

Исследование семантики такого периферийного разряда ономастики, как эргонимия, позволило нам разработать многоуровневую семантическую модель *эргонима*, которую мы выстраиваем на основе семантической вертикали и концептуальной модели онима М.В. Голомидовой¹. В результате исследования были выявлены четыре уровня в этой семантической модели, каждый из которых подтвердил комплексный характер семантической картины эргонима:

- 1) общая категориальная семантика имени, вырастающая из его противопоставления апеллятиву;
- 2) частная категориальная семантика, основанная на связи: нарицательный термин и создающая возможность для противопоставления разных разрядов собственных имен в онимической системе языка;
- 3) частная характеризующая и индивидуализирующая семантика, отличающая имена друг от друга и основанная на денотативной отнесенности и мотивировочном значении имени;
- 4) коннотативный и прагматический аспекты.

Первый уровень общей категориальной семантики помогает определить эргоним по семантическим признакам как имя собственное, благодаря чему высвечивается специфика способа его означивания.

Здесь в общих чертах можно сказать, что различия в семантике онима и апеллятива изначально предопределены типом, характером и объемом их номинативной функции – репрезентативно-дифференцирующим у онимов (выделить и назвать конкретный объект в ряду однородных, индивидуализировать его в пределах своего класса, высветить его уникальность и тем самым как бы выделить из класса) и классифицирующим у апеллятивов (выделить и назвать

обобщенный объект, интегрирующий в себе наиболее существенные признаки всей возможной совокупности (ряда) однородных (конкретных) объектов, подчеркнуть их типизированную, серийную сущность и тем самым подвести под определенный класс).

Но оним обладает дополнительными функциями, не свойственными апеллятиву, что объясняется его особой семантикой: социальной, эмоциональной, экспрессивной, адресной, стилистической, эстетической.

Второй уровень частной категориальной семантики затрагивает отношения по линии референтного, денотативного и сигнификативного компонентов в семантике имени собственного и эргонима в частности. Именно особенности этих компонентов позволяют говорить о специфике семантики разрядов внутри ономастического пространства в зависимости от их принадлежности к ядерной или периферийной части, дает возможность понять периферийное положение эргонима в ономастическом пространстве и тем самым очертить круг его признаков.

Референтное значение онима проявляется в соотносении с денотатом, в фиксации индивидуального признака, которым данный объект именования выделяется из совокупности других однотипных объектов, и группового признака, по которому этот объект относится к соответствующему классу объектов². При этом доминирующей компонентой номинативной функции выступает репрезентация, которая предполагает закрепление в семантике онима большего количества дифференциальных (индивидуальных) признаков, чем в семантике апеллятива. Такое понимание референтной специфики ономастической семантики основывается на том, что репрезентативно-номинативная функция языка предшествует номинативно-классифицирующей, формирующей значение апеллятива.

Денотативное содержание ономастического значения определяется имплицитной связью онима с именем класса однородных объектов, к которому он принадлежит и который выступает логическим условием именования. Подобный имплицитный характер реального денотата (класса) в ономастике влияет на характер представления о нем (на характер сигнификата) таким образом, что при номинации происходит не только соотнесенность имени с денотатом, но и сообщается о присущих (или приписываемых) ему признаках, что составляет сущность сигнификативного компонента ономастической семантики. Следовательно, в сигнификативном компоненте ономастического значения отражаются наши знания о существовании предмета (или явления) и тех признаках, которыми он отличается от других.

Например, если рассмотреть следующие эргонимы – ресторан «Траттория итальянская», ресторан «У дяди Гиляя», ресторан «Чайхана кишмиш», ресторан «Четыре сезона», ресторан «Японский городской», ресторан «Crazy milk», то референтное значение каждого онима – это конкретный объект (деловое объединение людей) в Москве и в Волгограде; денотативное значение – ‘ресторан’, т.е. общий (обобщающий) признак всех объектов. Сигнификативный компонент ономастической семантики данных эргонимов находит свое выражение в том, что единичный объект «Японский городской» отражается в нашем сознании в виде единичного индивидуального понятия, т.е. мысленного отражения как общих с другими ресторанами, так и индивидуальных признаков данного объекта по имени «Японский городской». С этим онимом связана определенная мысль (представление) о «Японском городском», которая и выступает индивидуальным понятием, или сигнификатом, ономастического значения.

