

Алистанова Фарида Фажрудиновна

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ЭРГОНИМОВ ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКИМ СПОСОБОМ И АББРЕВИАЦИЕЙ

Эргонимы как самостоятельная микросистема в лингвистике требуют упорядочения и комплексного исследования в лексикографическом аспекте. В статье рассмотрены особенности построения эргонимов в форме имен-словосочетаний и имен-предложений лексико-семантическим способом. Проведена словообразовательная классификация простых и усложненных эргонимов-аббревиатур. Анализ структуры эргонимов сопровождается примерами современных словоформ в рекламной и коммерческой номинациях. Результаты могут быть использованы при подготовке словарей эргонимов разных типов, в том числе словаря аббревиатурных эргонимов русского языка.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/5-1/15.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 5(71): в 3-х ч. Ч. 1. С. 56-58. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/5-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 811.161.1

Эргонимы как самостоятельная микросистема в лингвистике требуют упорядочения и комплексного исследования в лексикографическом аспекте. В статье рассмотрены особенности построения эргонимов в форме имен-словосочетаний и имен-предложений лексико-семантическим способом. Проведена словообразовательная классификация простых и усложненных эргонимов-аббревиатур. Анализ структуры эргонимов сопровождается примерами современных словоформ в рекламной и коммерческой номинациях. Результаты могут быть использованы при подготовке словарей эргонимов разных типов, в том числе словаря аббревиатурных эргонимов русского языка.

Ключевые слова и фразы: эргоним; лексико-синтаксический способ; аббревиация; имена-словосочетания; аббревиатурные эргонимы.

Алистанова Фарида Фажрудиновна, к. филол. н.

Дагестанский государственный технический университет, г. Махачкала
faridalistanova@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ЭРГОНИМОВ ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКИМ СПОСОБОМ И АББРЕВИАЦИЕЙ

Лексико-синтаксический способ в ономастике нашел применение для построения эргонимов в форме отдельных словосочетаний и целых предложений. Многословные именованья широко используются в рекламной номинации русского языка [3; 4]. Они имеют большие возможности для рациональной и эмоциональной характеристики объекта номинации, хотя проигрывают однословным именам собственным в компактности формы [1, с. 266]. Более частое использование нашли словосочетания из двух слов. Хотя имена-фразы встречаются реже, однако в последнее время их продуктивность нарастает. В качестве эргонимов все активнее в оборот вводятся конструкции, напоминающие слоганы, например, магазин молодежной одежды *Твоё*, пивбар *Лей-пей*, обучающие курсы *Учитесь у лучших*.

Анализ имен-словосочетаний показывает, что они могут иметь различную структуру:

- атрибутивные сочетания имени существительного с прилагательным: магазин постельного белья *Бархатный сон*, кафе *Белый город*, магазин одежды *Большая мода*, выпечка *Венская сказка*, магазин полуфабрикатов *Вкусный домик*, торговый дом *Детский городок*, магазин одежды *Дэжинсовый город*, стоматология *Жемчужная улыбка*, ювелирный магазин *Золотой лев*;

- сочетания с приложением (ресторан *Старина Мюллер*, обувной магазин *Бутичок-Каблучок*, юридические услуги *Княгиня Ольга*, дизайн-студия *Галерея Арбен*, банк *Витас Банк*, отель *Президент-отель*);

- словосочетания с родительным определительным: ателье *Симфония кроя*, магазин дверей *Академия интерьера*, салон красоты *Академия красоты*, музыкальный салон *Аллея звезд*, ресторан *Властелин кольца*, магазин игрушек *Планета детства*, выпечка *Причуды избушки*, ресторан *Роза ветров*, кафе *Солдат удачи*, торговый дом *Центр удачных покупок*. В этом типе эргонимов довольно часто встречаются сочетания со словами *мир* и *империя*: *Мир дверей*, *Мир детства*, *Мир часов*, *Мир стекла*, *Империя окон*, *Империя свадебной роскоши*. Этим владельцы хотят подчеркнуть большой ассортимент продукции;

- сочинительные словосочетания: магазин мужской и женской одежды *Франтъ и модница*, магазин полуфабрикатов *Ася и К^о*, магазин детской одежды *Бегемот и К^о*, фирмы *Муратов и партнеры*, *Лукьянов и сыновья*, магазин одежды *Мать и дитя*;

- нумеративные словосочетания: ресторан *Три желания*, магазин алкогольных напитков *Пять звезд*, хозяйственный магазин *Тысяча мелочей*, магазин одежды для будущих мам *Девять месяцев*, кафе *Три короны*, кальянная *Три льва*;

- предложно-падежные конструкции: ресторан *У Ханумы*, кафе *На набережной*, кафе *Для друзей*, кафе *За стеклом*, гастроном *У Виктора*;

- другие образования, совмещающие несколько типов: магазины одежды *Для пышных дам*, *Хорошая одежда для мужчин*, магазин банных принадлежностей *Для души и души*, салон сотовой связи *На грани связи*. Активными являются эргонимы, включающие собирательное слово *всё*: *Всё для обуви*, *Всё для отдыха*, *Всё для охоты и рыбалки*, *Всё для бильярда*, *Всё для кровли*.

