

УДК 811.161.1'373.2(476.5):378.016

**Особенности ономастических фоновых знаний
о Витебске у студентов-иностранцев**

Мезенко А. М.

*Витебский государственный университет им. П. М. Машерова,
г. Витебск, Республика Беларусь*

В статье рассматриваются особенности ономастических фоновых знаний о Витебске и их роли в адаптации обучающихся иностранных студентов.

Ключевые слова: ассоциативный эксперимент, оним-реакция, ономастическая лексика, лингвокультурологические ценности, лингвострановедение, фоновые знания.

Постановка проблемы. Одной из центральных проблем современного языкознания, характеризующейся различными подходами к ее рассмотрению, является проблема взаимосвязи и взаимодействия языка и культуры. Тезис о культурно-исторической ценности собственных имен в настоящее время уже не нуждается в доказательствах: в онимии воплощается характер культуры каждого этноса и каждого человека-имядателя [4, с. 31]. Историко-культурный модуль любого онима, по мнению М.В. Горбаневского, «формируется как знаниями (представлениями, ассоциациями) о самом названии, так и знаниями, представлениями, ассоциациями об объекте,.. за которыми данное наименование исторически и социально закреплено»; историко-культурные знания распределяются на два подвида — общие (универсальные) и индивидуальные (ситуативные) [1, с. 25-28]; иными словами, топонимическая (и шире ономастическая – А.М.) культурно-историческая информация сводится к фоновым знаниям [2, с. 220]. Проверенным и результативным путем выявления фоновых знаний, по свидетельству Н.А.Максимчук [3], является изучение ассоциативно-культурного фона онимов. *Актуальность* данного исследования определяет широкий интерес, проявляемый в последние десятилетия к проблеме взаимодействия языка и культуры, языковой личности в плане совершенствования методики преподавания русского языка как иностранного.

Целью настоящего исследования является определение особенностей ономастических фоновых знаний о Витебске и их роли в адаптации обучающихся из Туркмении, стран СНГ, Китая, Ганы при «включении» их в витебский региональный социум.

Научные результаты. Ономастические фоновые знания рассматриваются как составные элементы знаний историко-культурного типа, отражающие культурные представления использующего их языкового коллектива.

Для реализации цели был проведен ассоциативный эксперимент, в котором приняли участие 118 респондентов. Предварительно испытуемыми были занесены в анкету социально-биографические данные: пол, год и место рождения, образование, сфера профессиональной деятельности, время проживания в Витебске, место жительства, – а затем в течение одной минуты записаны имена собственные, с которыми у них ассоциируется название города *Витебск*. Таким образом количество реакций ограничивалось только временем. Исследование частотности онимов, формирующих

ассоциативно-культурный фон ойконима *Витебск*, позволило выявить наиболее значимые из них, формирующие структуру региональных ономастических фоновых знаний студентов-иностранцев граждан, обучающихся в вузах исследуемого города.

Анализ полученных данных показал, что респондентами приведено 124 онима-реакции, употребленные ими 687 раз. По фреквентативным показателям в соответствии с разрядами имена собственные распределились следующим образом: количественно преобладающими среди онимов-реакций оказались ойкодомонимы (55 – употреблены 425 раз), другие группы урбанонимов, ойконимы и гидронимы (38 -- 206), которым несколько уступают антропонимы, в том числе имена знакомых (29 -- 56).

К числу наиболее частотных относятся 9 онимов: *ВГУ имени П.М.Машерова* (55 употреблений), *ТЦ «Эвиком»* (42), *площадь Победы* (36), *река Витьба* (30), *сеть магазинов «Евроопт»* (29), *Ратуша* (27), *ТЦ Марко-Сити (пирамида, 26)*, *река Западная Двина* (24), *Марк Шагал* (23), – включающих в свой состав единицы, употребленные от 20 до 47% анкетированных. Так, у каждого второго из опрошенных название города *Витебск* из онимов-носителей духовной культуры, заключающих в себе историко-культурную информацию, ассоциируется с названием вуза, в который они поступили учиться – *Витебский государственный университет имени П.М.Машерова*; у каждого третьего – с названием *площадь Победы*, каждого четвертого – с названием *река Витьба* и *Ратуша*; каждого пятого – *река Западная Двина* и именем *М. Шагала*, белорусского и французского художника еврейского происхождения, уроженца Витебщины, и т.д. Что же касается онимов-носителей материальной культуры, то среди наиболее частотных из них названия повседневных ориентиров в новом для студентов социуме – торговых центров, ночного клуба.

В целом информативные для описания анализируемого ойконима реакции подразделяются на три основные группы: 1) реакции-топонимы (93), 2) реакции-антропонимы (29), 3) реакции-геортонимы (2).