Итак, референтная, денотативная и сигнификативная отнесенность онимов, отражаясь в сознании носителей того

или иного языка, образует ядро ономастического значения, а его периферию – коннотативные смыслы (социально-оценочные, эмотивные, культурно-исторические, региональные, эстетические), речь о которых пойдет далее, как об отдельном уровне семантики эргонима.

На этом уровне семантической модели мы также можем говорить о специфике семантики разрядов внутри ономастического пространства в зависимости от их принадлежности к ядерной или периферийной части пространства. Вслед за В.И. Супруном³ мы считаем, что для ядерных конститuentов характерна редуцированная (гипертрофированная) или особая ономастическая семантика, в то время как периферия состоит из онимов, по значению и употреблению близких к нарицательным словам и лишь функционально (выделение индивидуального объекта из ряда однородных) выступающих в качестве имен собственных. Здесь можно говорить, таким образом, о двуплановой семантике, когда ономастическое значение проявляется в способности единиц соотноситься с определенными реалиями, т.е. выполнять функцию имени собственного, а доономастическое значение выступает как значение слова или слов, положенных в основу названия и прямо или косвенно отражающих различные свойства денотата. Таким образом, сущность ономастической семантики обуславливается характером номинативной функции имени собственного.

Третий уровень модели, касающийся частной характеризующей и индивидуализирующей семантики, затрагивает денотативную отнесенность и мотивировочное значение имени, позволяя тем самым отличать имена друг от друга в пределах разряда. Этот уровень обуславливает выявление семантико-мотивировочных моделей внутри класса эргонимов, выделенных на основе реального и символического принципов номинации, что подтверждает многообразие плана выражения и содержания эргонима.

Например, реальные эргонимы образованы на основе отантропонимического принципа номинации [НОУ «Английская школа для взрослых Натальи Шурыгиной» (СПб.), частная стоматологическая фирма «Элла» (Волгоград)]; ототопонимического принципа [«Северо-Кавказский Центр Недвижимости» (Ростов), Южный оптовый продовольственный рынок «Татьянка» (Волгоград), турфирма «Невский проспект» (СПб.)]; онимизации апеллятивов, указывающих на характер деятельности предприятия, отпускаемую продукцию, ее свойства [шахматный клуб «Семь королей» (Волгоград), «Стройстекло-комплект» (Волгоград), туристическая компания «Гранд тур 2000» (Волгоград)]. Среди условно-символических эргонимов можно привести следующие примеры: строительная фирма «Слон» (Москва); пейджинговая компания «Орфей» (Волгоград), казино «Остров сокровищ» (Москва). Класс символических эргонимов представлен такими наименованиями, как турфирма «Музей» (СПб.), кафе «Сю си пуси» (Москва), казино «Колыма» (СПб.).

Наконец, четвертый уровень вызывает особый интерес, так как показывает коннотативную и прагматическую направленность эргонима как особого разряда лексики, обуславливающую действие прагматики и характеризующуюся многообразием компонентов в своем составе. В результате нашего исследования мы пришли к выводу о целесообразности включения этого уровня в предложенную семантическую вертикаль эргонима. Именно коннотативные смыслы, лежащие в основе наименования делового объединения людей, и прагматический результат его использования в процессе коммуникации обуславливают значимость этого разряда ономастики и позволяют говорить о его специфике.

