

На правах рукописи

Пахомов Владимир Маркович

**КАВЫЧКИ И СМЕЖНЫЕ ОРФОГРАФИЧЕСКИЕ ЯВЛЕНИЯ
В СФЕРЕ НОМИНАЦИИ**

Специальность 10.02.01 – русский язык

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва, 2008

Работа выполнена в отделе культуры русской речи Института русского языка им. В. В. Виноградова Российской академии наук

Научный руководитель: доктор филологических наук,
профессор **В. В. Лопатин**

Официальные оппоненты: доктор филологических наук,
профессор **В. М. Лейчик**

кандидат филологических наук
В. Н. Белоусов

Ведущая организация: Московский государственный
университет печати

Защита состоится «___» _____ 2008 года в 14 часов на заседании диссертационного совета Д 002.008.01 при Институте русского языка им. В. В. Виноградова РАН по адресу: 119019, Москва, ул. Волхонка, 18/2.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института русского языка им. В. В. Виноградова РАН.

Автореферат разослан «___» _____ 2008 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук

Б. Л. Иомдин

Общая характеристика работы

Одной из наиболее острых проблем современного русского правописания является употребление кавычек и других небуквенных знаков, прописных и строчных букв при написании разного рода наименований. Экономические и социальные преобразования, произошедшие в России за последние два десятилетия, активное развитие информационных и коммуникационных технологий способствовали значительному увеличению количества типов собственных наименований в русском языке, актуализировали ряд вопросов, связанных с лингвистической природой наименований и особенностями их функционирования в речи, обусловили появление новых языковых единиц, орфографическое оформление которых не регламентируется современными справочными пособиями по правописанию.

Исследование запросов пользователей интернет- и телефонных справочных служб русского языка и анализ примеров написания наименований в текстах печатных и электронных средств массовой информации показывают, что употребление кавычек, прописных и строчных букв в наименованиях вызывает многочисленные затруднения у пишущих, следствием чего является разноречивость в написании однотипных наименований в современной письменной речи. Ввиду этого изучение особенностей орфографии собственных имен и выработка рекомендаций по правописанию новых типов наименований, появившихся в русском языке, – одна из важнейших задач современной орфографической науки.

Объектом данного исследования является орфографическое оформление собственных наименований в современном русском письме. В качестве **предмета** изучения выступают следующие единицы, связанные с номинацией:

- условные наименования различной семантики;

- выделяемые кавычками составные наименования (не являющиеся условными);
- сокращенные названия учреждений, организаций, представляющие собой сложносокращенные слова и инициальные аббревиатуры;
- некоторые имена собственные в узком смысле этого термина – имена и прозвища людей и клички животных, а также географические и астрономические названия.

Тема исследования потребовала тщательного рассмотрения противоречивого материала, практически не устоявшегося и полностью не изученного. Особенности образования собственных наименований, их орфографического оформления и функционирования в письменной речи рассматривались в работах ряда исследователей – Б. З. Букчиной, А. В. Суперанской, М. В. Китайгородской, В. М. Лейчика, Л. А. Капанадзе, Н. А. Янко-Триницкой; однако за последние годы в русском языке появилось много новых типов наименований, требующих детального изучения и кодификации в лингвистических изданиях.

Трудности орфографического оформления наименований во многом связаны с тем, что в современном русском языке они не просто служат для именования организаций, фирм, товаров и т. п., но и участвуют (наряду с графическими элементами) в формировании бренда – торговой марки, знака, являющегося интеллектуальной собственностью владельца. Поскольку одним из критериев успешности бренда является запоминаемость, образность, яркость, многие названия торговых марок представляют собой последовательность знаков, сложную для оформления в соответствии с традиционными правилами правописания.

Помимо этого, в современных русских текстах наименования зачастую пишутся не кириллицей, а латиницей. В основном это касается названий марок изделий техники и электроники, продовольственных, парфюмерных и др.

товаров, а также коммерческих фирм, банков, музыкальных коллективов и т. п. Другими словами, речь идет о написании зарубежных брендов или отечественных торговых марок, создатели которых стремятся таким способом (написанием латиницей) привлечь внимание потенциальных клиентов. Проблемам графического иноязычия в современном русском письме посвящены исследования Т. М. Григорьевой, Е. В. Мариновой, З. Н. Пономаревой, Е. О. Филинковой и др., однако внимание лингвистов сосредоточено, в основном, на вопросах допустимости графических заимствований в русских текстах и возможной «варваризации языка через латиницу»¹. Такой аспект данной проблемы, как употребление кавычек в написанных латиницей наименованиях, в отечественной лингвистике не рассматривался.

Таким образом, **актуальность исследования** определяется следующими факторами:

- 1) недостаточной изученностью особенностей употребления кавычек при написании наименований;
- 2) сложностью орфографического оформления единиц, относящихся к сфере номинации;
- 3) отсутствием в справочных пособиях рекомендаций по написанию ряда типов наименований, распространенных в современном русском письме.

Научная новизна работы заключается в системном описании факторов, влияющих на употребление кавычек в наименованиях (тип названия и его семантика, наличие или отсутствие при названии родового слова, наличие или отсутствие в названии аббревиации). В работе впервые рассматривается зависимость употребления кавычек от таких факторов, как графическая система, выбранная для оформления названия (кириллица или латиница), и тип контекста, в котором употребляется наименование.

¹ Пономарева З. Н. Графический образ иноязычного слова в современных русских текстах // Мир русского слова. 2001. № 2. С. 75.

Цель работы – выявить общие закономерности употребления кавычек и прочих орфографических знаков в сфере номинации и разработать принципы такого построения разделов справочных пособий по правописанию, посвященных употреблению кавычек, прописных и строчных букв, при котором были бы учтены все факторы, влияющие на постановку кавычек в собственных наименованиях.

