

ТИПЫ НЕМОТИВИРОВАННЫХ ЭРГОНИМОВ

В ономастике “ИС, имеющие прозрачную семантическую структуру, ясно выделяющуюся корневую морфему, в силу чего в них может быть вскрыт мотив номинации” [1, 87], называются *мотивированными*; номинации с затемненной внутренней формой относятся к *немотивированному* типу.

Немотивированность очень часто зависит от того, как ИС воспринимается окружающей языковой средой, т.е. немотивированность проявляется на уровне общения. Если ИС непонятно и не соотносится с конкретным денотатом, не раскрывает его назначения или же не подчеркивает определенную направленность на вид деятельности, вид выпускаемой продукции и т.п., то оно будет квалифицироваться как немотивированное. Очень часто номинатор вкладывает в название своего предприятия только ему известное содержание, которое непонятно окружающим, и, таким образом, это ИС становится немотивированным. Например, владелец, желающий обозначить свое предприятие названием цветка “Ромашка”, руководствуется тем, что он любит этот цветок. Но это не значит, что принадлежащее ему предприятие занимается разведением ромашек, и стало быть, в данной ситуации ИС является немотивированным для окружающих. В этих случаях “номинация обычно происходит в речевой ситуации по различного рода ассоциациям, порой

неуловимым и понятным лишь тем, кто дает имена” [2, 249].

Исследование пограничных разрядов ИС позволило И.В. Крюковой считать, что немотивированные товаронимы (один из пограничных разрядов – М.К.) появляются в результате складывания отдельных звуков в новые комбинации (фонетический способ). Данный способ практически не свойственен другим пограничным разрядам [3, 17].

Если мотивированное ИС заключает в себе определенную информацию, то немотивированное имя не имеет значения. По мнению Е.С. Кубряковой, мотивированность-немотивированности слова предопределяется значением составляющих его частей. Интересна и несомненная связь между расчлененностью и мотивированностью знака, замечает Е.С. Кубрякова. Чем меньше сказывается в сочетаемости слов составленность знака из отдельных частей, тем больше теряется представление о его мотивированности, а сам комплексный знак обнаруживает тенденцию к демотивации [4, 23].

В настоящее время появление немотивированных, символических ИС связано с экстралингвистическими причинами: политическими и экономическими изменениями. Владельцы многочисленных частных предприятий стремятся приобщить своим “детищам” символические назва-

ния, руководствуясь лишь эстетическими мотивами. В названиях большинства предприятий, фирм, организаций и т.п. употребляются личные имена. “Это и понятно – ведь каждому объекту чрезвычайно важно дать отдельное, индивидуальное имя, чтобы выделить его из сходных, и тем самым обеспечить заинтересованным лицам выбирать тот вариант, который наиболее полно удовлетворяет их запросы” [5, 31]. Важно также дать объекту броское, яркое, оригинальное название с целью привлечь внимание. Это желание номинатора часто приводит к образованию наименования, не связанных с видом деятельности объекта.

По характеру лексических основ в данном исследовании к немотивированному типу мы отнесли эргонимы, которые в целом не раскрывают назначения и содержания объектов. Однако хотелось бы отметить, что любое название в принципе является мотивированным, поскольку любая человеческая деятельность, в том числе и акт номинации, мотивированы. Следовательно, любой эргоним, даже если он не характеризует называемый объект и не раскрывает род его деятельности, является мотивированным. Однако в нашей классификации подобные названия являются немотивированными. С.О. Горяев классифицирует их как неотобъектно мотивированные номинации, “основную мотивировку которых задают особенности, предпочтения, представления людей – участников номинативного акта или общая ориентация на ситуацию их номинативного воздействия” [6, 56]. Таким образом, при образовании немотивированных эргонимов на первый план выступает личность номинатора, т.е. они несут “личностную, антропологическую мотивировку”.

В. Бланар полагает, что между массивами имен собственных и нарицательных нет точных границ, т.к. существуют имена, сочетающие в себе признаки имен собственных и нарицательных. К ним он относит названия обществ, организаций (т.е. эргонимы), поскольку они мотивированы лексическим значением своих компонентов и идентифицируют единичные объекты определенного ряда как их официальные названия [7, 136].

