный опыт, у человека возникают определенные ассоциации, связанные с топообъектом. Он «пытается раскрыть их путем включения в контексты разной степени детализации и в различные ситуационные обстоятельства». Следовательно, нельзя отрицать роли лингвокультурного опыта и элементов мировосприятия в восприятии топонимических объектов, что экспериментально подтверждено в когнитивной лингвистике (Зубкова, 2016, 184-190).

Продолжая рассматривать проблему топонимической ассоциативности, обратимся к трудам австралийского ученого Laura Kostanski, занимающейся вопросами топонимики и разработавшей собственную теорию Toponymic Attachment. «Toponymic Attachment is defined as a positive or negative association individuals or groups make with real or imagined toponyms». В данной теории автор вводит такие термины, как Toponymic Identity: «an emotional association formed by and within individuals and groups towards toponyms for historical or cultural purposes» и Toponymic Dependence: «a functional association with toponyms

being utilized for promotional, way finding, or location identification purposes». Проведя опрос на тему: «Что важнее: привязанность к месту или к символу, закрепленному за этим местом?», автор на основании ответов респондентов сделала вывод о том, что наибольшее значение имеют ассоциации и образы, которые вызывает тот или иной топоним. Как утверждает исследователь, топонимы важны при определении местонахождения определенного места (*«toponyms are important for locating places within a landscape»*), что оправдывает названия таких баров, которые указывают на их точное местоположение. В то же время топоним может одновременно заключать в себе самоопределение, индивидуальную и коллективную/национальную идентичность (*«can simultaneously hold its own metaphorical, personal, collective and nationalistic identity»*) (Kostanski, 2016, с. 412-226). Нельзя не отметить, что венгерские ученые из Дебреценского университета рассматривают топонимы без отрыва от культурного контекста, подчеркивая, что *«cultural meaning can be considered a crucial component of the meaning structure of toponyms as proper names are characterized by their strong connection to culture much more than any other language elements»* (Hoffmann, Rácz, & Tóth, 2017, p. 24). Отсюда следует вывод о том, что топонимы являются не только неотъемлемой частью языка, но и культуры в целом.

Смена ономастического ландшафта страны в результате идеологических перемен также подчеркивает связь топонимии с культурой и историей. В своей статье Оливия Филикан пишет: *«The onomastic tradition suffered after World War II, in 1995, a government that answered to Moscow was imposed in Romania. ... The chief aim was to expunge from the inventory of Romanian placenames the items that were reminiscent of the royal family and key political figures of the former “bourgeois-landowning” regime, and replace them with names of leaders of the proletarian and communist movement»* (Felecan, 2017, p. 78). Способность топонимии отражать исторический, идеологический контекст превращает топонимы в знаки культуры. *«The emergence of individual names and name categories is always based on the cultural and social context. In other words, names are not only part of language; they are part of society and culture, as well. Names are always born in interaction between people, the linguistic community, and the environment»*



(Ainiola, 2016, p. 371). Имена являются частью культурного контекста, отражают видение мира человеком, его позиционирование того или иного объекта действительности и отношение к нему. Подтверждение данного тезиса находим в работах Н. Шумского: «Names can have metaphoric meanings that reveal how people perceive places and how people interpret the character of places» (Shumsky, 2016, p. 132).

В настоящем исследовании мы постараемся раскрыть специфику функционирования топонимов в названиях баров Аляски. Данные номинативные единицы представляют собой уникальный лингвокультурный материал, сплав языковых и культурных аспектов, где почти каждая лексема содержит в себе культурную эпоху или, как минимум, историю одной семьи. Названия баров относятся к категории урбанонимов. Таким образом, мы рассматриваем роль топонимического компонента (более широкого) в более узком контексте (урбанониме), но в совокупности с его ассоциативной привязкой к культуре региона. Процесс урбаномической номинации – это вербализация мыслительного процесса, направленная на освоение городского пространства с целью выделения отличительных признаков для называния внутригородских объектов. Урбанонимы как класс имен собственных привлекают к себе все большее внимание исследователей. Это объясняется рядом обстоятельств, среди которых можно назвать стремительный рост их количества в дискурсе и в узусе пользователей, небывалую активность порождения урбанонимов, связанных со сферой расширения городского ландшафта, проблемы языкового взаимодействия внутри номинации и многие другие факторы, которые определяют особенности восприятия языковой личностью внутригородского пространства (Щербак, 2018, с. 89).