Достижение поставленной цели связано с решением следующих **задач**:

- 1) определить, от каких факторов (и в какой степени) зависит употребление кавычек, прописных и строчных букв в наименованиях;
- 2) сопоставить различные подходы к организации материала и последовательности изложения правил употребления кавычек, прописных и строчных букв в справочной литературе с целью выработки оптимального построения соответствующих разделов;
- 3) осуществить описание недостаточно хорошо изученных в рассматриваемом аспекте тематико-семантических групп наименований.

В работе нашли применение описательный и аналитический **методы исследования**.

Материалом работы послужили тексты, опубликованные в печатных СМИ в 2004–2008 гг., а также тексты художественной и художественно-публицистической прозы, созданные в конце XX – начале XXI века. При поиске примеров написания наименований активно использовались и источники, размещенные в сети Интернет, в первую очередь Национальный корпус русского языка (www.ruscorpora.ru), создаваемый при участии Института русского языка имени В. В. Виноградова РАН, архив запросов пользователей интерактивного «Справочного бюро» интернет-портала «Русский язык» (www.gramota.ru), а также материалы электронных средств массовой информации и интернет-версий печатных СМИ. Собранный картотека содержит

свыше 10 000 примеров употребления наименований различной семантики в публицистических и художественных текстах.

Теоретическая значимость исследования определяется его вкладом в изучение небуквенных средств орфографического оформления наименований. В работе проанализированы факторы, определяющие основные современные тенденции функционирования кавычек в собственных наименованиях, выявлена связь употребления кавычек с такими явлениями правописания, как выбор прописной / строчной буквы, употребление дефиса и тире, выбор графической системы, используемой для оформления названия.

Практическое применение результаты диссертационной работы могут найти при создании справочных пособий по правописанию. Выработка на основе предлагаемых нами принципов подробных рекомендаций по употреблению кавычек и других небуквенных знаков, прописных и строчных букв при написании наименований и их внесение в словари и справочники будет, по нашему мнению, в значительной степени способствовать упорядочению данной области орфографии.

Апробация работы. Содержание и результаты диссертационного исследования нашли отражение в трех научных публикациях автора, а также в докладе, прочитанном на секции «Орфография и орфоэпия» Первой Международной конференции «Культура русской речи» (Московская область, пансионат «Звенигородский» УД РАН, 14–17 октября 2007 года). Работа была обсуждена на заседании отдела культуры русской речи Института русского языка имени В. В. Виноградова РАН.

Структура диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и библиографии. В *первой главе* рассматриваются рекомендации по орфографическому оформлению наименований, приводимые в различных справочных пособиях, выявляются лакуны справочников. При этом анализ применения кавычек в сфере номинации предваряется обзором спорных

случаев, возникающих при использовании кавычек в других сферах их функционирования (при прямой речи и цитатах, а также при словах, употребляемых в необычном значении).

Вторая глава диссертационного исследования посвящена анализу факторов, влияющих на постановку кавычек при написании наименований, и сопоставлению формального и тематико-семантического подходов к описанию изучаемого материала в лингвистических изданиях.

Результатом практической реализации предлагаемого нами способа описания материала являются рекомендации по орфографическому оформлению наименований, приведенные в *третьей главе* работы.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Употребление кавычек и других небуквенных знаков, прописных и строчных букв при написании наименований – особая область орфографии, в настоящее время одна из наименее устойчивых и упорядоченных и еще недостаточно хорошо изученная, следствием чего являются многочисленные затруднения, возникающие у авторов текстов, редакторов и корректоров при написании наименований.
2. Разделы современных справочных пособий по правописанию, посвященные употреблению кавычек, прописных и строчных букв в наименованиях, не свободны от некоторых пробелов и недочетов, которые можно назвать лакунами справочников. К таким лакунам относятся: а) отсутствие рекомендаций по написанию названий, оформленных латиницей; б) неполнота описанного материала; в) отсутствие актуальных, современных примеров и г) недосказанность некоторых рекомендаций.
3. При сопоставлении двух подходов к организации изучаемого материала в справочной литературе – формального и тематико-семантического – делается вывод о целесообразности их совмещения.

4. Наличие / отсутствие кавычек при наименованиях в современном русском письме обусловлено влиянием ряда факторов, к которым относятся: а) графическая система, используемая для написания наименования (кириллица / латиница); б) тип названия (условное наименование или наименование, не являющееся условным); в) семантика названия; г) наличие аббревиации в названии; д) наличие при наименовании родового слова. Иногда употребление кавычек при наименованиях обусловлено влиянием традиции или экстралингвистическими факторами.
5. К факторам, определяющим основные тенденции употребления кавычек в наименованиях в современной практике письма, относится и контекст, в котором используется название. Многие названия, требующие постановки кавычек при употреблении в пределах текста – в составе синтаксических конструкций в сочетании с другими словами, – вне таких конструкций пишутся без данного выделительного знака.
6. Особым объектом рассмотрения в рамках исследуемой темы является орфографическое оформление собственных наименований, написанных латиницей (или средствами двух графических систем). Вопросы употребления кавычек при таких наименованиях заслуживают рассмотрения (или хотя бы упоминания) в справочных пособиях по русской орфографии.

Основное содержание работы

Во **Введении** обосновывается выбор темы, определяются научная новизна и актуальность работы, указываются цели и задачи исследования, его теоретическая и практическая значимость, называются источники материала, формулируются положения, выносимые на защиту.

Глава 1 «Современное состояние изучения вопроса об употреблении кавычек в сфере наименований» состоит из двух разделов. В первом разделе **«Функционирование кавычек в современном русском письме»** анализируются общие особенности употребления кавычек в письменной речи. Кавычки выполняют следующие функции:

- I. Выделение безабзацной прямой речи и цитат.
- II. Выделение условных (собственных) наименований.
- III. Выделение слов, которые употребляются в необычном, ироническом, особом значении.

