

О. Ю. Лазарева (Минск)

ПУТИ И СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ РУССКИХ ПРАГМАТОНИМОВ

На фоне многочисленных исследований ядерных подсистем русского ономастикона – антропонимии и топонимии, наименования товаров, в частности продуктов питания и напитков, пока не подверглись системному и комплексному анализу.

Долгое время исследователи полагали, что прагматоним – это имя нарицательное. Этот вывод делался на основании того, что по своим лексическим характеристикам прагматонимы похожи на номены, а также на сортовые и фирменные названия (Подольская, 1978; Суперанская, 1973). Другие исследователи считали, что прагматонимы занимают промежуточное положение между именами нарицательными и собственными (Лейчик, 1982), что связано с процессами онимизации и деонимизации.

В настоящее время споры о лингвистическом статусе прагматонима можно считать завершенными. Большинство современных исследователей прагматонимы рассматриваются как своеобразные имена собственные, которые составляют довольно обширный пласт рекламных имен (Горяев, 1999; Крюкова, 2004; Новичихина, 2004; Суперанская, 2002 и др.). В связи с изменившимся характером экономических отношений в постсоветское время и сменой аксиологических установок номинации продуктов питания стали одной из приоритетных подсистем в маркетинговой, рекламной и повседневной коммуникациях. В результате этого происходит мощное развитие корпуса таких онимов в современной лингвистической ситуации. Изменение функциональной значимости обуславливает постепенное перемещение данной подсистемы онимов в ядерную зону общей ономастической системы русского языка [4, с. 8].

Прагматонимы – многофункциональные языковые знаки, которым свойственны номинативная, идентифицирующая, коммуникативная, рекламная, аттрактивная, эстетическая и суггестивная функции.

Создание прагматонима – это процесс целенаправленной деятельности, характеризующийся следующими этапами: возникновение идеи создания имени в связи с существующей номинативной задачей; выбор принципа и способа номинации; целенаправленное введение созданного названия в общую систему языка [1, с. 121].

При определении путей и способов образования прагматонимов будем опираться на точку зрения М. В. Горбаневского, выделяющего следующие способы образования имен собственных, представляющих собой характерные ономастические универсалии:

- 1) онимизация апеллятива;
- 2) трансонимизация имени собственного [2, с. 17].

Онимизация апеллятива – это древнейший способ создания собственных имен. «В русском языке нет никаких принципиальных ограничений для перехода любой части речи в имя собственное» [3, с. 38]. Сравним: сущ. *веснушка* → булка «*Веснушка*»; прилаг. *добрая* → сметана «*Добрая*»; влюбленный → эскимо «*Влюбленное*», глагольные формы *поздравляем, благодарю, люблю, хочу* → пирог «*Поздравляем*», зефир «*Благодарю*», мороженое «*Люблю*», «*Хочу*»; наречие *кстати* → минеральная вода «*Кстати*»; *визави, тет-а-тет* → хлеб «*Визави*», мороженое «*Тет-а-тет*», местоимение *наше* → масло «*Наше*»; звукоподражания *му-му, кис-кис* → карамель «*Му-му*», ирис «*Кис-кис*». Процесс перехода апеллятивной лексики в онимическую непрерывен. В состав онимической лексики могут входить любые части речи в любых формах. Формы эти субстантивируются в соответствии с функцией имени собственного. По образному выражению Н. В. Подольской, «апеллятив подобен постоянной тени, сопровождающей имя собственное и способствующей его мотивированности» [3, с. 41].

В проанализированном материале основной пласт (1749 единицы) составляют апеллятивы, выраженные именами существительными. Наиболее продуктивной (20,2 %) является модель образования прагматонимов с использованием флористических и фаунистических названий (торт «*Мимоза*», хлеб «*Стевия*», «*Мальва*», пирожное «*Сирень*», булка «*Персик*», рулет «*Абрикос*», карамель «*Слива*», конфеты «*Антоновка*», сушки «*Светлячок*», карамель «*Кузнечик*», мороженое «*Божья коровка*» и др.). Частотными являются названия, связанные с обозначением положительных эмоций, приятных ощущений, чувств (творожная паста «*Наслаждение*», йогурт «*Услада*», кефир «*Восторг*» и др.); названия, отражающие характеристику человека (булка «*Шалунья*», хлебцы «*Крепыш*», «*Неженка*», сухари «*Гурман*», торт «*Модница*» и др.); названия, обозначающие определенные артефакты (вафли «*Ратуша*», торт «*Корона*», конфеты «*Шкатулка*», карамель «*Амулет*» и др.). Таким

образом, круг апеллятивов, участвующих в образовании современных прагматонимов, является довольно разнообразным.

Трансонимизация – один из распространенных путей образования новых имен собственных посредством переноса известного имени в иной ономастический класс [3, с. 46]. В нашем исследовании встретились следующие примеры этого явления: трансонимизированные антропонимы (печенье «*Виктория*», «*Мария*», булка «*Августина*», сдоба «*Алиса*», пышка «*Аленка*», конфеты «*Валерия*», сметана «*Светлана*» и др.); трансонимизированные топонимы и гидронимы (хлеб «*Берестье*», «*Бородино*», «*Паланга*», багет «*Чили*», торт «*Антарктида*», «*Венеция*», карамель «*Немига*», минеральная вода «*Сож*», «*Буг*», «*Вяча*» и др.).

Выделяются и другие способы образования прагматонимов:

Словообразовательный: суффиксация (торт «*Улетайка*», каша «*Сладушка*», молоко «*Здравушка*», «*Юник*», сырок «*Фруктоша*»); словосложение (печенье «*Корова-качалка*», торт «*Йогурт-деликат*», каравай «*Хлеб-соль*», шоколад «*Шокоранж*», карамель «*Зайка-зазнайка*», «*Палочка-стукалочка*»); аббревиация (конфеты «*УНО*», майонез «*ABC*», кефир «*ACDE*»), а также сочетания с буквенными и числовыми индексами (печенье «*Смесь 12*», шоколад «*Спартак 72 %*», мороженое «*20 копеек*»).

Лексико-синтаксический: образование прагматонимов на основе словосочетаний с инверсией (конфеты «*Колокольчики степные*», карамель «*Клубника ликерная*», мармелад «*Дольки цитрусовые*», «*Малина садовая*» и др.).

Таким образом, наиболее распространенными способами образования современных русских прагматонимов являются онимизация апеллятива и трансонимизация.

1. Крюкова, И. В. Рекламное имя: рождение, узуализация и функционирование / И. В. Крюкова // Ономастика Поволжья: тез. докл. 9-й междунар. конф. – Волгоград, 2002. – С. 121–122.

2. Стародубцева, В. В. Номинация внутригородских предприятий и учреждений в современном русском языке: на материале ойкодомонимов г. Ульяновска: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / В. В. Стародубцева; Ульяновск. гос. пед. ун-т им. И. Н. Ульянова. – Ульяновск, 2003.

3. Суперанская, А. В. Теория ономастических исследований / А. В. Суперанская // Теория и методика ономастических исследований / А. В. Суперанская [и др.]; отв. ред. А. П. Непокупный. – М., 1986.

4. *Яковлева, О. Е.* Семиотические типы прагматонимов современного русского языка (на материале номинаций продуктов питания): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / О. Е. Яковлева; Новосибирск. гос. ун-т. – Новосибирск, 2006.