«Именованье предмета с помощью словесного знака есть, прежде всего, указание на тот существенный или разграничительный признак, который отличает один предмет от другого» (Колшанский, 1977, с. 113). На основе признака происходит «переосмысление» объекта именованья через призму оценочного, чувственного или образного представления. «Основными факторами, влияющими на выбор имени объекта, являются коммуникативная функция имени и характер

осуществляемой им референции» (Арутюнова, 1977, с. 356). «Создание слова по какому-нибудь признаку является чисто техническим языковым приемом. Признак выбирается лишь для того, чтобы создать звуковую оболочку слова. Признак, выбранный для наименования, далеко не исчерпывает сущности предмета, не раскрывает всех его признаков. Кроме того, выбранный для наименования признак может стать даже практически несущественным» (Серебренников, 1977, с. 172). Степень актуализации признака, его важности зависит от субъекта номинирующего, так как именно в его сознании происходит обработка полученной информации: она преломляется сквозь его призму коллективного и индивидуального опыта, таким образом фиксируя четкий антропоцентрический отпечаток в полученном ониме.

Абстрагирующая способность человеческого мышления и активная роль познающего субъекта в акте номинации особенно четко проявляется в процессе образного представления действительности. «Эта возможность основывается на способности человеческого мышления ассоциативно связывать предметы и явления окружающего мира, на способности видеть общие признаки и качества разных предметов в результате общности или близости создаваемых ими впечатлений. Характер выделяемого признака может быть самым разнообразным» (Азнаурова, 1977, с. 50). Таким образом, как социальный, так и языковой контекст оказывают непосредственное влияние на построение ономастической номинации.

В ходе **практической части исследования** нами были подробно проанализированы 135 названий баров Аляски, представленные в книге Дугласа Вандеграфта «A Guide To The Notorious Bars of Alaska». Автор собрал уникальный материал, состоящий из исторической справки, посвященной названиям и историям возникновения баров, современному положению дел, традициям и правилам посещения мест такого типа, а также представил богатый иллюстративный материал (фотографии, копии указов, писем, вырезок из газет и т.д.). В результате анализа были выделены 3 профилирующих признака, на основе которых был назван тот или иной бар.

1. **Топонимический признак** (место расположения бара) – 35 единиц исследования:

*Arctic Bar (Ketchikan, Juneau), Hill Bar, Harbor Bar (Petersburg, Haines), Alaskan Hotel Bar (Juneau, Cordova), Crossroads Lounge, Forelands Bar, Down East Saloon, Palmer Bar, Cordova Hotel Bar, Fairview Bar, Chatanika Lodge, Yukon Inn, Manley Roadhouse, Chicken Creek Saloon, Sand Point Tavern, Naknek Red Dog Inn, Akutan Roadhouse, Safety Roadhouse.*

В названиях профилируется расположение бара либо в широком понимании (город, деревня), либо в узком (холм, пристань). Названий с данным мотивационным признаком большинство, так как с прагматической точки зрения важно сразу понять, где находится тот или иной бар, чтобы можно было спрогнозировать свой поход туда. Как и в превалирующем классе топонимов, наиболее ярко представленным мотивационным компонентом названий баров является описание/указание места расположения объекта номинации.