«...Лингвистический смысл кавычек, – отмечал Б. А. Успенский, – заключается прежде всего в указании того, что взятое в кавычки слово используется в каком-то другом (чужом, метафорическом) смысле, нежели буквальный или общепринятый, причем не указывается, в каком именно»². Кавычки служат своего рода сигналом, который позволяет автору обратить внимание читателя на тот или иной фрагмент текста.

Традиционно кавычки, служащие для выделения прямой речи и цитат, а также условных наименований, рассматриваются как обязательный знак, а кавычки, используемые при выделении слов, употребляемых в особом, необычном, ироническом значении, – как факультативный знак. Такое различие в употреблении кавычек описано, например, в работах Б. С. Шварцкопфа: кодификация кавычек, используемых при прямой речи и условных наименованиях, «характеризуется четкостью очерченных границ, обязательностью предписаний и общепризнанностью (их выполнение не вызывает сомнений у пишущих)»³. Кавычки же, служащие для подчеркивания

² Успенский Б. А. «Грамматическая правильность» и понимание // Межвузовская конференция по порождающим грамматикам. Кяэрику, 15–25 сентября 1967. Тезисы докладов. Тарту, 1967. С. 103.

³ Шварцкопф Б. С. Современная русская пунктуация: система и ее функционирование. М., 1988. С. 51.

необычного употребления слова, являются факультативными, «их кодификация характеризуется нечеткостью (или значительной размытостью) очерченных границ, необязательностью предписаний (возможностью выбора: выполнять их или нет?) и необщепризнанностью (необходимость постановки знака может вызывать сомнения)»⁴. К этому типу относятся такие кавычки, содержание которых является оценочно-семантическим, модальным, оценочно-стилистическим. Фактически они функционируют не как выделительные знаки препинания, а как оценочные в широком смысле «пометы» слова в тексте.

Во втором разделе первой главы «Кавычки в сфере номинации: рекомендации и лакуны справочников» рассматриваются и сопоставляются рекомендации по употреблению кавычек в собственных наименованиях, содержащиеся в наиболее известных среди редакторов, корректоров, работников СМИ справочных пособиях по правописанию. При этом анализу рекомендаций предшествует определение понятия «наименование» и вычленение семантических групп наименований, вызывающих трудности в написании.

По своей соотнесенности с обозначаемым наименования делятся на две группы:

1. Составные названия, не являющиеся условными и не содержащие слов в кавычках, например: *Государственный Русский музей, Московский нефтеперерабатывающий завод, Российский государственный университет туризма и сервиса, Федеральное агентство по образованию, Государственная премия, Книга рекордов Гиннесса, Великая Отечественная война*. Такие номинативные единицы А. В. Суперанская называет *реальными собственными именами*: все входящие в их состав слова употребляются в своем прямом значении. При этом все или почти все слова, составляющие

⁴ Там же, с. 52.

наименование, являются именами нарицательными, а все название в целом – именем собственным⁵.

2. Условные названия различной семантики (как однословные, так и неоднословные), выделяемые кавычками, например: *театр «Современник», музей-заповедник «Коломенское», туристическая фирма «Старый город», стадион «Локомотив», фирменный поезд «Жигули», газета «Комсомольская правда», вино «Исповедь грешницы», яблоки «слава победителю», автомобиль «Тойота-Королла», шаттл «Дискавери», баллистическая ракета «Тополь», тайфун «Джуди». Вслед за А. В. Суперанской в разряд условных мы относим и иноязычные названия, «материальный состав и синтаксические связи элементов которых не ясны в заимствующем языке»⁶.*

В число наименований входят также однословные сокращенные названия учреждений, организаций и т. п. (сокращения как реальных, так и условных наименований) – сложносокращенные слова и аббревиатуры инициального типа: *Госпремия, Мосгортранс, Мосгортепло, Сбербанк, «Росгосстрах»; РУДН, «АиФ», ОАО «РЖД»* и т. п.

Следует отметить, что сфера номинации не исчерпывается лишь наименованиями; помимо них, в число слов, выделяемых прописной буквой, входят имена собственные в узком смысле этого слова, к которым относятся имена и прозвища людей и клички животных, географические и астрономические названия. Написание таких собственных имен зачастую вызывает вопросы, связанные не только с употреблением прописных и строчных букв, но и с постановкой кавычек. В первую очередь это касается прозвищ людей: *Дуэйн Скала Джонсон* или *Дуэйн «Скала» Джонсон*, а также

⁵ См.: Суперанская А. В. Прописная и строчная буква в собственных именах разных категорий // Орфография собственных имен. М.: Наука, 1965. С. 31. Предложенный А. В. Суперанской термин *реальные собственные имена* в противоположность условным названиям используется в нашей работе.

⁶ Там же, с. 33.

некоторых названий, вызывающих трудности в разграничении «топоним – условное наименование»: *аэропорт Внуково* или *аэропорт «Внуково»*, *жилой массив Победа* или *жилой массив «Победа»*, *подстанция Дачная* или *подстанция «Дачная»*.