Первые из них четко подразделяются на: **1.1. реакции-урбанонимы**, включающие **1.1.1. реакции-ойкодомонимы (55/425)**, тематически представленные следующими группами: **1.1. 1.1. торговые центры и магазины (18/180)**: *«Эвиком»* (42), *«Евроопт»*(29), *«Марко-Сити»* (26), *«Веста»* (16), *«Беларусь»* (12), *«Континент»* (11), *«Корона»* (11), *«Витебские продукты»* (8), *«Универмаг»* (7), *«Ника»* (5), *«Омега»* (2), *«Пчела»* (2), *«5-й Элемент»* (2), *«Рублёвский»* (2), *«Европа»* (2), *«Пассаж»* (1), *«Серж»* (1), *«Большой»* (1). Несмотря на высокую повторяемость большинства из этих названий, рассматриваться они могут лишь в качестве показателя регионального уровня лингвокультурологической ценности; **1.1.1.2. учебные и просветительские заведения (5/83)**: *ВГУ имени П.М.Машерова* (55), *ВГМУ* (16), *ВГТУ* (6), *ВГАВМ* (4), *Ленинская библиотека* (2); **1.1.1.3. зрелищные объекты (8/53)**: *Летний амфитеатр* (18), *Театр имени Я.Коласа* (12), *кинотеатр «Мир»* (11), *музей Марка Шагала* (4), *Дом кино* (4), *Филармония* (2), *Художественный музей* (1), *КДЦ* (1); **1.1.1.4. развлекательные заведения (4/22)**: *ночной клуб «Энергия»* (15), *ночной клуб «Вегас»* (3), *ночной клуб «Зебра»* (3), *клуб «Планета»* (1); **1.1.1.5. рестораны, бары, кафе (6/11)**: *«Виктория»* (4), *Арена-пицца* (2), *«Да Винчи»* (2), *«Журавинка»* (1), *«Зелена Гура»* (1), *«Мелоди»* (1); **1.1.1.6. спортивные объекты (2/7)**: *Ледовый дворец* (5), *ВЦСК* (1); **1.1.1.7. гостиницы (3/5)**: *«Витебск»* (2), *«Лучеса»* (2), *«Эридан»* (1); **1.1.1.8. производственные объекты, фирмы (2/3)**: *«Витязь»* (2), *«Три кита»* (1); **1.1.1.9. исторические объекты (1/27)**: *Ратуша* (27); **1.1.1.10. памятники (2/7)**: *Три штыка* (5), *памятник А.С.Пушкину* (2); **1.1.1.11. отдельные здания (1/6)**: *Синий дом* (6);

1.1.2. реакции-геонимы, представленные тематической группой **улицы, проспекты (14/60)**: *ул.Терешковой* (13, на улице находится общежитие),

ул. Суворова (13, на улице находится корпус университета, где обучаются слушатели подготовительного отделения), *Московский просп.* (12, на проспекте расположен главный корпус университета), *просп. Фрунзе* (7), *просп. Победы* (3), *Смоленская ул.* (2), *ул. Ленина* (2), *ул. Чехова* (2), *ул. Гагарина* (1), *ул. Гоголя* (1), *ул. Правды* (1), *Советская ул.* (1), *ул. Строителей* (1), *ул. Титова* (1);

1.1.3. реакции-агоронимы, представленные тематической группой **площади, парки (4/59)**: *пл. Победы* (36), *пл. Ленина* (15), *пл. Свободы* (7), *парк Мазурино* (1). Первое из указанных названий площадей приведено каждым третьим из анкетированных неслучайно: именно с этим объектом связаны важнейшие события общественной жизни витеблян;

1.1.4. реакции-экклезионимы, представленные тематической группой **церкви, соборы (2/4)**: *Воскресенская церковь* (2), *Успенский собор* (2);

1.1.5. реакции-гидронимы, представленные тематической группой **реки (3/59)**: *Витьба* (30), *Западная Двина* (24), *Лучёса* (5). Показательно, что первое и последнее названия относятся к водным объектам регионального (областного) уровня, *Западная Двина* же протекает не только по территории Беларуси, но России и Латвии;

1.1.6. реакции-ойконимы, представленные тематической группой **города (8/18)**: *Витебск* (5), *Орша* (4), *Полоцк* (3), *Новополоцк* (2), *Лепель* (1), *Новолукомль* (1), *Минск* (1), *Сенно* (1). Приведенные единицы – астионимы областного, кроме предпоследнего, уровня, встречаются в небольшом количестве анкет и не имеют высокого уровня лингвокультурологической ценности;

1.1.7. реакции-хоронимы, представленные тематической группой **страны, части города (6/6)**: *Беларусь* (1), *ДСК* (1), *Тирасполь* (1), *Тулово* (1), *Юг-7* (1), *Яма* (место, где проводится фестиваль «Славянский базар в Витебске») (1). Использование в качестве реакции хоронима *Беларусь*, вероятно, можно объяснить включением города Витебска в понятие «часть страны» или отсутствием дифференциации в восприятии отдельными иностранными студентами общенациональных (о Беларуси) и региональных (о Витебске) фоновых знаний.