2. **Антропонимический признак** (имя владельца бара) – 24 единицы исследования:

*Rayme's Bar, Kito's Kave, Ernie's Bar, Rose's Bar and Grill, Lucky Lady, Darwin's Theory, Barry's Baranof Lounge, Reilly's Irish Pub, Al's Alaskan Inn, Carpentier's Cocktail Lounge, Tony's Bar, Thorn's Showcase Lounge, Kenai Joe's, Fat Albert's Tavern, Skinny Dick's Halfway Inn, Monroe's Monderosa, Joe's Bar, B & B Bar (Blodgett and Blinn), Eddie's Fireplace Inn, Hadfield's Bar.*

Ономастический компонент представлен именами, фамилиями и прозвищами владельцев баров. В данном случае идет тесная ассоциативная связь с личностью: не место красит человека, а человек место. Использование личного имени (особенно фамилии) в названии объекта указывает на признак высокого качества, настолько высокого, что ему не стыдно дать свое имя. В таких названиях антропоцентрический признак или признак субъектной номинации проявляется особенно ярко. Следует отметить, что как топонимический, так и антропонимический признак встречается в названиях урбанонимов (кафе, баров) во всех лингвокультурах, однако степень его представленности зависит от ценностных ориентаций общества (коллективизм/индивидуализм).

3. **Ассоциативный признак** представлен несколькими

тематическими областями, так или иначе лежащими в основе номинации бара.

- **история** – 19 единиц исследования: *Totem Bar (Ketchikan, Wrangell), Potlatch Bar, 49'er Bar, Red Dog Saloon, Red Onion Saloon, Polar Bar (Anchorage, Nome), Brown Bear Saloon, Chilkoot Charlie's, Buckaroo Club (cowboy), Maverick Saloon, The Albatross, Powder House, Longhorn Saloon, Golden Eagle Saloon, Moose Creek Lodge, Polaris Bar, Breakers Bar.*

- **уникальная черта** – 13 единиц исследования: *Shipwreck Bar, Glacier Inn, Triangle Club, Fogcutter Bar, Glass Door Bar, Gaslight Lounge, Whaler Bar and Grill, The Cabin Tavern, Lamplight Bar, Mug Shot Saloon, Midnite Mine, Boatel Bar, Sea Inn.*

- **статус** – 10 единиц исследования: *First City Saloon, Pioneer Bar (Sitka, Haines, Anchorage), Imperial Bar, International Bar, Trophy Lodge, King Ko Inn, Board of Trade Saloon, Community Tavern (Star Wars).*

Так же встречались категории, представленные минимальным количеством единиц (от 3 до 7): атмосфера места (*Decanter Inn, the Pit, Vagabond Inn*), известные/коннотативные места (*Mecca Bar, Club Manchu (Manchuria)*), имя с необычной историей названия (*Del Rois Bar, Moocher's Bar*), контингент (*Fisherman's Bar, Marine Bar*) и т.д.

Фокусирование на том или ином признаке предмета, в нашем случае бара, полностью зависит от субъекта, который дает ему название. Как уже было отмечено, выбор попадающих в фокус внимания характеристик зависит от лингвистической компетенции номинатора, его социальной идентичности, культурной принадлежности и т.д., то есть опосредован индивидуальным знанием номинатора.

Как мы видим из получившейся классификации, топонимический компонент является наиболее широко представленным в названиях баров Аляски. Рассмотрим данные названия подробнее. *The Arctic Bar* расположен в городе Кетчикан, который находится на острове Ревильяхихедо. Свое название он получил благодаря географическому местоположению. Бар с таким же названием можно найти в городе Джуно, столице Аляски. Изначально он носил название *the Arctic Billiard Hall*, затем *the Arctic Cigar Store*, но топонимический компонент был

представлен во всех вариантах наименования. *The Alaskan Hotel Bar* также расположен в городе Джуно. Бар был открыт 13 сентября 1913 года и имеет славную историю. Много лет он служил местом встреч представителей высшего класса Джуно, его посещали именитые личности, среди которых был и американский актер Джон Уэйн, обладатель премий «Оскар» и «Золотой глобус». Бар был включен в Национальный реестр исторических мест в 1978 году. *The Great Alaskan Bush Company* представляет собой нестандартное название для бара. Заведение было открыто в 1984 году, это один из наиболее известных баров штата, расположенный в 10 минутах езды от аэропорта, что дает возможность посетителям со всех уголков света побывать в нем. *The Al's Alaskan Inn* имеет в основе как топонимический, так и антропонимический признак. Бар был открыт Аленом Чоу в 1961 году в Анкоридже. *The Yukon Bar* располагается в городе Сьюард на юге Аляски на полуострове Кенай на берегу Тихого океана. В названии использован топоним «Юкон», название территории на северо-западе Канады. В урбанониме *the Kenai Joe* актуализированы как топонимический, так и антропонимический компоненты. Бар расположен в городе Кенай. *The Chatanika Lodge* является едва ли единственным баром в небольшом населенном пункте Чатаника на северо-востоке от Фэрбанкса. Учитывая небольшие размеры населенного пункта, в названии объективацию получает основной критерий – место расположения. По такому же принципу созданы названия *the Naknek Red Dog Inn* (2 Monsen Drive, Naknek), *Akutan Riadhhouse* (West Marine Drive, Akutan) и некоторые другие бары Аляски.

