

УДК 811.161.1'373.2

**КОНЦЕПЦИЯ СИСТЕМЫ ЭРГОНИМОВ  
ИНОЯЗЫЧНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ  
В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ  
ГОРОДА**

Е.С. Самсонова

Томский политехнический университет

E-mail: twin16@tpu.ru

Самсонова Екатерина Сергеевна, старший преподаватель кафедры иностранных языков института кибернетики ТПУ.

E-mail: twin16@tpu.ru

Область научных интересов: ономастика, эргонимия, заимствования.

Статья посвящена описанию системы эргонимов иноязычного происхождения в коммуникативном пространстве города. Эргонимы рассматриваются в трех аспектах: аспекте иноязычности, номинативном и лингвотворческом.

**Ключевые слова:**

Эргоним иноязычного происхождения, номинация, мотивированность, лингвистическая креативность.

Изучение языка города (сферы городских наименований) для исследователей представляет интерес по ряду причин: оно является, прежде всего, «социально ориентированным», рассматривает язык в лингвокультурологическом, прагматическом аспекте [1]. *Во-вторых*, изучение языка города в полной мере демонстрирует новые тенденции в жизни общества, связанные с усилением личностного начала, с динамизмом, спонтанностью общения, стремлением к языковой игре, вариативности, с либерализацией языка, переходящей во вседозволенность [2]. *В-третьих*, изучение данной проблемы предполагает ответ на вопрос о том, какими средствами и способами происходит самовыражение человека и как результат данного процесса фиксируется в языковом пространстве города [3].

Актуальность исследования эргонимов иноязычного происхождения (ЭИП) связана, *во-первых*, с их недостаточной изученностью в настоящее время; *во-вторых*, с необходимостью комплексного многоаспектного изучения заимствованной лексики, которая активно используется в современном языке; *в-третьих*, с необходимостью выявления условий предпочтения в выборе иноязычной лексики при образовании номинаций инфраструктуры города и выявления направлений функционирования иноязычных языковых средств в ономастике города; *в-четвертых*, с практически полным отсутствием в русской ономастике исследований, посвященных иноязычным эргонимам. Также представляется актуальным регламентирование средств номинации при создании названий объектов инфраструктуры города.

В статье планируется рассмотрение ЭИП Томска в следующих трех аспектах: аспект иноязычности, номинативный аспект, лингвотворческий аспект.

I. Аспект иноязычности. В данном аспекте будет актуализирован термин «ЭИП» в свете теории заимствований, затронута проблема отнесенности ЭИП к системе русского языка, его места и статуса иноязычности. Кроме этого, представляется необходимым уточнить понятия, относящиеся к словам, которые пришли в русский язык из других языков, определить их статус и роль в языке и дифференцировать их по степени ассимиляции. Речь идет о таких понятиях, как «заимствование», «заимствованная лексика», «иноязычная лексика», «иностранные слова», «ксенолексика».

II. Номинативный аспект. В данном аспекте речь пойдет о номинативных интенциях имядателя и рецептивных возможностях адресата: ЭИП будут рассмотрены в ономастическом и семасиологическом аспектах.

III. Лингвотворческий аспект. В рамках данного аспекта будут рассмотрены возможности языковой личности имядателя при номинировании объектов инфраструктуры города, вовлечения иноязычных языковых средств для достижения языковой игры.

I. Под ЭИП понимается любое слово или словосочетание, образующее городскую номинацию и имеющее в своем составе мотивированный иноязычный элемент. Например: *Baden-baden, Чиная, CURмочка, Elmatador, Jeans центр, Pradoexclusive, Stoballow, Аграф-Пресс, АртДуо, Конвера Сибирь, Пулверлак-томск* и т. п. Речь идет не только о нетранслитерированных иноязычных вкраплениях, таких как *Babyboom, Escalier, Fleur, Foodcity, Jam, Merci, Red Apple*, о прагматонимах *Avon, Christ, Incity, Mango, Oriflame, Nokia, PaoloConte, Swatch* и др., но и о номинациях, в состав которых входит иноязычная графика, таких как *Oblojka, Stoballow, МебельWood, Yarko, Zapas, ИСПАния, Кабlook* и др., номинациях, образованных с вовлечением иноязычных средств – суффиксоидов, частей слов, предлогов, артиклей, амперсандов: *Beerлога, ElMatador, the Хмель, Де Пари, Лас Книгас, Пивляндия, Ля ботэ, 7Студия web-дизайна, V.I.P.-триумф, Дом&Сад, Кресла&Стулья* и т. д.