Имя-предложение чаще всего имеет побудительный характер: фирма *Будьте здоровы!*, бутик *Давай! Давай!*, оптика *Смотри*, магазины *Рыбачьте с нами!*, *Одевайтесь у нас!*, магазин одежды и обуви *Прилепись!*, турагентство *Поехали!*, магазин продуктов *Заходи!*. Другие конструкции встречаются реже: книжный магазин *Хочу всё знать*, прачечная *Стираем всё!*.

Указанные случаи образования эргонимов в русском языке, при которых в качестве мотивирующей базы выступают предложения или их сегменты, позволяют отнести их к процессу номинализации. Как справедливо отмечает Н. В. Носенко, в традиционном понимании при номинализации происходит свертывание пропозиции; спецификой эргонима является то, что при номинации в роли индивидуализирующего названия выступает целое предложение или его часть [5, с. 101].

Кроме того, в русском языке отмечены различные виды эллипсиса: цветочный салон *Вам букет*, кафе *Вдали от жен*, ресторан *Еники-беники ели...*, трактир *Сыт-пьян*, пивбар *Лей-пей*.

Таким образом, лексико-синтаксический способ хоть и противоречит актуальному на данный момент сокращению речевых средств выражения в русском языке, но в XXI веке приобретает все большую популярность, особенно это касается побудительных предложений: гастроном *Заходи-ка!*.

Аббревиация. Аббревиация в целом и аббронеология в частности – один из самых активных способов деривации в русском языке.

Становление аббревиации как способа словообразования – яркий пример непосредственной (и опосредствованной) зависимости языка от истории общества. Однако с развитием «грамматичности» аббревиатур стремительно возрастает также и сила воздействия на них внутренних, лингвистических факторов.

Словообразовательная классификация аббрэргонимов. Основаниями для создания данной классификации послужили орфоэпический и синтаксический принципы характеристики исследуемого материала.

Все аббревиатурные неологизмы были разделены, в зависимости от способа образования, на две группы: инициальные и неинициальные аббревиатуры, каждая из которых имеет свои подгруппы. А в зависимости от синтаксических отношений – на простые и синтаксически усложненные.

I. Инициальные аббрэргонимы:

- простые:

а) буквенная подгруппа – это новые, простые по структуре номинации, образованные путем сокращения сочетаний слов по начальным буквам: *МБКК* – Махачкалинский булочно-кондитерский комбинат, *МЦА* – Медицинский центр имени Р. Аскерханова, *МТТ* – ОАО «Межрегиональный ТранзитТелеком», *МТС* – ОАО «Мобильные ТелеСистемы»;

б) звуковая подгруппа. Данные аббревиатуры состоят из начальных звуков слов исходного словосочетания и читаются как обычное слово: *ЗОЖ* (здоровый образ жизни) – аптека (по аналогии с журналом «ЗОЖ»), *ИРС* – развлекательный центр, *СМУ* – строительно-монтажное управление;

- синтаксически усложненные:

а) сложно-составные (*М-ШАТ* – ателье). По своей структуре они похожи на сложные составные (или сложно-составные) имена существительные;

б) в синтаксическом комплексе (*ТВ-шоп* – аудио-, видеотехника, *ЭНОбанк*, *ТВ плюс* – аудио-, видеотехника, *ММТ-Трейдинг* – радиоаппаратура, *ВВК electronics* – магазин цифровой техники, *АС Престиж* – магазин косметики и парфюмерии, *GSM-стиль* – бутик модной одежды)¹;

в) собственно синтаксически усложненные. Данная разновидность состоит из трех и более членов или компонентов и выступает в комплексе чаще всего с инициальными аббревиатурами: *ПИБР ДНЦ РАН* – Прикаспийский институт биологических ресурсов Дагестанского научного центра Российской академии наук, *ДРО ООФ «ЦКС»* – Дагестанское республиканское отделение общероссийского общественного фонда «Центр качества строительства», *ИИАЭ ДНЦ РАН* – Институт истории, археологии и этнографии Дагестанского научного центра Российской академии наук. Эргонимов коммерческих организаций в данном виде не выявлено.

