



DOI 10.22363/2618-897X-2021-18-3-301-309

Научная статья

Московские годонимы: способы представления лингвокультурной информации в топонимической базе данных обучающего типа

Юе Цюй

Институт языкознания РАН

Российская Федерация, 125009, Москва, Большой Кисловский пер., д. 1 стр. 1

Аннотация. На примере трех семантических полей, выделяемых в корпусе исторических московских годонимов («Образ быта», «Образ цвета» и «Образ профессии»), показано, как описание годонимов по группам признаков может способствовать формированию топонимических образов, приближающихся к русской топонимической картине мира. В результате исследования делается вывод о том, что реконструирование топонимического образа (имиджа) на основании выявления семантических полей топонимов, несущих в себе культурные и ценностные ориентиры, способствует формированию вторичной языковой личности с большим потенциалом для адаптации к чужому/другому геокультурному пространству.

Ключевые слова: годоним, топонимическая база данных обучающего типа, межкультурная коммуникация, РКИ, топонимический образ, лингвокультурная информация, семантическое поле

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 14.05.2021

Дата принятия к печати: 10.07.2021

Модератор: В.П. Сиячкин

Конфликт интересов: отсутствует

Для цитирования:

Юе Цюй. Московские годонимы: способы представления лингвокультурной информации в топонимической базе данных обучающего типа // Полилингвильность и транскультурные практики. 2021. Т. 18. № 3. С. 301–309. DOI 10.22363/2618-897X-2021-18-3-301-309

© Юе Цюй, 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Moscow Hodonyms: Representation of Linguo-Cultural Information in the Toponymy Training Database

Qu Yue

Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences
Bolshoy Kislovsky Lane 1 bld. 1, Moscow, 125009, Russian Federation

Abstract. On the example of three semantic fields identified in the corpus of historical Moscow hodonyms (“Daily Life”, “Color” and “Occupation”), it is demonstrated how the description of hodonyms by groups of features can contribute to the formation of toponymic images that approach the Russian toponymic picture of the world. As a result of the study, it is concluded that the reconstruction of the toponymic image based on the identification of semantic fields of toponyms contributes to the formation of the secondary linguistic personality with a great potential for adaptation to the foreign geocultural space.

Key words: hodonym, toponymy training database, cross-cultural communication, Russian as a foreign language, toponymic image, linguo-cultural information, semantic field

Article history:

Received: 14.15.2021

Accepted: 10.07.2021

Moderator: V.P. Sinyachkin

Conflict of interests: none

For citation:

Yue, Qu. 2021. “Moscow Hodonyms: Representation of Linguo-Cultural Information in the Toponymy Training Database”. *Polylinguality and Transcultural Practices*, 18 (3), 301—309. DOI 10.22363/2618-897X-2021-18-3-301-309

Введение

Годонимы представляют собой разновидность урбанонимов (названий внутригородских объектов) линейного типа: названия улиц, проспектов, бульваров, аллей, набережных, проездов, переулков и др. [1. С. 52]. Годонимикон (совокупность годонимов) всегда привлекал внимание ученых, а также историков и краеведов. Помимо адресной функции, состоящей в идентификации и локализации городского объекта, годонимикон выполняет квалификативную и кумулятивную функции, поскольку в названиях улиц находят отражение не только факты языка, но и исторические и культурные знания об объекте номинации. В настоящее время в рамках антропоцентрического подхода к языку годонимикон рассматривается в различных аспектах, а именно: как выражение региональной идентичности [2], как один из кодов культуры [3; 4], как этнокультурный феномен [5—7],

как особого вида «политикон» — совокупность свидетельств социальных и политических изменений в обществе [8. С. 236—237]. Появляются исследования, в которых лингвокультурный компонент топонимов выделяется в самостоятельный объект [9].