Приведем еще несколько примеров, где в названии отражены топонимы других стран. *The Klondike Mike's saloon* – в основе названия лежит контаминация. Одного из владельцев бара звали “Klondike Mike Folkerth”, в имени которого отражен регион на северо-западе Канады. Однако ключевым мотивом номинации является антропонимический признак, так как бар назван в честь его обладателя. Топонимический признак входит в имя владельца и репрезентирован вторично. *The Cordova Hotel Bar* имеет в своем названии старинный город в Андалусии. Однако данный топоним не является мотиватором урбанонима, так как бар находится в населенном пункте Кордова штата Аляска. В урбанониме *the*

*Messa Bar* активирован топоним Мекка, с помощью которого актуализирован признак место, в которое стремится каждый, по аналогии со священным городом. Бары расположены в городах Фэрбанкс и Кадьяк. Первоначально бар с данным именем появился в Кадьяке, где имел огромный успех, в связи с чем название было заимствовано и для другого бара на расстоянии более 500 миль от первого. Ассоциативный потенциал исходного топонима послужил основой урбанонима. *The Club Manchu* берет свое название от Маньчжурии, исторической области в Китае, и имеет соответствующий исходному топониму стиль внутреннего убранства. Бар находится в городе Фэрбанкс и отражает специфику заведения.

Топонимический признак может быть репрезентирован с помощью прямого переноса названия географического объекта в состав урбанонима или косвенно, используя в урбанониме название рельефа, т.е. имя нарицательное, именующее конкретный тип рельефа. *The Hill Bar* относится к такого вида урбанонимам. В названии не используется топоним, но представлено описание местности, где находится данный бар. *The Hill Bar* имеет давнюю историю: будучи основанным в 1934 году, заведение носило название Крейг бар в честь города, в котором оно расположено. В 1978 году название было изменено на *the Hill Bar* в связи со сменой его местоположения. *The Marine Bar* расположен в городе Врангель, который специализируется на рыболовстве. Свое название бар получил по месту нахождения. Изначально он был рассчитан на 9 мест, но с годами разрастался и сейчас является одним из крупнейших баров города. *The Harbor Bar* – одно из наиболее часто встречающихся названий среди баров Аляски. В названии отражено место нахождения заведения. Данный бар располагается в городе Питерсберг, который является центром одноименного боро. *The Harbor Bar* встречаем также в городе Хейнс. Первоначальное название бара *the Gateway* было дано ему при открытии в 1907 году. Бар позиционировался как “*The Best Appointed Resort for Gentlemen in the North*”. Он и по сей день находится на пристани. *The Polar Bar* расположен в городе Анкоридж. Несмотря на наличие в названии географической отнесенности, мотивировка имени иная. Бар берет свое название от полярных медведей. Стены бара разукрашены картинами, на

которых полярные медведи играют в гольф. В названии бара *the Crossroads Lounge* отражено его место нахождения, бар также расположен в Анкоридже и сохранил географический признак в названии по сей день. История названия *the Forelands Bar* отражена в следующей заметке: “The Forelands Bar was born in the early days of the Kenai oil boom. The name refers to the nearby east and west forelands, points of land that form a narrowing of Cook Inlet” (Vandegraft, 2014, p. 86).