II. Неинициальные аббрэргонимы:

- простые:

а) слоговые аббревиатуры, включая телескопные образования, составленные из начального и конечного компонентов двух слов, имеющих общую часть:

- двухкомпонентные: *Бланкиздат* – типография, *АкваМаг* – магазин сантехники, *Дагинтерн* – кондитерские изделия, *Дорснаб* – транспортное предприятие, *Мосфарм* – аптека, *Реалпласт* – пластиковые окна, двери, *Техноснаб* – техника и электронное оборудование, *Энпром* – ООО;

- трехкомпонентные: *Госветснаб* – ветеринарная аптека, *Дагагроснаб* – ОАО, *Дагритмтранс* – транспортная организация, *Дагхозторг* – сеть магазинов, *Дагрыбхоз* – ЗАО;

б) смешанные инициально-слоговые или слоги-инициальные. Данная разновидность аббревиатур представляет собой контаминацию двух основных аббревиатурных типов инициального и слогового: *СБС-Агро* – ОАО, *РАМ-пласт* – пластиковые окна, двери, *АЛКОП* – ООО, *Магмус-ЛТД* (Магмус = Магомед и Муса, ЛТД = *ltd (limited)*);

в) частично сокращенные слова состоят из усечения определяющего и полного слова определяемого, легко и просто членятся, так как, по сути дела, здесь налицо словосочетание, синтагма, только в роли определяющего не обычное прилагательное, а «аналитическое прилагательное» [2, с. 33; 6, с. 179; 7, с. 289]. Частично сокращенные слова – самый продуктивный и частотный тип среди всех остальных аббронеологизмов. Слова данной подгруппы представляют собой контаминацию двух способов словообразования: аббревиации и словосложения. Различают два вида частично сокращенных слов:

- двухкомпонентные: автосалон *Автомир*, нефтяные компании *Белнефть*, *Евровыпечка*, салон сотовых телефонов *Евросеть*, строительная фирма *Оргсинтез*, типография *Роспечат*, нефтяная компания *Росбензин*, ювелирный магазин *Якуталмаз*; а также включающие латинские слова, написанные кириллицей: нефтепродукты *Дагнетрол*, салон сотовых телефонов *Сотлайн*, магазин детских товаров *Еврокидс* (или *Eurokids*), клиника *Медлайф*;

- трехкомпонентные и более: ЗАО *Газпроминвестюг*, технические услуги *Газтехсервис*, банк *Дагэнергобанк*, ООО *Домстройсервис*, ОАО *Кавэлектромонтаж*, ООО *Промстройгазсервис*, банк *Россельхозбанк*, авиакасса *Югавиасервис*; а также включающие английское слово *холдинг*, что означает «головная компания»: строительная организация *Дорстройхолдинг*, банк *Казаххолдинг*, строительная фирма *Югагрозстройхолдинг*;

г) составные. Данный тип аббревиатур имеет особый графический облик – дефисное написание: салон интернет-услуг *R-line*, магазин техники *Ди-лайф*, агентство недвижимости *Бэйт-ком*, аудио- и видеосалон *AV-PARK*;

¹ Заимствование как способ образования эргонимов в статье не рассматривается. Приведенные здесь и далее по тексту примеры эргонимов-заимствований иллюстрируют синтаксические принципы словообразования.

- **синтаксически усложненные:**

собственно синтаксически усложненные, состоящие из нескольких, чаще всего двух, компонентов: ресторан *Планета М-Шат*, банковское оборудование *Счетмаш радиотехника*, магазин мебели *Магнус-Север*.