Кроме этого, под ЭИП понимается лексическая единица, прошедшая ряд стадий ассимиляции и вошедшая в словари иностранных слов, иноязычных слов русского языка: *Афалина, Дастархан, Импульс, Концепт, Комплекс, Марракеш, Эдем* и т. д.

Основанием для выделения данного термина послужила работа Д.С. Лотте «Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов». Исследователь выделяет следующие критерии для отнесенности слова к числу своих и чужих:

- 1) насколько сочетания звуков данного слова соответствуют общепринятым звукосочетаниям данного языка;
- 2) насколько морфологическая форма и отдельные формальные принадлежности слова соответствуют общепринятым в языке, гармонируют со всем строем языка;
- 3) имеются ли производные от данного слова [4. С. 12].

Поскольку словотворческие процессы по созданию иноязычных номинаций происходят в русском языке, было бы преждевременно называть данные номинации иностранными или иноязычными словами. Под иноязычной лексикой вслед за Л.П. Крысиным понимаются «любые слова и выражения, пришедшие из другого языка, вне зависимости от степени их освоенности в языке-реципиенте» [5. С. 35]. Но понятия «иноязычное слово» и «иностранное слово» не являются абсолютными эквивалентами, поскольку иноязычным может быть как полностью освоенное, так и неосвоенное слово с заметными признаками иноязычности [6]. Иностранное слово – слово иноязычного происхождения, употребляемое носителями принимающего языка, но еще не закрепившееся в нем на правах составного элемента лексико-семантической системы [7]. Прилагательное «иноязычный», т. е. перенесенный из других языков [8] (языков-доноров [6]), употребляется по отношению к различным языковым средствам, используемым для производства эргонимов.

II. Перейдем к следующему аспекту – номинативному. При создании проприального наименования номинатор прибегает к использованию различных языковых средств, в разной степени соотносимых с возможностями языкового сознания адресата. Речь идет о фактах номинации с использованием элементов иноязычного происхождения. Интенция номинатора во многом основывается на предположении, что адресат «готов самостоятельно найти мотивирующее слово (иноязычный прототип), затем осуществить семантическую интерпретацию» [9. С. 74], в результате чего первоначальный замысел автора номинации может остаться нереализованным в полной мере. Если выбор адресатом мотивирующей языковой единицы расхожится с интенцией номинатора, то название остается не вполне понятным адресатом.

Рассмотрим некоторые способы номинации.

Номинативные интенции автора, использующего при номинировании элементы иноязычного происхождения, реализуются двумя способами: эксплицитно – мотивировочный признак находится в составе онома; имплицитно – мотивировочный признак реализован в виде ассоциата.

При прямой, эксплицитной, номинации мотивировочный признак выражается прямо, через называние продаваемого товара или оказываемой услуги, с использованием однокоренных слов и формантов: *Антен-сервис* (продажа антенн), *Денталия* (стоматологическая клиника), *Капитал-мебель* (мебельный магазин), *Купе Люкс* (шкафы-купе), *Кухни ADM* (кухни), *Мерседес авто* (продажа автомобилей Мерседес), *Черный бриллиант* (ювелирный магазин), *Арсенал-авто* (автосалон).

Косвенная (имплицитная) номинация наблюдается в том случае, если мотивировочный признак выражается косвенно, посредством образных ассоциатов. Под ассоциатом понимается языковая единица, выражающая компонент ономастического значения ЭИП, реализующий его

опосредованную связь с номинируемым объектом. Ассоциат семантизирует ту часть (тот признак) ЭИП, которая обозначает функцию номинируемого предприятия (организации); в совокупности ассоциаты образуют ассоциативное поле ЭИП. Например: *Аллегро* (кафе), *Гол Плюс* (букмекерская контора), *Имидж* (рекламное агентство), *Имидж* (парикмахерская), *Классика-стиль* (магазин одежды), *Кокетка* (салон красоты), *Люкс* (такси), *Манеж* (торговый центр), *Мустанг* (такси), *О-ля-ля* (торговый дом), *Престиж*, *Подиум* (салоны дорогой модной одежды), *Посейдон* (продажа оборудования для ванных комнат), *Робин Гуд* (арбалетный центр).