Анализ вопросов, поступающих в справочные службы русского языка Института русского языка имени В. В. Виноградова РАН и справочно-информационного интернет-портала «Русский язык», позволяет выделить следующие тематико-семантические группы номинативных единиц, вызывающих трудности орфографического оформления:

1. Названия фирм, организаций, учреждений, музыкальных коллективов, спортивных обществ: *Внешторгбанк, ВТБ, компании «Транснефть», «Тройка Диалог», АвтоВАЗ, ОАО «Межрегиональный ТранзитТелеком», «Метрогипротранс», ПФК ЦСКА, ОАО «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД»), компания Vausch&Lomb, рок-группа Lordi.*
2. Названия общественных мест, объектов недвижимости, географических объектов: *аэропорт Шереметьево-2, станция метро «Фили», природный заказник «Тимирязевский», резиденция «Бочаров Ручей», заповедник «Кедровая Падь», полигон «Кура», ТСЖ «Закамск», социальный жилой дом «Митино», микрорайон Куркино.*
3. Названия изделий техники и электроники – производственных марок и самих этих изделий, в том числе названия неоднословные и включающие в себя цифровые обозначения изделий. Это названия автомобилей: *«Лада», «Вольво», «Рено-Меган», Toyota Yaris, Daewoo Matiz, ВАЗ-2112, КамАЗ;* самолетов и средств покорения космоса: *«Руслан», Ту-154, «Боинг-747», шаттл «Дискавери», челнок «Атлантис», стыковочный модуль «Ноуд-2»;* военной техники: *баллистическая ракета «Тополь», ударный комплекс «Искандер-М»;* изделий электронной техники (компьютеры, мобильные телефоны, цифровая фототехника и пр.): *Samsung X-100, плеер iPod touch,*

процессор Intel Core 2 Duo (в основном наименования изделий электронной техники в современных текстах пишут латиницей).

4. Названия, связанные со сферой информационных технологий, в том числе: названия интернет-ресурсов (оформленные кириллицей, латиницей, сочетанием букв двух алфавитов): «*Известия.Ру*», «*Словари.Ру*», «*Страна.Ру*», «*Яндекс*» (*Yndex, Yandex*), «*Рамблер*» (*Rambler*), названия веб-сервисов: «*Яндекс.Фотки*», «*Яндекс.Словари*», *WebMoney*.
5. Названия лекарств, медицинских препаратов (выступающие как в качестве товарной марки изделия, так и в бытовом употреблении), например: *валидол*, *но-шпа*, «*Фастум-гель*», «*Фарингосепт*», вакцины «*Гриппол*», «*Ваксигрипп*», «*Инфлювак*», «*Агриппал*».
6. Названия продовольственных товаров, в том числе алкогольных напитков (выступающие и в качестве бренда, и в бытовом употреблении): *вафли* «*Сливочные*», салат «*Китайский*», соус «*Тартар*», ликер «*Бейлис*», вино «*Божоле Нуво*», кофе «*Черная карта*».
7. Условные названия видов и сортов сельскохозяйственных культур, овощей, цветов и т. п. – термины агрономии и садоводства: *яблоко антоновка*, *белый налив*, «*слава победителю*», *виноград «шардоне»*, *малина «мальборо»*, *тюльпан «черный принц*».

В официально действующих в настоящее время «Правилах русской орфографии и пунктуации» 1956 года рекомендации по употреблению кавычек для выделения собственных наименований сформулированы очень коротко и проиллюстрированы ограниченным количеством примеров. В связи с этим для решения вопросов, связанных с орфографическим оформлением наименований, пишущие обращаются к справочным пособиям по правописанию. Наибольшим авторитетом в среде редакторов, корректоров, работников СМИ пользуются «Справочник по правописанию и литературной правке» Д. Э. Розенталя, «Справочник издателя и автора» А. Э. Мильчина, Л. К. Чельцовой, полный

академический справочник «Правила русской орфографии и пунктуации» под ред. В. В. Лопатина, словарь В. В. Лопатина, И. В. Нечаевой, Л. К. Чельцовой «Прописная или строчная?». Сопоставление рекомендаций по употреблению кавычек, прописных и строчных букв в наименованиях, приведенных в перечисленных изданиях, позволяет выявить ряд лакун справочных пособий, к которым относятся:

А. Отсутствие рекомендаций по написанию названий, оформленных латиницей. Рекомендации по постановке кавычек в наименованиях, приведенные в справочной литературе, охватывают только такие случаи, когда название написано кириллицей. Между тем в современных русских текстах наименования очень часто пишутся буквами латинского алфавита. В основном это касается названий иностранных марок изделий техники и электроники, в которых написание латиницей часто сочетается с официальными серийными обозначениями, представляющими собой сложные комплексы из цифр, прописных и строчных букв (*телефон Voxtel RX11, фотоаппарат Canon A410, автомобиль Mazda 323* и т. п.). Кроме этого, латиницей в современных текстах пишутся многие названия коммерческих фирм, банков, прочих учреждений и организаций; при этом написание названия средствами иной графической системы не всегда свидетельствует о том, что речь идет о зарубежном бренде (как, например, *McDonald's* или *Ikea*), зачастую буквами латинского алфавита пишутся и наименования отечественных организаций, предприятий, торговых марок (*кафе N-Joy, магазин Bolero, компьютерный клуб Click-Net, салон красоты Glamour*). «Выбор графики во многих случаях определяется не происхождением используемых слов, а стремлением выделить название, сделать его выразительным; латиница в таких случаях выступает и как средство выражения определенной экстралингвистической информации: указания на

западные традиции предпринимательства, высокий уровень обслуживания»⁷. Еще один фактор, способствующий распространению в современных текстах названий, написанных латиницей, – это активное развитие новых информационных технологий и вхождение России в пространство Всемирной сети. Ввиду того что доменные имена в Интернете оформляются исключительно буквами латинского алфавита, в названиях большинства электронных средств массовой информации, книг, энциклопедий, развлекательных порталов, находящихся в российском сегменте Сети, в той или иной степени присутствует латиница, например: *Lenta.ru* – название полностью оформлено латиницей; *Страна.Ru*, *Утро.ru* – названия оформлены сочетанием букв кириллического и латинского алфавитов (при написании подобных названий, разделенных точкой, неизбежно возникает и проблема употребления прописных и строчных букв).