В настоящее время интерес к внутригородским названиям наблюдается и в неязыковых научных дисциплинах, прежде всего в гуманитарной и культурной географии, в которых используется понятие имиджа территории [10; 11]. Под имиджем территории, согласно Д.В. Визгалову, понимается «существующая в сознании совокупность устойчивых (но необязательно системных и верных) представлений о территории. Имидж территории складывается из трех составляющих — одной объективной (характеристики территории, отражающие объективную действительность) и двух субъективных (личный опыт, личное представление о территории, с одной стороны, и чужие мнения, стереотипы и слухи о территории — с другой)» [12. С. 49]. Городские названия все чаще включаются в понятие локального имиджирования, и в этом случае ученые говорят о топонимическом имидже [13]. Понятие топонимического имиджа, которое разработано учеными как инструмент изучения ментальных представлений носителей одной культуры, мы считаем возможным связать со сферой межкультурной коммуникации и использовать это понятие в преподавании РКИ, в частности, при разработке топонимической базы данных обучающего типа. Это позволит, на наш взгляд, на современном научном уровне сформировать в базе данных поле лингвокультурной информации, в определенной степени отражающее тот фрагмент топонимической картины мира носителей русского языка и культуры, с которым интересно и полезно ознакомить слушателей РКИ.

Результаты и обсуждение

Целью статьи является описание разработанного способа представления лингвокультурной информации в топонимической базе данных обучающего типа, которая ориентирована на формирование вторичной языковой личности, развитие топонимической культуры и лингвокультурной компетентности с целью адаптации к геокультурному пространству изучаемого языка [14. С. 104]. Мы стремимся к тому, чтобы носитель другой лингвокультуры усвоил топоним не просто как знак-ориентир, т.е. мог идентифицировать слово как имя места, но также усвоил всю полноту информации, стоящую за этим словом в пространстве русского языка и культуры и тем самым мог сформировать представления, сходные с топонимической картиной мира носителей изучаемого языка.

Семантическое пространство топонимии представляет собой сложную конфигурацию пересекающихся полей [15. С. 8], в которых отражается представление человека об окружающем мире. Особенно это касается сельской топонимии и микротопонимии. В старых внутригородских топонимах мотивы номинации может обнаружить только специальное историко-этимологическое исследование. В нашу задачу входило ознакомление с основными источниками по московской топонимике, а также с существующими распределением московских топонимов

по принципам номинации [16. С. 32—53] и структурно-семантическим признакам [17] и разработка классификации, служащей для реализации поставленной цели — представления лингвокультурной информации в обучающей среде. Поэтому решено было выделить и зафиксировать те доминантные образы, которые могут демонстрировать наиболее интересные и сильные характеристики места и его лингвокультурную уникальность в сознании носителя другого языка в целях создания приоритетных представлений о фрагменте топонимической картины мира носителя изучаемого языка. Таким образом, критерием выбора доминанты поля является мощность лингвокультурной информации в годониме, которая «питает» топонимический образ. Мы согласны с определением лингвокультурологического аспекта годонимики, предложенным Л.В. Егоровой, который заключается «в анализе годонима в качестве культурно мотивированной единицы с учетом его функционирования в рамках лингвокультурного пространства конкретного региона, который сформирован на основе фоновых знаний и представлений о языке и культуре местного жителя и характеризуется культурно-историческим своеобразием» [18. С. 226—227].

На основании изучения семантического пространства, представленного московскими годонимами, мы выделили семантические поля, соотносимые с топонимическими образами, входящими в поле лингвокультурной информации топонимической базы данных. В данной статье рассматриваются три таких поля: «Образ быта», «Образ цвета», «Образ профессии» и приводятся соответствующие годонимы. Источниками материала послужили труды ведущих топонимистов России [19; 20].

«Образ быта»

Номинации этого семантического поля включают одежду, предметы обихода, кулинарные обычаи, кустарное ремесло, перемещение на местности и т.д. Топонимические мотивы, связанные с бытовой жизнью людей на первый взгляд не являются приоритетной опцией для формирования топонимического образа. Однако в межкультурной коммуникации топонимы с мотивами отражения бытовой жизни привлекают особое внимание носителя другого языка, поскольку именно данные мотивы непосредственно отражают практическую деятельность человека и репрезентируют те срезы повседневности, образы которых складываются затем в наивную картину мира. Значимость усвоения и передачи бытовой культуры в межкультурной коммуникации и в сфере обучения иностранным языкам заключается в том, что в материальных, физических объектах (орудия труда, предметы быта, кухня и т.д.), характерных для соответствующей культуры, не только репрезентируются национальные обычаи и традиции, нормы поведения человека, но и эксплицируются устойчивые культурные ценности и мировоззрение, которые формируют этнокультурную идентичность.