Анализу ЭИП и интерпретации его семантики через семантику составляющих его компонентов в значительной степени препятствует наличие в нем иноязычного элемента, который следует рассматривать безотносительно к языку-источнику, как элемент системы принявшего языка. Исследование мотивированности номинаций иноязычного происхождения осложняется также тем, что иноязычные вкрапления могут быть как мотивированными, так и немотивированными в языке-реципиенте. Мотивированность лексической единицы – это «свойство слова, позволяющее объяснить связь звучания и значения лексической единицы на основе ее соотношения с языковой и неязыковой действительностью» [10. С. 64]. (Для анализа мотивированности ЭИП нами были использованы данные ассоциативного эксперимента, проведенного среди жителей г. Томска и других городов.)

Типы мотивированности ЭИП базируются на классификации, предложенной О.И. Блиновой [10]. По степени мотивированности выделяется полная и частичная мотивированность; по виду реализованного в слове признака – лексическая и структурная мотивированность; по взаимодействию языка-реципиента и языка-источника при выборе мотиваторов – внутриязыковая и межъязыковая мотивированность;

При полной мотивированности ЭИП наблюдается его связь (обусловленность) в русском языке с лексическими и структурными мотиваторами. ЭИП *Авто Паркинг* является полностью мотивированным: лексический мотиватор, возникающий в сознании горожан, – *парковка*, *парковаться*; структурный – *клининг*, *фандрайзинг*, *дансинг* и др. Частичная мотивированность может быть представлена только лексической или только структурной мотивированностью. Полная / неполная мотивированность способствует адекватному пониманию интенций номинатора горожанами.

ЭИП *БонАпарт* (отель) демонстрирует лексическую и структурную межъязыковую мотивированность. Наряду с собственным именем *Бонапарт*, омонимичным эргониму, лексическим мотиватором выступает иноязычное слово *апартаменты*, инициальная часть которого входит в состав эргонима. Следует отметить, что ксенолексема *апартаменты* идентифицируется в качестве мотиватора носителями языка-реципиента, не владеющими языком-источником. Очевидно, это связано с тем, что слово давно вошло в систему русского языка, ассимилировалось в ней и перестало быть для носителей русского языка неосознаваемым. Данные эксперименты продемонстрировали и обратный результат: билингвы кроме *апартаментов* в качестве мотиватора предлагают имя собственное *Бонапарт*, иногда опосредованно (*Наполеон*). Этот факт свидетельствует об отсутствии границ мотивированности в рамках одной языковой системы. Применительно к явлению ксеномотивации рассмотренный пример является скорее исключением, нежели закономерностью.

Наличие у ЭИП *БонАпарт* структурной мотивации подтверждается мотиватором *БонАппетит*, представленным одним из участников ассоциативного эксперимента. Рассмотрев эргоним как членимую единицу (*Бон + Апарт*), респондент образовал (осознал, вызвал из собственного языкового сознания) лексику с аналогичным формантом.

Рассмотренные выше номинации имеют в своем составе освоенные заимствованные слова, и поэтому в данном случае несложно определить мотивировочный признак. Если же речь идет о неосвоенных иноязычных словах (варваризмах) или иноязычных вкраплениях, определение способа реализации (эксплицитного или имплицитного) мотивировочного признака представляется затруднительным, поскольку ситуация выходит за рамки одной языковой системы. Данное явление в эргонимии может быть названо **межъязыковой мотивированностью**. Межъязыковая мотивированность описывается в работах А.К. Казкеновой, Е.Л. Березович, О.Г. Щитовой. Это «формальная и семантическая обусловленность заимствованного слова его иноязычным прототипом» [7], осознаваемая носителями заимствующего языка.

В этом случае мотивированное и мотивирующее слова находятся в разных языковых системах. Зависимость иноязычного эргонима от его эквивалента в языке-источнике может быть осознана не только билингвами, владеющими соответствующим языком. Монолингвы также могут искать мотивирующие слова в иностранном языке, для того чтобы закрепить их в своей памяти.