2. Реакции-антропонимы (29 – 56) условно можно разделить на три тематические группы, включающие в себя имена конкретных людей. Несмотря на общее преобладание среди них **имен знаковых (12/12)**: *Александр, Андрей, Аня, Настя, Вика, Виктор, Вита, Лида, Мила, Марина, Олег, Ольга*, большая значимость по количеству употреблений **имен художников** очевидна: количество реакций (4) и количество употреблений (29) их соотносятся почти как 1 к 5. Это значит, что именно имена художников – *Марк Шагал* (23), *Репин* (4), *Пэн* (1), *Казимир Малевич* (1), – прежде всего имя *Марка Шагала*, употребленное почти каждым четвертым респондентом (для сравнения среди респондентов-белорусов – каждым третьим), является показателем его принадлежности к ядру региональных фоновых знаний. Перечисленные реакции представляют уже не только региональный, но и общенациональный уровни лингвокультурологической ценности. Индекс частотности 12 характеризует и реакции тематической группы **известные люди страны и города – государственные деятели, преподаватели, предприниматели, писатели (9/10)**: *княгиня Ольга* (2), *Лукашенко* (1), *Машеров* (1), *Мартынов* (1), *Наполеон* (1), *Бочков* (1), *Солодков* (1), *Яковлев* (1), *Ирина Кураш* (1), *Оксана Анатольевна* (1), *Давид Симанович* (1), *Лагин* (1).

3. Реакции-геортонимы (2 – 20) составляют минимальную тематическую группу, представленную названиями двух фестивалей – «*Славянский базар в Витебске*» (19), «*Сальса-фэст*» (1), первое из которых относится к общенациональному и общечеловеческому уровню лингвокультурологической ценности. Наличие этой реакции объясняется ассоциациями, имеющими отношение к фестивальной практике Витебска.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Проведенный анализ позволяет констатировать, что ойконим *Витебск* представляет собой комплексный оним. Состав его ассоциативно-культурного фона формируют ойкодомонимы (55), антропонимы (29), годонимы (14), ойконимы (8), хоронимы (6), гидронимы (3), агоронимы (3), экклезионимы (2). Ядро региональных фоновых знаний инофонов шире, чем у студентов-белорусов, и включает 9 онимов, употребленных от 47 до 20 % анкетированных (*ВГУ им. П.М.Машерова, «ЭвиКом», пл. Победы, Витьба, «Евроопт», Ратуша, «Марко-Сити», Западная Двина, Марк Шагал*). Показательно, что из других разрядов онимов в реакциях студентов-иностранцев не нашли фиксации эргонимы, библионимы, зоонимы, имевшие место при анкетировании студентов – уроженцев города и Витебщины.

Реестр же наиболее частотных онимов, входящих в ассоциативно-культурный фон ойконима *Витебск*, свидетельствует о преобладании в его топонимной составляющей, в отличие от антропонимной, имен собственных регионального уровня лингвокультурологической ценности, как и у студентов-белорусов.

Наличие среди реакций-топонимов неофициального названия «Синий дом», обычно употребляемого витеблянами, позволяет говорить о «включенности» инофонов в естественную языковую среду, в витебский региональный социум.

Обилие онимов-носителей материальной культуры, в особенности у студентов подготовительного отделения и первых курсов, свидетельствует об ориентации их в начальный период обучения на овладение прежде всего бытовой жизнью города и о влиянии «включенности» в региональный социум на формирование фоновых знаний.

Все сказанное позволяет сделать вывод о том, что успешное «включение» иностранных студентов в региональный социум диктует необходимость формирования у них знаний историко-культурного типа.

Список литературы

1. Горбаневский М. В. Русская городская топонимия: проблемы историко-культурного изучения и современного лексикографического описания : автореф.: дис. ...докт. филол.наук: спец. 10.02.01 – русский язык / М. В. Горбаневский. – М., 1994. – 39 с.
2. Горбаневский М. В. Русская городская топонимия: методы историко-культурного изучения и создания компьютерных словарей / М.В.Горбаневский. – М.: Об-во любителей рос. словесности, 1996. – 304 с.
3. Максимчук, Н.А. Нормативно-научная картина мира русской языковой личности в комплексном лингвистическом рассмотрении. Ч.1 / Н.А.Максимчук. – Смоленск: Изд-во СГПУ, 2002. – 204 с.
4. Материалы к серии «Народы и культуры». – М., 1993. — Вып. 25. – Кн. 1. – Ч. 1. – 260 с.

Мезенко А.М. Особенності ономастичних фонових знань о Витебске у студентів-иностранців // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2014. – Т. 27 (66). № 1. Ч.1 – С.245-249

У статті розглядаються особливості ономастичних фонових знань о Витебске і їх ролі в адаптації іноземних студентів.

Ключові слова: асоціативні експеримент, онім-реакція, ономастична лексика, лінгвокультурологічні цінності, лінгвокраїнознавство, фонові знання.

Mezenko A. The peculiarities of foreign students' onomastic background knowledge of Vitebsk // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2014. – Vol. 27 (66). No 1.1 – P.245-249

The peculiarities of onomastic background knowledge of Vitebsk and its role in the teaching adaptation for foreign students are described in the article.

Key words: *associative experiment, onym-reaction, onomastic vocabulary, linguocultural values, culture-oriented linguistics, background knowledge.*

Поступила в редакцию 12.05.2014 г.