Ткань, одежда и головные уборы. *Ветошный переулоч* — от слова «ветошь» — «сорт ткани с редкой основой, употребляемой на легкую одежду и на подкладку для верхней одежды» [19. С. 58]. *Столешников переулоч* — по названию местности, где жили ткачи, изготовлявшие столешники — скатерти [19. С. 283]. *Колпачный*

переулок — по названию слободы мастеров, изготавливавших головные уборы — *колтаки* [19. С. 125].

Продукты питания и напитки. *Хлебный переулок* — в XVI—XVII веках там была царская Поварская (Кормовая) слобода, где проживали повара, пекари, обслуживающие царский двор [19. С. 274]. Хлеб — основной продукт питания русских и центральный элемент славянской культуры, символизирует труд и богатство. Улица *Солянка* — здесь находился *Соляной двор*, в котором хранилась соль, «поступавшая отсюда на продажу по строго установленной государством цене» [19. С. 310]. В народном сознании русских соль воспринималась как защита от враждебных сил. Обычай угощения гостей хлебом-солью в русской культуре выражает гостеприимство, радушие и щедрость хозяина. *Медовый переулок* — по расположению вблизи Медового двора, где готовились медовые напитки [19. С. 176]. *Большой, Средний, Малый, Нижний Кисловский переулки* — полагают, что там в слободах жили *кислошники*, которые готовили соленья и квашенья для царского двора [20. С. 40].

Предметы обихода и обращение с ними. Годонимы, входящие в эту рубрику, также могут быть представлены в рубрике «Образ профессии», поскольку в номинации трудно разделить предмет и его изготовление, ремесло, профессиональное занятие. Примерами являются следующие названия: Улица *Большая Лубянка* — полагают, что сюда были переселены из Новгорода ремесленники, «лубяных дел мастера», изготавливавшие «различную посуду для хранения продуктов, коробы, кошелы и др. (луб — кора липы, березы; лыко)» [19. С. 34]. *Гончарная улица* — на ней жили гончары, изготавливавшие керамическую посуду, глиняные игрушки и изразцы [19. С. 77]. *Басманный переулок* — полагают, что в этом месте селились мастера серебряного дела, которые изготавливали басмы — узорные украшения для окладов икон [19. С. 24].

«Образ цвета»

В московской топонимической палитре исследователями обнаруживаются четыре чистых цвета: красный, белый, черный и зеленый [20. С. 40—46]. К ним примыкают еще золотой и серебряный. Как отмечают топонимисты, наряду с исходной семантикой собственно цвета, цвет в топонимах часто имеет вторичное происхождение — от названий предметов и растений. Кроме того, топонимы с цветообозначением несут в себе символическое значение. По словам Е.В. Цветковой, «цветовые топонимы содержат в себе информацию не только о внешнем виде объекта (цвете), но и о каких-то других качествах, вызывающих ассоциации с определенным цветом» [21. С. 264]. Например, черный цвет в сознании русских часто ассоциируется с грехом и злом. В городских топонимах черный цвет, как правило, связан с грязью: ср. Черногрязская улица [20. С. 48]. Белый традиционно считается символом чистоты, светлых помыслов и добра. Среди совокупности «цветных» названий московской внутригородской топонимии наиболее наглядными для отражения национальной картины мира о цвете и для включения в обучающую топонимическую базу данных являются «красные годонимы».

Красный цвет в составе топонимической номинации вызывает у носителей русской лингвокультуры следующие ассоциации: с реальным красным цветом;

красотой; со статусом главного объекта; с революционными событиями (по результатам нашего устного блиц-опроса на улицах Москвы в 2019 г.). В действительности точное мотивировочное значение компонента *красный* в составе московских годонимов может быть установлено только в результате анализа истории названия. Но в целом, корпус «красных» годонимов демонстрирует именно такие слитные значения, которые отмечены выше: 1) красный — красивый — главный (*Красная площадь*); 2) старое значение красный — ‘красивый’ (*Красные ворота*, в настоящее время только как название станции метро); 3) красный — революционный (*Красно-* как дополнительный словообразовательный компонент, ср.: *Краснобогатырская улица, Краснопролетарская улица, Краснопресненская улица* и др.) [20. С. 40—46; 22].