В основе коннотативного компонента семантики ономастической единицы лежит доономастическое значение, которое является средством выражения мотивированности че-

рез культурные, групповые, индивидуальные ассоциации и эмоциональные обертоны, через эстетическую ценность объекта для языкового коллектива, через влияние моды и вкусовые пристрастия. Чем положительнее эти ассоциации, тем лучше эргоним выполняет свои призывную и эстетическую функции и отвечает требованиям суггестивности и аттрактивности.

В процессе коммуникации коннотативный компонент, который вкладывает номинатор в название, отражает ассоциации с именуемым объектом, различные сведения об объекте и сведения о мире, эмоции, вызванные объектом у говорящего, и отношения субъекта к миру. Коннотация становится комплексом сигналов, возбуждаемых ассоциативно-образной памятью слова, и актуализирует компонент, который скрыто регулирует правила употребления языковых выражений и непосредственно связан с фоновым знанием, т.е. пресоппозицией⁴. Таким образом, коннотация напоминает свернутый по смыслу подтекст и становится квинтэссенцией представлений о мире и отношения к нему субъекта.

В связи с этим можно выделить следующие виды коннотативных значений у эргонимов: культурно-исторические (Волгоградский государственный тракторный завод им. Дзержинского); этнокультурные [салон кухни «Нафаня» (Москва), рок-группа «Бурлаки», ресторан «Генацвале» (Москва)]; региональные [«Нева-лизинг» (прокат автомобилей), Пермский региональный аукционный центр, «Санкт-Петербургское турбюро» (СПб.)]; оценочные [мебельная фирма «Уют», фирма «Триумф», ООО «Любимый город» (Ростов)]; эмоционально-экспрессивные [ресторан «Пивная келья» (Москва), рекламное агентство «Белый лебедь XXI» (Москва), турфирма «Попутный ветер» (СПб.)]; эстетические [фирма по продаже постельного белья и посуды «Высокая материя» (Москва), брачное агентство «Музыка шанса» (Москва), туроператор «Солнечный парус» (СПб.)]; ху-

дожественно-литературные [кафе «Джюльетта» (Волгоград), ресторан «Вечера на хуторе» (Москва), туристическая фирма «Айвенго» (СПб.)].

Эргонимическое наименование по своей сути манипулятивно, так как оно искусственно по способу появления в языке и утрированно коннотативно в речи. Любое наименование, в особенности эргоним, создается с вполне определенной прагматической целью – воздействовать на потенциального реципиента. Этот манипулятивный характер детерминируется особой ситуацией общения, когда номинатор обладает лишь виртуальным представлением о возможных лингвистических и психологических характеристиках адресата. С целью привлечения внимания любознательного по своей природе потребителя широко используются лингвистические и экстралингвистические средства выражения: графические и цветовые приемы, которые «громко» заявляют название как на вывесках, так и в рекламных материалах.

В целом, опираясь на предложенную семантическую вертикаль эргонима, мы пришли к выводу о том, что специфика ономастического разряда определяется через его семантику. Исследование семантики эргонима и выстраивание ее многоуровневой модели свидетельствует о таком важном семантическом качестве эргонима, как его многофункциональность, а именно его способность одновременно и называть, и дифференцировать, и идентифицировать объект номинации, и отражать в наименовании такие разнообразные коннотативные параметры, как социальные, эмоциональные, эстетические, национально-культурные и другие особенности.

Таким образом, говоря о специфике возникновения эргонима как феномена языка и культуры, нельзя не отметить многоуровневое основание, на котором «строится» наименование и через которое реализуется все богатство лингвис-

тического, культурного и психологического наследия этнической группы, накопленного поколениями и претерпевающего воздействия изменчивого мира, что также находит свое отражение в эргониме.

¹ Голомидова М.В. Искусственная номинация в ономастике. Екатеринбург, 1998.

² Алефиренко Н.Ф. Спорные проблемы семантики. М., 1999.

³ Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал: Дисс. в виде науч. докл. на соиск. ученой степени доктора филолог. наук (10.02.01.) / ВГПУ. Волгоград, 2000.

⁴ Алефиренко Н.Ф. Указ. соч.