### **Выводы**

Таким образом, можно сделать вывод о том, что топонимический компонент в названии баров Аляски имеет две формы актуализации – собственно топонимическую, при которой исходный топоним представлен в названии урбанонима, и опосредованную именем нарицательным, указывающим на рельеф местности или специфику расположения бара, что также актуализирует область значения «привязка к местности». Наиболее часто в названиях баров встречается топоним Аляска, что объясняется местонахождением баров. Урбанонимы, в составе которых присутствует данный топоним, были даны первым барам, открывшимся в том или ином городе штата. Они ярко репрезентировали место, и другой указатель не был нужен. С увеличением количества баров произошло и увеличение разнообразия функционирующих в названиях топонимов. На втором месте по частотности стоит использование названия города или населенного пункта, в котором располагается бар. Здесь также актуализирован признак указания на местоположение, только уже более узкий, конкретизированный. На третьем месте находятся бары, в названиях которых присутствует ассоциативный топонимический компонент: он объективирован топонимом, информационно-энциклопедическое значение которого включает в себе определенный ассоциативный шлейф и служит для характеристики бара, используя метонимический или метафорический перенос. Топонимический компонент, отсылка к которому актуализирована путем описания местности, в которой расположен бар, также довольно часто используется в названиях. Однако данные названия представляются менее запоминающимися и в большинстве своем не имеют коннотативной окраски и не указывают на место нахождения бара

в широком контексте, так как местность такого рода может быть во многих штатах Америки. Использование топонимического компонента в названиях баров Аляски представляется продуктивной номинативной моделью и широко используется в урбанонимической номинации и сегодня.

#### Литература

1. Арутюнова Н.Д. Номинация и текст // Языковая номинация. Виды наименований. – М.: Наука, 1977. – С. 304-357.
2. Березович Е.Л. Русская топонимия в этнолингвистическом аспекте: Пространство и человек / Под ред. А. К. Матвеева. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: ЛИБРОКОМ, 2009.
3. Бондалетов В. Д. Русская ономастика. – М.: Просвещение, 1983.
4. Голев Н.Д., Дмитриева Л.М. Единство онтологического и ментального бытия топонимической системы (к проблематике когнитивной топонимики) // Вопросы ономастики: международный научный журнал. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета. – 2008. – №5. – С. 5-17.
5. Зубкова О. С. Эмпирическое исследование метафоры-топонима в рамках лингвосомиотической теории профессиональной метафоры (некоторые результаты пилотажного эксперимента) // Когнитивные исследования языка. Материалы Всероссийской науч. конф. с междунар. участием 16 мая 2016 г. / Редкол. Н. Н. Болдырев и др. М.: Ин-т языкознания РАН. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина. – №XXXV. – 2016. – С. 184-189.
6. Колшанский Г.В. Лингво-гносеологические основы языковой номинации // Языковая номинация. Общие вопросы. Под редакцией Б.А. Серебренникова. – М.: Наука, 1977. – С. 99-147.
7. Мурзаев Э.М. Очерки топонимики. – М.: Мысль, 1974.
8. Никонов В.А. Введение в топонимику. Изд. 2-е. – М.: ЛКИ, 2011.
9. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Отв. ред. А. В. Суперанская. – М.: Наука, 1978.