«Образ профессии»

Номинации этого семантического поля связаны с профессиональными занятиями жителей, с различными ремеслами, а также с торговлей и военным делом. Старые московские годонимы демонстрируют многообразие таких занятий. *Сыромятническая набережная* — от *сыромятник* — «кожемяка, мастер, занимающийся изготовлением сыромятной кожи» [19. С. 287]. *Хамовническая набережная* — от *хамовники* — «ткачи-полотнянщики, изготовлявшие белое (хамовное) полотно» [19. С. 308—309]. *Большой Кисельный переулок* — жили *кисельники*, варившие кисель для поминания [20. С. 40]. Улица *Каретный Ряд* — там торговали своей продукцией мастера, изготовлявшие кареты, телеги и др. повозки [19. С. 117]. *Кадашёвская набережная* — полагают, что на этом месте располагалась слобода великокняжеских *кадашей* — «бондарей, изготовлявших бондарные изделия, в том числе бочки — кади» [19. С. 111]. *Сторожевая улица* — по проживанию сторожей дровяных складов [19. С. 283]. *Мытная улица* — там собирали *мыт* (пошлину) за пригнанный в Москву для продажи скот [19. С. 187]. К профессиональным занятиям можно отнести также охоту, образ которой сохранился в годонимах. *Лосиноостровская улица* — *Лосиный Остров*, лесной массив, богатый дичью, место царской охоты [19. С. 158]. Улица *Сокольническая слободка* — *сокольники* занимались содержанием и обучением соколов и других ловчих птиц для царской охоты [19. С. 272]. Оружейное дело также получило отражение в номинациях. *Ружейный переулок* — на этом месте жили «мастера Оружейной палаты, изготовлявшие деревянные станки — подставки для ружей» [19. С. 253]. *Большая Бронная улица* — в слободе изготовляли броню — панцири и кольчуги [19. С. 33]. *Копьевский переулок* — предполагают, что там проживали мастера, изготовлявшие копья [19. С. 130]. *Лучников переулок* — по одной из версий, здесь жили мастера, изготовлявшие боевые луки [19. С. 161].

Заключение

Перечисленными топонимическими образами не исчерпывается многообразие московского годонимикона. Для данного исследования важно было определить общие принципы работы с материалом, которыми следует руководствоваться при построении топонимической базы данных обучающего типа. Годонимикон

определенного региона представляет собой своеобразный культурный код, интегрирующий лингвокогнитивную и геокультурную информацию и выполняющий прагматическую функцию репрезентации топонимической картины мира горожан. Предложенный способ работы с материалом состоит в реконструировании топонимического образа (имиджа) на основании выявления семантических полей топонимов, которые отражают ориентиры и ценности, рожденные локальной культурой. Это имеет особое значение для раскрытия свернутого национально-культурного текста, каким является топонимическое пространство. Формирование семантических полей топонимов, в основе которых лежат топонимические образы, отличается от традиционных классификаций принципов номинации в топонимике, поскольку ориентируется на неродной язык и культуру. Поэтому выбираются языковые, культурные и географические параметры, приоритетные для репрезентации топонимической картины мира в сознании носителя другого языка и другой культуры, и именно они включаются в поле лингвокультурной информации в топонимической базе данных для наглядного представления огромного комплекса накопленной информации о топонимах [4. С. 37]. В итоге на фоне развития стратегии и технологии обработки больших данных топонимическая база данных с лингвокультурной информацией может служить новым каналом для передачи топонимической и локальной культуры в межкультурной коммуникации и тем самым играть большую роль в сфере обучения РКИ, служа формированию у иностранных учащихся вторичной языковой личности, в полной мере обладающей геокультурной и лингвокультурной компетентностью.