Межязыковая мотивированность реализуется в следующих ЭИП: *Авантаж* (абордаж), *БонАпарт* (апартаменты), *Ля ботэ* (ляпотэ (искаж. ляпота)), *Фортресс* (фортуна, стресс) – на лексическом уровне; *Алкос-комфорт* (комфорт для выпившего алкоголь), *Лас книгас* (Лас Вегас), *Таймберри* (бери время, бери тайм) – на морфемном уровне.

Так, ЭИП *Таймберри* (часовой салон) может быть разделен на два компонента *Тайм* + *берри*: тайм (англ. time ‘время’) – мотивированная часть + берри (искаж. форма 2 л. ед. ч. глагола *брать*) – формант. Лексическим мотиватором, закрепляющим этот ЭИП в памяти ассоциативной цепочкой, служит слово *таймер*. Структурный мотиватор в русском языке – *бери* (Бери тайм!). ЭИП *Джинсаччи* соотносится с прагматонимом *Versace* (*Версачи*), где в качестве структурного мотиватора выступает формант *-саччи*.

Мотивированность ЭИП обусловлена его составом и степенью семантической ассимиляции его иноязычных компонентов. В подтверждение данному тезису приведем ответы респондентов на освоенные лексемы иноязычного происхождения, у которых вследствие появления нового значения наблюдается явление ремотивации – процесса обретения мотивированности словом, не мотивированным на ранних этапах заимствования (при демотивации слова – утрате мотивированности, или заимствовании) на основе установления им мотивационных связей [10].

Ремотивация слова, или усложнение морфемной структуры лексемы, может быть обусловлена языковым намерением создающего его номинатора и являться результатом (следствием) структурной мотивированности ЭИП. Например, *БульDozzer* (кафе) разделяется на две части: *Буль* – от русского слова *булькать* ‘производить звуки, похожие на звуки жидкости, выливаемой из узкого сосуда’ [11] и *Dozzer* ‘дозатор «булек»’ (русс. ‘доза’ + англ. суфф. *-er*), схожее по звучанию с русским *доза*, означающим ‘точно отмеренное количество, мера чего-нибудь’ [11]. Стоит также отметить выделение графическими средствами (латинская графика) иноязычного компонента *dozzer*. Английский суффикс *-er*, словообразовательное значение которого ‘лицо, занимающееся тем, что названо мотивирующим словом’, определяет *БульDozzer* как ‘предмет, имеющий отношение к дозе, дозатор «булек»’. Сопоставив данные значения, получаем, что *БульDozzer* – это ‘место, где наливают жидкость дозами, сопровождаемыми бульканьем’. С учетом специфики предприятия, обозначенного данным ЭИП (пивной бар), употребление иноязычного слова как смыслообразующей части основного слова представляется вполне оправданным.

**Квазиремотивация** – это преобразование слова в процессе омонимических и паронимических сближений, что не приводит к возникновению мотивированности слова и завершается на стадии ассоциативных звуковых связей [10].

Явление квазиремотивации можно условно назвать «ложной» мотивацией, приводящей к несовпадению результата восприятия адресата с коммуникативной интенцией номинатора. Эксплуатация знанием иностранного языка приводит к неадекватному восприятию ЭИП. На стимул *CURточка* (салон верхней одежды) горожане, не владеющие английским языком, представили лексический мотиватор *курточка*. Билингвы декомпозируют данный ЭИП на иноязычный элемент *CUR* (< сокр. англ. *curse* ‘проклинать’) и русский *точка* и предъявляют квазимотиватор *проклятая точка*.

ЭИП *Soberi Sam* также демонстрирует явление квазиремотивации: ядро ассоциативного поля, сформированного монолингвами, представляет лексический мотиватор *собери сам*. Билингвы осознают данный ЭИП как *трезвый Сэм* (< англ. *Sober Sam* – трезвый Сэм), учитывая сходство транскрибированного латинской графикой русского слова *собери* и английского слова *sober* (трезвый).