Б. Неполнота описанного материала. В справочных пособиях отсутствуют рекомендации по написанию некоторых тематических групп названий. В их числе: наименования лекарств, медицинских препаратов; современных изделий электронной, бытовой, аудио- и видеотехники – торговых марок и самих изделий (должно ли их написание различаться по аналогии с написанием производственных марок автомобилей и самолетов?); названий, связанных со сферой информационных технологий; стихийных бедствий (ураганов, тайфунов и т. п.); природных и исторических заповедников и др.

В. Отсутствие актуальных, современных примеров. Иллюстративный материал, приведенный в справочной литературе, не включает в себя многие названия компаний, организаций, фирм, с высокой степенью частотности встречающиеся в современных публицистических текстах. Практически не

⁷ Филинкова Е. О. Графико-орфографическое иноязычие в контексте полизнаковости русского письма постсоветского периода: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2004. С. 13.

обновляются и примеры написания марок автомобилей: по-прежнему значительную их часть составляют названия «Москвич-412», «Волга», «Жигули», «Таврия». Однако в современной письменной речи в основном встречаются наименования, написанные латиницей, при этом они, как правило, состоят из нескольких слов и сопровождаются цифровыми обозначениями: *Audi TT Coupe, Toyota Corolla, Audi A8, Lexus IS 250, Renault Scenic, Ford Focus купе, Nissan Almera Classic*; среди наименований, написанных кириллицей, также преобладают двойные и тройные названия (марка + модель автомобиля, марка + модель + модификация), например: «Тойота-Камри», «Рено-Меган», «Ниссан-Альмера», «Ниссан-Альмера-Классик». Значительная часть поступающих в справочные службы по русскому языку вопросов о написании названий автомобилей посвящена оформлению именно таких наименований, однако соответствующих рекомендаций в справочных пособиях нет.

Г. Недосказанность некоторых рекомендаций. Среди часто употребляемых в последние годы названий коммерческих организаций, банков, фирм значительную долю составляют наименования, представляющие собой сложносокращенное слово; распространены в устной и письменной речи и сокращенные неофициальные названия органов исполнительной власти: *Минздравсоцразвития, Рособрнадзор, Роспечать, Росаэронавигация* и др. Однако рекомендации по написанию таких наименований, приведенные в справочных пособиях, недостаточно раскрывают зависимость употребления кавычек в сокращенных наименованиях от семантики названия (сокращенное обозначение государственного учреждения / коммерческой фирмы, ср.: *Рособрнадзор*, но: «*Росгосстрах*»), а также от наличия при наименовании родового слова (ср.: *Мосгортранс*, но: ГУП «*Мосгортранс*»).

Поиску путей устранения лакун справочников и анализу факторов, влияющих на употребление кавычек в наименованиях, посвящена **глава 2**

«Факторы постановки кавычек в наименованиях», состоящая из двух разделов. В первом разделе **«Возможные способы классификации собственных наименований»** выдвигается гипотеза о целесообразности классификации наименований (и построения рекомендаций по их орфографическому оформлению) с опорой на формальные характеристики оных.

Названия в современном русском языке могут оформляться кириллицей, латиницей, комбинацией букв кириллического и латинского алфавитов, реже – комбинацией букв и небуквенных знаков; состоять из одного слова или нескольких слов (при этом, если название состоит из одного слова, то это слово может не содержать аббревиации; может представлять собой сложносокращенное слово или аббревиатуру инициального типа); сопровождаться или не сопровождаться родовым словом; сопровождаться или не сопровождаться дополнительными компонентами – буквенными и цифровыми обозначениями.

Перечисленные характеристики присущи всем встречающимся в современных русскоязычных текстах наименованиям, вне зависимости от их семантики. Ввиду того что наличие лакун в справочной литературе вызвано, прежде всего, большим количеством тематико-семантических групп наименований и невозможностью охватить их в рамках одного лингвистического издания, можно предположить, что построение рекомендаций на основе формальных признаков наименований будет гарантировать исчерпывающее описание материала.

Для ответа на вопрос, возможен ли такой способ организации материала в справочной литературе, была составлена классификация наименований на основе их формальных признаков и рассмотрены возможные варианты построения рекомендаций. Практически все наименования, встречающиеся в современных русскоязычных текстах, распределяются (в зависимости от их

структурных особенностей) на 28 подгрупп. Однако рекомендации по употреблению кавычек, прописных и строчных букв в наименованиях невозможно привести в 28 параграфах. Во многих случаях наименования, объединенные по их формальным характеристикам в одну и ту же подгруппу, оформляются неодинаково: они могут как заключаться, так и не заключаться в кавычки, писаться как с прописной, так и со строчной буквы – в зависимости от семантики. И наоборот: одинаково пишутся многие названия, отнесенные нами (на основе их формальных признаков) в разные подгруппы, а следовательно, рекомендации по их оформлению будут дублировать друг друга. Таким образом, построение рекомендаций на основе классификации наименований только по их формальным характеристикам следует признать нецелесообразным.

В связи с этим нами предложен иной способ устранения лакун справочников, представляющий собой синтез формального и тематико-семантического подходов к организации изучаемого материала. Принятое в настоящее время в справочной литературе построение рекомендаций на основе семантики названия следует уточнить и расширить, описав такие случаи, когда структурные особенности наименований влияют на постановку кавычек. Для реализации данного подхода на практике необходимо ответить на вопрос, в каких случаях на употребление кавычек оказывает влияние не семантика имени, а его формальные признаки, и выявить тем самым факторы постановки кавычек в собственных именах.