Список литературы

1. *Подольская Н.В.* Словарь русской ономастической терминологии: изд. 2-е, перераб. и доп. М.: Наука, 1988.
2. *Разумов Р.В., Горяев С.О.* Трансляция региональной идентичности в урбанонимии российских городов: современное состояние // Вопросы ономастики. 2020. Т. 17. № 2. С. 201—219. doi: 10.15826/vopr_onom.2020.17.2.024
3. *Сизова Е.А.* Лингвокультурологический анализ урбанонимов (на материале английского, русского и французского языков): дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2004.
4. *Королёва И.А.* Топонимы как свернутый лингвокультурный код // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2015. № 8. С. 31—38.
5. *Горбаневский М.В.* Национальные образы в топонимии Москвы // Топонимика и межнациональные отношения. М.: МФГО АН СССР, 1991. С. 25—39.
6. *Казакова С.Л.* Этнолингвистический подход к изучению урбанонимов // Университетские чтения. Пятигорск: ПГЛУ, 2008. С. 167—172.
7. *Ковалёв Г.Ф.* «Пройду по Абрикосовой, сверну на Виноградную» // Ономастика Поволжья: материалы XV Международной научной конференции (Арзамас, 13—16 сентября 2016 г.). Саров: Интерконтакт, 2016. С. 338—342.
8. *David J.* Czech Street Names: The Tendencies of Development in Modern Times // Die Stadt und ihre Namen. 1. Teilband / Dietlind Kremer, Dieter Kremer (Hg.). Leipzig: Leipziger Universitäts Verlag GmbH, 2012. Pp. 207—238.
9. *Давлеткулова Л.Н.* Лингвокультурологический компонент топонимов (на примере урбанонимов Оксфорда) // Вестник Челябинского гос. университета. Филология. Искусствоведение. 2013. № 31 (322). С. 82—85.

10. *Важенина И.С.* Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2006. № 6. С. 82—99.
11. *Замятин Д.Н.* Геокультурный брендинг городов и территорий: от теории к практике. СПб.: Алетейя, 2020.
12. *Визгалов Д.В.* Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008.
13. *Голомидова М.В.* Топонимическое имиджирование городских пространственных объектов // *Вопросы ономастики*. 2020. Т. 17. № 3. С. 263—278. doi: 10.15826/vopr_onom.2020.17.3.043
14. *Цюй Юе* Представление топонимического материала в виртуальной обучающей среде // *Русский язык в современном онлайн-образовании: сб. материалов международной научной онлайн-конференции / под ред. В.И. Супруна*. Волгоград: Фортекс, 2020. С. 102—109.
15. *Березович Е.Л.* Русская топонимия в этнолингвистическом аспекте: Пространство и человек: Изд. 2, испр. и доп. М.: ЛИБРОКОМ, 2009.
16. *Соколова Т.П.* Методические рекомендации по наименованию улиц в Москве. М.: Комитет общественных связей города Москвы, 2015.
17. *Забелин Н.Ю.* Московская городская топонимия: структурно-семантический анализ топонимической системы: автореф. дис. ... канд. филол. наук, 2007. 23 с.
18. *Егорова Л.В.* К вопросу изучения годонимов в современной парадигме лингвистических исследований // *Вестник Чувашского университета*, 2018. № 2. С. 224—233.
19. *Улицы Москвы. Старые и новые названия. Топонимический словарь-справочник*. М.: Наука, техника, образование, 2003.
20. *Сморгунова Е.М.* Москва москвичей. М.: ОГИ, 2006.
21. *Цветкова Е.В.* Белый цвет в костромской топонимии // *Вестник Костромского гос. университета*. 2012. № 1. С. 264—267.
22. *Vasil'eva N.* Namen auf russischen Stadtplanen unter linguo- und soziokulturellem Aspekt: «Rote Namen» auf dem Stadtplan von Moskau // *Die Stadt und ihre Namen. 2. Teilband / Dietlind Kremer, Dieter Kremer (Hg.)*. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, 2013. Pp. 225—248.

References

1. Podol'skaya, N.V. 1988. Slovar' russkoj onomasticheskoj terminologii. Izd. 2, pererab. i dop. Moscow: Nauka. Print. (In Russ.)
2. Razumov, R.V., and S.O. Goryaev. 2020. "Manifestations of regional identity in contemporary Russian urbanonymy". *Problems of onomastics* 17 (2): 201—219. doi: 10.15826/vopr_onom.2020.17.2.024 Print. (in Russ.)
3. Sizova, E.A. 2004. "Lingvokul'turologicheskij analiz urbanonimov (na materiale anglijskogo, russkogo i francuzskogo yazykov)". Dissertation ... of a candidate of philological sciences. Pyatigorsk. Print. (In Russ.)
4. Korolyova, I.A. 2015. "Toponimy kak svernutyj lingvokul'turnyj kod". *IKBFU's Vestnik* 8: 31—38. Print. (In Russ.)
5. Gorbanevskij, M.V. 1991. Nacional'nye obrazy v toponimii Moskvy. Moscow: MFGO AN SSSR. Print. (In Russ.)
6. Kazakova, S.L. 2008. E'tnolingvisticheskij podxod k izucheniyu urbanonimov. *Universitetskie chteniya*. Pyatigorsk: PGLU. Pp. 167—172. Print. (In Russ.)
7. Kovalyov, G.F. 2016. "I will pass down Abrikosovaya, and turn to Vinogradnaya". In *Onomastika Povolzh'ya: Proceedings*. Arzamas, Sep. 13—16. Sarov: Interkontakt. Pp. 338—342. Print. (In Russ.)
8. David, J. 2012. Czech Street Names: The Tendencies of Development in Modern Times. *Die Stadt und ihre Namen. 1. Teilband / Dietlind Kremer, Dieter Kremer (Hg.)*. Leipzig: Leipziger Universitäts Verlag GmbH. Pp. 207—238. Print.