10. Серебрянников Б.А. Номинация и проблема выбора // Языковая номинация. Общие вопросы. – М.: Наука, 1977. – Т.1. – С. 147-188.
11. Суперанская А. В. Имя – через века и страны / Отв. ред. Э. М. Мурзаев. Изд. 2-е, испр. – М.: ЛКИ, 2007.
12. Суперанская А. В. Микротопонимия, макротопонимия и их отличие от собственно топонимии // Микротопонимия. – М.: 1967. – № 76. – С. 32-38.
13. Суперанская А. В. Что такое топонимика? – М.: Наука, 1984.
14. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. – М.: Наука, 1973.
15. Уфимцева А.А., Азнаурова Э.С., Кубрякова Е.С., Телия В.Н. Лингвистическая сущность и аспекты номинации // Языковая номинация. Общие вопросы. Под редакцией Б.А. Серебрянникова. – М.: Наука, 1977. – С. 7-99.
16. Щербак А.С. Когнитивная специфика урбанонимов // Вопросы когнитивной лингвистики, 2016. – № 4. – С. 110-113.
17. Щербак А.С., Ду Чуньян, Хэ Юйдань. Исследование урбанимических единиц в рамках когнитивного подхода // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2018. – № 4. – С. 88-95.
18. Ainiala T. Names in Society // The Oxford Handbook of Names and Naming. – Oxford. – 2016. – Pp. 371-381.
19. Felecan O. Oikonymic Transformations in Romania in the Second Half of the Twentieth Century // Names. A Journal of Onomastics. – № 2. – 2017. – P. 78-87.
20. Hoffmann I., Rácz A., Tóth V. History of Hungarian Toponyms. Kapitális Nyomdaipari és Kereskedelmi Kft. – 2017.
21. Kostanski L. Toponymic Attachment // The Oxford Handbook of Names and Naming. – Oxford. – 2016. – Pp. 412-436.
22. Shumsky N.L. Toponyms of a Different Type: Metaphors as Placenames and Place Nicknames // Names. A Journal of Onomastics. – № 3. – 2016. – Pp. 127-137.
23. Tent J. Approaches to Research in Toponymy // Names. A Journal of Onomastics. – № 2. – 2015. – Pp. 65-74.
24. Vandegraft D.A. Guide to The Notorious Bars of Alaska. Revised 2<sup>nd</sup> Edition. – Epicenter Press, 2017.

#### References

- Arutyunova, N.D. (1977). Nominaciya i tekst [Nomination and text]. In *Yazykovaya nominaciya. Vidy naimenovanij*, (pp. 304-357). Moscow: Nauka.
- Berezovich, E.L. (2009). Russkaya toponimiya v etnolingvisticheskom aspekte: Prostranstvo i chelovek [Russian toponymy in the ethno-linguistic aspect: Space and man]. A.K. Matveev (Ed.). Moscow: LIBROKOM.
- Bondaletov, V.D. (1983). Russkaya onomastika [Russian onomastics]. Moscow: Prosveshchenie.
- Golev, N.D., & Dmitrieva, L.M. (2008). Edinstvo ontologicheskogo i mental'nogo bytiya toponimicheskoy sistemy (k problematike kognitivnoj toponimiki) [The unity of the ontological and mental being of the toponymic system (to the problems of cognitive toponymy)]. *Voprosy onomastiki: mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal*, 5, 5-17.
- Zubkova, O. S. (2016). Empiricheskoe issledovanie metafory-toponima v ramkah lingvosemioticheskoy teorii professional'noj metafory (nekotorye rezul'taty pilotazhnogo ehksperimenta) [Empirical study of the metaphor-toponym within the framework of the linguosemiotic theory of professional metaphor (some results of the pilot experiment)]. In N.N. Boldyrev (Ed.) *Kognitivnye issledovaniya yazyka. Conference proceedings. 16 May 2016*. Vol. XXV. (Pp. 184-189). Moscow: IYARAN; Tambov: Izdatel'skij dom TGU im. G.R. Derzhavina.
- Kolshanskij, G.V. (1977). Lingvo-gnoseologicheskie osnovy yazykovoj nominacii [Linguo-epistemological foundations of language nomination]. In B.A. Serebrennikov (Ed.) *Yazykovaya nominaciya. Obshchie voprosy*, (pp. 99-147). Moscow: Nauka.
- Murzaev, E.M. (1974). *Ocherki toponimiki [Toponyms essays]*. Moscow: Mysl'.
- Nikonov, V.A. (2011). *Vvedenie v toponimiku [Introduction to place names]*. Moscow: LKI.
- Podol'skaya, N.V. (1978). Slovar' russkoj onomasticheskoy terminologii [Dictionary of Russian onomastic terminology]. Ed. A.V. Superanskaya. Moscow: Nauka.
- Serebrennikov B.A. (1977). Nominaciya i problema vybora [Nomination and the problem of choice]. In *Yazykovaya*