Решению данного вопроса посвящен **второй раздел «Анализ факторов, влияющих на употребление кавычек в наименованиях»**. Исследование примеров орфографического оформления наименований в современных публицистических и художественных текстах позволило сделать следующие выводы:

1. Графическая система, с помощью которой оформляется название, является важнейшим из факторов, влияющих на употребление кавычек в письменной речи. В современном русском письме сложилась устойчивая традиция не заключать в кавычки написанные латиницей наименования, причем отсутствие кавычек определяется именно латиницей и, как правило, не зависит ни от семантики названия, ни от наличия или отсутствия при нем родового слова, ни от иных факторов.
2. В написанных кириллицей наименованиях на употребление кавычек оказывает влияние, в первую очередь, тип онима (не заключаются в кавычки реальные собственные имена, например: *Московский драматический театр им. К. С. Станиславского*, но пишутся в кавычках условные наименования, например: *театр «Амадей»*), а также семантика названия (например, названия железнодорожных станций пишутся без кавычек, в отличие от названий станций метрополитена, которые нуждаются в выделении кавычками: *платформа Выхино*, но: *станция метро «Выхино»*).
3. При написании некоторых семантических групп наименований, в первую очередь названий фирм, организаций, учреждений, употребление кавычек зависит от наличия в названии аббревиации; при некоторых сокращенных названиях постановка кавычек обусловлена также наличием родового слова. Особенности употребления кавычек в сокращенных названиях, сопровождаемых и не сопровождаемых родовым словом, отражены в следующей таблице:

Особенности написания наименований-аббревиатур

Тип наименования	Наличие родового слова	Оформление на письме	Примеры написания
Сложносокращенные слова – неофициальные наименования органов законодательной и исполнительной власти, международных организаций	Употребляются без родового слова	Не заключаются в кавычки	<i>Госдума, Мосгордума, Центризбирком, Рособрнадзор, Еврокомиссия</i>
Сложносокращенные слова – названия государственных унитарных предприятий	Без родового слова	Не заключаются в кавычки	<i>Мосгортранс, Мосводоканал</i>
	С родовым словом	Заключаются в кавычки	<i>ГУП «Мосгортранс», МГУП «Мосводоканал»</i>
Сложносокращенные слова – названия коммерческих организаций	Без родового слова	Обычно заключаются в кавычки	<i>«Росгосстрах», «Газпром», «Роснефть», «Технопромэкспорт», «Метрогипротранс»</i>
		Исключение	<i>Сбербанк</i> (воспринимается как наименование гос. учреждения)
	С родовым словом	Заключаются в кавычки	<i>ОАО «Газпром», компания «Роснефть»</i>
Инициальные аббревиатуры – сокращения реальных собственных имен (названий госструктур, партий, научных, учебных и зрелищных заведений, междунар. организаций)	Употребляются без родового слова	Не заключаются в кавычки	<i>МИД, МЧС, МВД, ГИБДД, КПРФ, БЮТ, СПС, МГИМО, РУДН, МАРХИ, БДТ, МХТ, ГТГ, ВТО, ВОЗ, МОК, ООН, ЮНЕСКО, МАГАТЭ</i>
Инициальные аббревиатуры – названия спортивных организаций	Без родового слова	Не заключаются в кавычки	<i>ЦСКА, СКА, ЦСК ВМФ, ФШМ</i>
	С родовым словом	Не заключаются в кавычки	<i>ПФК ЦСКА, ПБК ЦСКА, клуб ЦСК ВМФ</i>
Инициальные аббревиатуры – сокращения условных наименований (коммерческих учреждений, периодических изданий, политических партий и др.)	Без родового слова	Обычно заключаются в кавычки	<i>«РГ», «МК», «СЭ», «НГ», «КП», «АиФ», «МТТ», «РЖД», «ПР» («Патриоты России»)</i>
		Исключение	<i>ЕР</i> («Единая Россия»)
	С родовым словом	Заключаются в кавычки	<i>ОАО «РЖД», компания «МТТ», партия «ПР»</i>

4. Наличие родового слова оказывает влияние на постановку кавычек при написании не только сокращенных, но и полных наименований: реальные собственные имена, вне зависимости от семантики, при употреблении в сочетании с родовым словом заключаются в кавычки. Напр., в названиях организаций: *Московский нефтеперерабатывающий завод – ОАО «Московский нефтеперерабатывающий завод», средняя школа № 20 – МОУ «Средняя школа № 20», Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского – ГОУ ВПО «Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского», Бюро по содействию СМИ в освещении религиозной жизни – автономная некоммерческая организация «Бюро по содействию СМИ в освещении религиозной жизни»⁸*; то же при написании иных названий (не являющихся наименованиями учреждений): *Город воинской славы – почетное звание «Город воинской славы»; Катанский район – муниципальное образование «Катанский район»*. Написание в кавычках условных наименований наличие / отсутствие родового слова не влияет (*«Грабли» – ресторан «Грабли»*).
5. Наличие / отсутствие кавычек в собственных наименованиях во многом зависит от контекста, в котором употребляются названия. Многие наименования, требующие постановки кавычек при употреблении в пределах текста – в составе синтаксических конструкций в сочетании с другими словами, – вне таких конструкций пишутся без данного выделительного знака. Не заключаются в кавычки:
- названия станций метро и остановок наземного городского транспорта – на картах и схемах, а также на самих станциях и остановках;
 - названия учреждений, организаций, фирм – на вывесках, в перечнях;

⁸ Экстралингвистической причиной наличия подобных примеров является юридический документ (ст. 54 Гражданского кодекса РФ), предписывающий указывать в наименовании юридического лица его организационно-правовую форму (*ОАО, ЗАО, АНО* и т. д.).