9. Davletkulova, L.N. 2013. “Lingvokul'turologicheskij komponent toponimov (na primere urbanimov Oksforda)”. *Bulletin of Chelyabinsk State University* 31 (322): 82–85. Print. (In Russ.)
10. Vazhenina, I.S. 2006. “Imidzh i reputaciya territorii kak osnova prodvizheniya v konkurentnoj srede”. *Journal of Marketing in Russia and Abroad* 6: 82–99. Print. (In Russ.)
11. Zamyatin, D.N. 2020. *Geokul'turnyj brending gorodov i territorij: ot teorii k praktike*. St. Petersburg: Aletejya. Print. (in Russ.)
12. Vizgalov, D.V. 2008. *Marketing goroda*. Moscow: Fond «Institut e'konomiki goroda». Print. (in Russ.)
13. Golomidova, M.V. 2020. “Toponymic image-building for urban locations”. *Problems of onomastics* 17 (3): 263–278. Print. (in Russ.)
14. Cyuj, Yue. 2020. “Predstavlenie toponimicheskogo materiala v virtual'noj obuchayushhej srede”. In *Russkij yazyk v sovremennom onlajn-obrazovanii: Proceedings*. Ed. by V.I. Suprun. Volgograd: Izdatel'stvo OOO RA «Fortess». Pp. 102–109. Print. (In Russ.)
15. Berezovich, E.L. 2009. *Russkaya toponimiya v e'tnolingvisticheskom aspekte: Prostranstvo i chelovek*. Moscow: Knizhnyj dom «LIBROKOM». Print. (In Russ.)
16. Sokolova, T.P. 2015. *Metodicheskie rekomendacii po naimenovaniyu ulic v Moskve*. Moscow: Komitet obshhestvennyx svyazej goroda Moskvy. Print. (In Russ.)
17. Zabelin, N.Yu. 2007. *Moskovskaya gorodskaya toponimiya: strukturno-semanticheskij analiz toponimicheskoy sistemy*. Dissertation ... of a candidate of philological sciences. Yakutsk. Print. (In Russ.)
18. Egorova, L.V. 2018. “The question of studying godonyms in the modern paradigm of linguistic studies”. *Chuvash University Bulletin* 2: 224–233. Print. (In Russ.)
19. *Ulicy Moskvy. Starye i novye nazvaniya. Toponimicheskij slovar'-spravochnik*. 2003. Moscow: Izdatel'skij centr «Nauka, texnika, obrazovanie». Print. (In Russ.)
20. Smorgunova, E.M. 2006. *Moskva moskvichej*. Moscow: OGI. Print. (In Russ.)
21. Cvetkova, E.V. 2012. “Belyj cvet v kostromskoj toponimii”. *Vestnik of Kostroma state university* 1: 264–267. Print. (In Russ.)
22. Vasil'eva, N. 2013. *Namen auf russischen Stadtplanen unter linguo- und soziokulturellem Aspekt: «Rote Namen» auf dem Stadtplan von Moskau. Die Stadt und ihre Namen. 2. Teilband / Dietlind Kremer, Dieter Kremer (Hg.)*. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag. Pp. 225–248. Print. (In Ger.).

Сведения об авторе:

Юе Цюй — аспирант отдела теоретического и прикладного языкознания Института языкознания РАН. E-mail: yuequ0726@yandex.com

Bio Notes:

Yue Qu is a Postgraduate Student of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences. E-mail: yuequ0726@yandex.com