III. Проявление лингвистической креативности при номинировании объектов инфраструктуры города – характерная особенность современной томской эргонимии. Для того чтобы выделить номинацию в существующем многообразии городских вывесок, придать ей выразительность, сделать более привлекательной, эстетичной, недостаточно использования традиционных лингвистических средств; авторы номинаций вовлекают семантические, синтаксические, фонетические языковые средства, графические элементы русского и других языков, прецедентные тексты, шрифтовые выделения, экстра- и паралингвистические средства и т. д. В этом слу-

чае языковая игра как «форма лингвокреативного мышления» [12. С. 11] становится оптимальным средством для создания новых номинаций.

**Языковая игра** – это «осознание возможностей (потенциала) преобразований знака, обусловленного устройством самой системы языка» [12. С. 8]. Намеренное изменение структуры слова путем использования иноязычных компонентов влечет за собой расширение семантики эргонима. Эффект языковой игры основывается на ассоциативном потенциале слова [13. С. 125]. В томской эргонимии языковая игра преобразуется в межъязыковую игру, где способности словопроизводства, типичные для русского языка, эксплуатируют иноязычные компоненты. Среди них выделяются как отдельные части речи, так и морфемы.

Языковая игра проявляется при использовании:

- иноязычных формантов: в ЭИП *Таймберри* иноязычный формант *-берри*, являющийся продуктивным в английском языке при образовании наименований ягод (англ. *cranberry* ‘клюква’, *gooseberry* ‘крыжовник’), примыкает к иноязычному корню *тайм* (транслит. англ. *time* ‘время’), дословный перевод образованной лексемы, которой назван магазин, продающий часы, – *временная ягода, ягода времени*;
- иноязычных суффиксидов: эргонимы *Пивляндия* и *Dogland* имеют в своем составе продуктивный иноязычный суффиксид *-land*, с помощью которого образовано множество географических названий: Гренландия (англ. *Greenland*), Финляндия (англ. *Finland*), Зеландия (англ. *Zealand*) и др.

Итак, в эргонимии Томска функционируют ЭИП, образованные с использованием иноязычных средств и единиц. Осознание ЭИП носителями языка зависит от выбранного номинатором способа номинации. Мотивированность ЭИП наблюдается на лексическом, морфемном и фонетическом уровнях.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Китайгородская М.В. Активные социолингвистические процессы в сфере городских наименований: московские вывески // Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация. – М.: Studia Philologica, 2003. – С. 126–151.
2. Намитокова Р.Ю., Гриценко Н.И., Нефляшева И.А. Язык современного города // Вестник Адыгейского государственного университета. – Майкоп, 2006. – № 1. – С. 185–188. URL: [http://www.vestnik.adygnet.ru/files/2006.1/82/namitokova2\\_2006\\_1.pdf](http://www.vestnik.adygnet.ru/files/2006.1/82/namitokova2_2006_1.pdf) (дата обращения: 20.06.2012).
3. Позднякова Е.Ю. Языковое пространство города Барнаула (на материале русской народно-разговорной речи горожан): дис. ... канд. филол. наук. – Барнаул, 2004. – 306 с.
4. Лотте Д.С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. – М.: Наука, 1982. – 150 с.
5. Крысин Л.П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 884 с.
6. Маринова Е.В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI вв.: проблемы освоения и функционирования. – М.: Эллипс, 2008. – 495 с.
7. Щитова О.Г. Неисконная лексика в русской разговорной речи Среднего Приобья XVII века: монография. – Томск: Изд-во ТГПУ, 2008. – 480 с.
8. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Сов. энциклопедия, 1969. – 606 с.
9. Казкенова А.К. Мотивированность заимствованного слова (на материале современного русского языка) // Вопросы языкознания. – 2003. – № 5. – С. 72–80.
10. Блинова О.И. Мотивология и ее аспекты. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2007. – 394 с.
11. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / Российская АН; Российский фонд культуры. – М.: АЗЪ, 1995. – 928 с.
12. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество: монография. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 1996. – 214 с.
13. Прокутина Е.В. Языковая игра как способ образования нестандартной лексики русского языка на базе английских заимствований // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 7 (188). – Филология. Искусствоведение. – Вып. 41. – С. 123–127.

Поступила 29.06.2012 г.