- названия разного рода товаров (продуктовых, парфюмерных, галантерейных и др.) – на этикетках, упаковках, наклейках, в перечнях;
 - названия литературных и научных произведений (и их частей), произведений искусства, документов, периодических изданий – в сносках, отсылках, библиографических перечнях, оглавлениях книг; кроме того, пишутся без кавычек названия произведений изобразительного искусства в подписях под произведениями (в музеях, книжных иллюстрациях и др.).
6. В ряде случаев употребление кавычек при наименованиях объясняется влиянием традиции или экстралингвистическими факторами. Иногда особенности человеческого мировоззрения, особое отношение носителей языка к тем или иным реалиям выражается в особом орфографическом оформлении единиц, обозначающих эти реалии. Так, пишутся без кавычек названия культовых книг, например: *Библия, Священное Писание, Пятикнижие, Псалтырь, Коран* и др., в том числе в названиях памятников письменности: *Остромирово Евангелие, Острожская Библия*. Все эти наименования не заключаются в кавычки вопреки общему правилу о написании в кавычках названий литературных произведений, произведений искусства, документов и т. п., при этом отсутствие кавычек объясняется именно экстралингвистическими причинами – особым отношением к произведениям духовно-религиозной литературы.
7. Такие формальные признаки наименований, как количество слов в названии и наличие при нем неизменяемого приложения, передаваемого на письме цифрами, на употребление кавычек не влияют.

Исходя из сказанного выше, в правилах употребления кавычек, прописных и строчных букв в наименованиях целесообразно выделять два подраздела: первый из них должен регламентировать правописание названий, оформленных кириллицей, второй – правописание названий, оформленных латиницей или средствами двух алфавитных систем. Данный способ подачи

материала не только позволит учесть влияние такого важнейшего фактора постановки кавычек, как графическая система, при помощи которой оформлено название, но и значительно упростит пользование справочными пособиями.

Построение подраздела «Названия, написанные кириллицей» не должно существенно отличаться от принятого в настоящее время в справочных пособиях: каждая семантическая группа наименований описывается в отдельном параграфе. Однако необходимо добавить к уже приведенным в справочниках группам наименований некоторые другие, актуальные для современной письменной речи, но не отраженные в справочной литературе номинативные единицы (например, названия, связанные с информационными технологиями). Кроме этого, в данном подразделе следует более подробно описать употребление кавычек при сокращенных названиях фирм, организаций, учреждений и производственных марок технических изделий, указать на различие в написании наименований в зависимости от наличия / отсутствия родового слова, а также рассмотреть зависимость употребления кавычек от контекста, в котором встречается наименование.

Рекомендации по употреблению кавычек в названиях, написанных латиницей (а также средствами двух алфавитов), следует привести в отдельном (хотя и меньшем по объему) подразделе правил, поскольку орфографическое оформление таких наименований значительно отличается от оформления названий, написанных кириллицей.

Практическая реализация указанного способа подачи материала рассматривается в **главе 3 «Предлагаемые изменения и дополнения к правилам употребления кавычек, прописных и строчных букв в наименованиях»**, состоящей из трех разделов. В **первом разделе** излагаются общие принципы построения рекомендаций по употреблению кавычек (а также прописных и строчных букв) в справочных пособиях по правописанию,

приводится схема первого подраздела, регламентирующего написание кириллических наименований, и второго подраздела, в котором рассматривается орфографическое оформление названий, написанных латиницей.

Второй раздел третьей главы посвящен предлагаемым изменениям и дополнениям к правилам написания названий, оформленных кириллицей. Эти изменения, которые могли бы существенно улучшить справочный материал в отношении его полноты и последовательности, заключаются в следующем:

Параграфы, посвященные написанию географических и административно-территориальных названий и производных от них слов, названий органов власти, учреждений, организаций, обществ, партий, названий товарных знаков, марок изделий и сортов, нуждаются в дополнительных рекомендациях по применению кавычек в ряде наименований, актуальных для современной письменной речи и вызывающих затруднения у пишущих. К ним, в частности, относятся:

- Названия городских районов, кварталов и отдельных домов, которые употребляются с родовыми наименованиями *район, микрорайон, жилой массив, ТСЖ (товарищество собственников жилья), СЖД (социальный жилой дом)*. Если названия районов и микрорайонов следует писать без кавычек (т. к. они представляют собой топонимы), например: *район Марфино, микрорайон Куркино, микрорайон Марьинский Парк*, то такие названия, как *жилой массив «Парус», жилой массив «Победа», жилой комплекс «Алые Паруса», жилой комплекс «Бриз», социальный жилой дом «Митино», ТСЖ «Новобродовский»*, являются «классическими» условными наименованиями, а следовательно, заключаются в кавычки.
- Наименования автодорог, трасс и т. п. – они заключаются в кавычки и пишутся с прописной буквы, например: *автодороги «Холмогоры», «Каспий», «Дон», «Урал», «Крым», «Уссури»*. Однако при обозначении

пространственных пределов географические названия пишутся с прописной буквы без кавычек: *трасса Киев – Симферополь, поезд Москва – Киев, нефтепровод Восточная Сибирь – Тихий океан.*

- Географические наименования в сочетании с родовым словом, выступающие в качестве приложения при другом родовом наименовании и не сочетающиеся с ним синтаксически, например: *муниципальное образование «Город Архангельск», муниципальное образование «Город-курорт Анапа».* В этих случаях топоним вместе с родовым словом заключается в кавычки, а кроме того, если родовое слово начинает собой сочетание, выделенное кавычками, оно пишется с прописной буквы.
- Наименования учреждений, организаций, представляющие собой реальные собственные имена, но выступающие в сочетании с родовым наименованием (как правило – обозначением организационно-правовой формы), например: *ОАО «Московская типография № 2», государственная корпорация «Фонд содействия реформированию ЖКХ», государственное образовательное учреждение «Гимназия № 1517».* Наличие родового слова приводит к написанию подобных наименований в кавычках; при употреблении без родового слова они в кавычки не заключаются: *Московская типография № 2, Фонд содействия реформированию ЖКХ, гимназия № 1517.*
- Названия лекарственных препаратов – их написание не должно отличаться от орфографического оформления наименований продуктовых и др. товаров: при употреблении в качестве торговой марки названия лекарственных средств следует писать с прописной буквы в кавычках: *«Агри», «Инфлювак», «Афлубин»,* а в бытовом употреблении – со строчной буквы без кавычек: *выпить фервекс, принять афлубин.* Однако названия лекарств, вошедшие в широкий обиход вследствие многолетнего употребления (*валидол, аспирин, анальгин*), следует во всех случаях писать со строчной буквы без кавычек.