- nominaciya. Obshchie voprosy*. Vol. 1, (pp. 147-188). Moscow: Nauka.
- Superanskaya A. V. (2007). *Imya – cherez veka i strany [Name - through the centuries and countries]*. Ed. E.M. Murzaev. Moscow: LKI.
- Superanskaya, A.V. (1967). Mikrotoponimiya, makrotoponimiya i ih otlichie ot sobstvenno toponimii [Microtoponymy, macrotoponymy and their difference from proper toponymy]. *Mikrotoponimiya*, 76, 32-38.
- Superanskaya, A.V. (1984). Chto takoe toponimika? [What is toponymy?] Moscow: Nauka.
- Superanskaya, A.V. (1973). Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo [The general theory of a proper name]. Moscow: Nauka.
- Ufimceva, A.A., Aznaurova, E.S., Kubryakova, E.S., & Teliya, V.N. (1977). Lingvisticheskaya sushchnost' i aspekty nominacii [Linguistic essence and aspects of nomination]. In B.A. Serebrennikov (Ed.) *Yazykovaya nominaciya. Obshchie voprosy*, (pp. 7-99). Moscow: Nauka.
- Shcherbak, A.S. (2016). Kognitivnaya specifika urbanonimov [Cognitive specificity of urbanonyms]. *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*, 4, 110-113.
- Shcherbak, A.S., Du Chun'yan, Heh Yujdan'. (2018). Issledovanie urbanimicheskikh edinic v ramkah kognitivnogo podhoda [The study of urban units within the cognitive approach]. *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*, 4, 88-95.
- Ainiala, T. (2016). Names in Society. In *The Oxford Handbook of Names and Naming*, (pp. 371-381). Oxford.
- Felecan, O. (2017). Oikonymic Transformations in Romania in the Second Half of the Twentieth Century. *Names. A Journal of Onomastics*, 2, 78-87.
- Hoffmann, I., Rácz, A., & Tóth, V. (2017). *History of Hungarian Toponyms*. Kapitális Nyomdaipari és Kereskedelmi Kft.
- Kostanski, L. (2016). Toponymic Attachment. In *The Oxford Handbook of Names and Naming*, (pp. 412-436). Oxford.
- Shumsky, N.L. (2016). Toponyms of a Different Type: Metaphors as Placenames and Place Nicknames. *Names. A Journal of Onomastics*, 3, 127-137.
- Tent, J. (2015). Approaches to Research in Toponymy. *Names. A*

*Journal of Onomastics*, 2, 65-74.  
Vandegraft, D. A (2017). *Guide To The Notorious Bars of Alaska*.  
Revised 2<sup>nd</sup> Edition. Epicenter Press.

УДК 372.881.111.1  
<https://doi.org/10.25076/vpl.31.32.06>  
А.А. Коренев, А.Б. Коваленкова  
Московский государственный университет  
имени М.В. Ломоносова

### **КОНФЛИКТНЫЕ СИТУАЦИИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВУЗЕ: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И СПОСОБЫ РАЗРЕШЕНИЯ**

*В статье рассматриваются классификации педагогических конфликтов, причины их возникновения и способы их предотвращения и разрешения. Особое внимание уделяется конфликтным ситуациям, возникающим на занятиях по иностранному языку в вузе и возрастающей необходимости обучать будущих преподавателей основам педагогической конфликтологии. В статье также представлены результаты интервью, проведенных с целью выявления наличия или отсутствия специфики у конфликтных ситуаций, возникающих на занятиях по иностранному языку в вузе, и обозначаются возможные направления дальнейших исследований в области педагогической конфликтологии.*

*На основе проведенного анализа авторы делают вывод о том, что, несмотря на то, что большинство конфликтных ситуаций, возникающих на занятии по иностранному языку в вузе, можно классифицировать как общепедагогические, в контексте занятия по иностранному языку они приобретают свою специфику. Она заключается в более широком поле для их возникновения и, вместе с тем, более широким спектром методов их урегулирования. Авторы также представляют кейсы, разработанные на базе собранных описаний реальных конфликтных ситуаций, которые могут быть использованы в ходе обучения студентов лингводидактических специальностей.*

*Ключевые слова:* конфликт, конфликтная ситуация,