III. С материальной индексацией. Данная группа эргонимов образована путем прибавления к производящей основе своеобразного морфа-индекса, представляющего собой цифру или букву. Его семантика либо сводится к обычному выделительному значению индекса, аналогичного номеру (бильярдный клуб *Д2*, обмен валюты *Версия 5,5*, ЗАО *Арсис-2*, книжный магазин *Утро-2*, пивбар *Троя II*, аптека *Медик+М*, аптека *Вита+*, доставка муки *Служба «4»*), либо говорит о принадлежности к определенному региону (магазин компьютерной техники *05.RU*, салон автозапчастей *Рольф 05*). В последние годы в названиях стала часто появляться постпозитивная литера *М*, которая символизирует принадлежность фирмы к числу московских предприятий: авиакассы *Восток-М*, частное охранное предприятие *ГАРД-М*, агентство недвижимости *Кавказ-М*, медицинское оборудование *Оникс-М*. Также эта литера стала встречаться и в предпозиции: магазин электроники и бытовой техники *М-Видео*, автосалон *М-Каспий*, магазин кованных изделий *М-Нур*. По аналогии с литерой *М* в эргонимах появились другие литеры, представляющие свои города: магазин мужской одежды *Магнат-К*, страховая компания *Макс-Н*, автомойка *Каспий-К*. Мы называем данный деривационный тип материальной индексацией, предполагая, что нередко у данных наименований есть «предшественник» (название первого учреждения, в силу своей индивидуальности изначально в морфе-индексе не нуждавшееся, – материально невыраженная индексация). Например, гастрономы *Урожай* и *Урожай-2*, книжные магазины *Утро* и *Утро-2*.

Таким образом, почти все эргонимы возникают на базе звуковых или семантических ассоциаций с уже существующими словами. Даже эргонимы, образующиеся путем словообразования, создаются на базе однокоренных слов путем добавления аффиксов, словосложения и т.д.

Эргонимы русского языка, длительное время подвергавшиеся трансформациям словообразования и семантики, оформились и функционируют в современном русском языке как микросистема со своими внутренними закономерностями. Системность выбранного объединения эргонимов и правомерность их выделения в качестве особой функционально-семантической области доказывается через анализ ряда параметров, характерных как для системности всего языка в целом, так и для лексики как одного из языковых уровней. Можно заметить явные тенденции семантического развития и наиболее продуктивные словообразовательные модели указанной категории слов. Все это подтверждает, насколько многогранно и динамично постоянное обновление лексики русского языка, а особенно ее ономастической разновидности.

Результаты исследований образования современных эргонимов русского языка могут быть использованы при подготовке словарей разных типов, в том числе словаря лексико-синтаксических и аббревиатурных эргонимов. Городские эргонимы несут информативно-рекламную функциональную нагрузку, а потому должны быть благозвучными и запоминаемыми. Сложные слова и словосочетания, непостижимые аббревиации и неуместная иностранная лексика, двусмысленность за счет использования омонимичных слов, ошибочность написания могут отрицательно повлиять на дальнейшее развитие коммерческого объекта или делового объединения на рынке.

Список источников

1. Алистанова Ф. Ф. Обновленная лексикологическая классификация эргонимов-неологизмов // Мир науки, культуры, образования. 2015. № 4 (53). С. 265-268.
2. Голанова Е. И. О «мнимых сложных словах» (развитие класса аналитических прилагательных в современном русском языке) // Лики языка: К 45-летию научной деятельности Е. А. Земской: сб. ст. / ред. М. Я. Гловинская. М.: Наследие, 1998. С. 31-39.
3. Емельянова А. М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтничного города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы): дисс. ... к. филол. н. Уфа, 2007. 170 с.
4. Журавель В. А. Как назвать фирму? [Электронный ресурс]. 2012. URL: <http://re-port.ru/research/Kak-nazvat-firmu/> (дата обращения: 18.03.2017).
5. Носенко Н. В. Названия городских объектов Новосибирска: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: дисс. ... к. филол. н. Новосибирск, 2007. 218 с.
6. Панов М. В. О членности слов на морфемы // Жизнь языка: памяти академика В. В. Виноградова: сборник статей. М.: Изд-во МГУ, 1971. С. 183-191.
7. Реформатский А. А. Введение в языковедение / под ред. В. А. Виноградова. М.: Аспект Пресс, 1996. 536 с.

**THE PECULIARITIES OF FORMATION OF MODERN ERGONYMS
BY LEXICO-SYNTACTIC METHOD AND ABBREVIATION**

Alistanova Farida Fazhrudinovna, Ph. D. in Philology
Daghestan State Technical University, Makhachkala
faridalistanova@yandex.ru

Ergonyms as an independent microsystem in linguistics require ranking and comprehensive research in the lexicographical aspect. The article deals with the peculiarities of construction of ergonyms in the forms of names-phrases and names-sentences by the lexical-semantic method. The word-formative classification of simple and complicated ergonyms-abbreviations is carried out. The analysis of the structure of ergonyms is accompanied by the examples of modern word forms in advertising and commercial nominations. The results can be used in the preparation of dictionaries of ergonyms of various types including a dictionary of abbreviated ergonyms of the Russian language.

Key words and phrases: ergonym; lexico-syntactic method; abbreviation; names-phrases; abbreviated ergonyms.