Необходимы уточнения, касающиеся написания без кавычек названий станций метро и остановок наземного городского транспорта – на картах и схемах, а также на самих станциях и остановках; названий учреждений, организаций, фирм – на вывесках, в перечнях; названий разного рода товаров (продуктовых, парфюмерных, галантерейных и др.) – на этикетках, упаковках, наклейках, в перечнях; названий литературных и научных произведений (и их частей), произведений искусства, документов, периодических изданий – в сносках, отсылках, библиографических перечнях, подписях, оглавлениях книг.

Учитывая распространенность в современной письменной речи названий, связанных с информационными технологиями, и тот факт, что их орфографическое оформление сопряжено с трудностями, написанию таких названий следует посвятить отдельный параграф. Регламентируется написание названий интернет-ресурсов: обе части кириллического наименования (название ресурса и акронимическое название доменной зоны) пишутся с прописной буквы, при этом название заключается в кавычки, например: «*Словари.Ру*», «*Фамилии.Ру*», «*Одноклассники.Ру*».

Должно быть специально рассмотрено употребление кавычек в некоторых сочетаниях двух нарицательных существительных (сочетаниях с приложениями), где первое слово является по значению более широким и общим, а второе – более узким и конкретным. К такого рода сочетаниям относятся, в первую очередь, названия учебных и научных дисциплин, направлений, специальностей: *направление «радиофизика», направление «промышленность», специальность «инновационный менеджмент»*. Постановка кавычек в таких конструкциях обусловлена наличием первого слова – более широкого и общего по значению; при его отсутствии верно написание без кавычек: *радиофизика, промышленность, инновационный менеджмент*. Таким образом, употребление кавычек в данных сочетаниях аналогично их

применению при реальных собственных именах, которые заключаются в кавычки в случае употребления с родовым наименованием.

В **третьем разделе** этой главы приведены предложения по правописанию названий, оформленных латиницей или средствами двух алфавитов. В справочных пособиях необходимо кодифицировать существующую в современной письменной речи традицию не заключать в кавычки написанные латиницей наименования, поскольку оформление слова или словосочетания средствами иной графической системы само по себе является выделительным.

Отсутствие кавычек в оформленных латиницей названиях должно быть регламентировано по отношению к наиболее употребляемым в русских текстах семантическим группам наименований, поэтому вслед за общей рекомендацией целесообразно дать примеры написания названий различной семантики, в числе которых должны быть указаны:

- названия организаций, учреждений, банков, фирм, например: *фирма Intel, ООО Fashion, Air France, British Airways, фирма California Cleaners, салон красоты Carven, American Express Bank, интернет-центр Netland, ресторан La Fontana, клуб Tabula Rasa, дизайнерское бюро Phoenix Design, компания LG Electronics.*
- названия спортивных обществ, музыкальных коллективов, например: *группы Lordi, Rammstein, Rolling Stones, футбольный клуб PSV Eindhoven.*
- названия периодических изданий, электронных ресурсов, например: *газеты Financial Times, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Moscow News, журналы Bravo, Classic Rock, People, информационное агентство KM-News, портал Delfi, поисковая система Yahoo, сайт Lenta.ru.*
- названия товарных знаков, условные названия продуктовых, парфюмерных и др. товаров, лекарственных препаратов, алкогольных напитков, например: *парфюмерная вода Christian Lacroix Rouge, гель для душа Palmolive,*

бритвенная система Triple Blade, джинсы Armani, куртка Dolce & Gabbana, сок Global Village, оливки Oro Verde.

- названия производственных марок технических изделий и самих изделий, например: *персональные компьютеры Kraftway Idea, Apple iMac, автомобили Mitsubishi Colt, Chevrolet Lacetti, Daewoo Matiz, Mazda 323, Peugeot 207, Volvo S80, фотоаппарат Canon A410, миксер-система Multiquick System, полотенцесушитель Campaver Bains.*

Однако при стечении в тексте двух (и более) наименований, написанных латиницей, возможно неверное понимание текста читателем. Поэтому необходимо корректирующее правило об употреблении кавычек для предупреждения неправильного понимания смысловых отношений между языковыми единицами. Например: *песня группы Bee Gees «How Deep Is Your Love»; новая серия микроволновых печей фирмы Samsung «Aqua».*

Названия же, оформленные средствами двух алфавитов, целесообразно заключать в кавычки, чтобы подчеркнуть цельность наименования, которое из-за сочетания символов разных графических систем, а также наличия в ряде случаев небуквенных знаков зрительно разбивается на части и не воспринимается как единое целое: *поисковая система «Яndex», телепроjekt «Наша Russia», журнал «Русский Newsweek».*

В Заключении подводятся итоги проведенного исследования, позволившего выявить и последовательно описать факторы, влияющие на употребление кавычек в собственных наименованиях в современном русском языке. С учетом этих факторов предложена новая схема построения рекомендаций в справочной литературе по употреблению кавычек, прописных и строчных букв в наименованиях. Данная схема представляет собой синтез формального и тематико-семантического подходов к описанию материала и

может быть использована при дальнейшем совершенствовании справочных пособий по современному русскому правописанию.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

1. Пахомов В. М. Употребление кавычек в собственных наименованиях // Русский язык в школе. 2007. № 5. С. 78–83.
2. Пахомов В. М. «Не забудь... станция Луговая» // Русская речь. 2007. № 5. С. 45–49.
3. Пахомов В. М. Спорные случаи употребления кавычек в сфере номинации // Филологические науки. 2007. № 4. С. 113–119.