К немотивированным эргонимам относятся наименования следующих моделей (таблица 5):

1. “*апеллятив* → *эргоним*” представляет эргоним, образованный от апеллятива. Всего немотивированных эргонимов со значением живого существа 79 единиц, представленные различными семантическими моделями (выделено 7 моделей):

- *Скиф, Пилигрим, Страж, Партнер, Путник* и др. (названия лица) – 24;
- *Князь, Консул, Капитан*, и др. (обозначение титулов, званий, должностей) – 21;
- каз. *Арғымақ*, рус. *Лев, Барс, Дельфин* и др. (наименования животных) – 21;
- каз. *Бұркіт, Аққу*, рус. *Ласточка, Сокол, Фрегат*, (названия птиц) – 13.

Всего немотивированных эргонимов со значением живого существа 79 единиц.

К немотивированным эргонимам, в основе которых лексемы со значением предмета неживой природы, относятся такие названия, как:

- каз: *Қаратерек* (дерево, разновидность тополя), *Тал* (тальник, ива), *Қарағаш* (карагач), *Астық* (зерно), рус. *Ромашка, Лилия, Лотос, Ракита, Вереск, Астра* и т.п. (названия деревьев, цветов, растений) – всего 26 единиц;
- *Тайфун, Радуга, Рассвет, Восход, Заря* и др. – всего 15 единиц (названия явлений природы);
- *Саванна, Тайга, Оазис* и др. – 18 наименований, представляющих названия рельефов и форм земной поверхности;
- *Яблоко, Алма, Калина* и др. (название фруктов, ягод) – 8 наименований;
- рус. *Мера*, каз. *Белағаш* (ось, перекладина), *Шаңырақ* (основа юрты, верхняя часть юрты), *Өрнек* (узор) и др. – профессиональная лексика – 16;
- *Волна, Океан, Бриз*, каз. *Мұхит (океан), Қайнар* (источник, родник) и др. – названия на водную тематику – 23;
- *Арман* (мечта), *Заман* (эпоха, время), *Достық* (дружба), *Болашақ* (будущее), *Бахыт* (счастье), *Намыс* (честь, совесть), *Бірлік* (единство, единение), *Әділет* (правдивость), *Әбдей* (споривка), *Бірлестік* (компания, единство, корпорация), *Ынтымақ* (единодушие, содружество), *Бостандық* (свобода), рус. *Лик, Мир, Единство, Счастье* и др. (наименования абстрактных понятий) – 42;
- *Сәлем, Здравствуйте, Ваш успех* и др. (названия, приглашающие к какому-либо действию, сотрудничеству) – 6.

- *Изумруд, Алмаз, Диамант* и др. (названия драгоценных камней) – 12;
- *Орбита, Планета, каз. Шолтан* (звезда) и др. (астрономические наименования) – 8;
- *Солтүстік, рус. Север, нем. Ост, голланд. Норд* и др. (обозначения сторон света) – 8;
- *Бастион, Щит, Арсенал* и др. (военные термины) – 5;
- *Золото, Оливин, каз. Мұнай, Күміс* и др. (названия полезных ископаемых) – 14;
- *Меридиан, Полюс* и др. (географические термины) – 6;
- *Альфа, Икс* и др. (названия букв) – 4;
- *Гармония, Дуэт, Палитра* и др. (названия, относящиеся к искусству) – 14;
- *Солнышко, Голубок, Погребок* и др. (эмоционально окрашенные наименования) – 20.

При создании эргонимов немотивированного типа номинаторы находятся в поисках оригинального, рекламного названия, но не всегда учитывают дополнительные коннотации. Так, например, эргоним *Бункер* (культурно-развлекательный комплекс), вряд ли способствует появлению положительных эмоций у адресата, собирающегося идти развлекаться в “специально оборудованное подземное укрытие, убежище”. Использование этих моделей требует более тщательного рассмотрения и отбора. Существование подобных названий можно расценивать как проявление принципа символических номинаций, являющегося ономастической универсалией. Кроме того, чем меньше ярких признаков мотивации учтено в процессе создания эргонимов данной группы, тем ниже информативная ценность подобных наименований.

2. “антропоним → эргоним”. Данные наименования деловых объединений людей представлены следующими моделями:

- 2.1 модель “*имя личное + аббревирированное имя личное*” (9): *Абылай и Д, Диас – А* и др.;
- 2.2 модель “*имя личное + аббревиатура К (компания)*” (5): *Федор и К, Александр и К, Бахыт и К, Адиль и К*. В казахских наименованиях союз и выражен словом *және*: *Самат және К*;
- 2.3 модель “*фамилия + аббревиатура К*” (13) *Гурский и К, Иванов и К, Мәмбетов және К, Баймұқанов және К, Тортұманов және К* и др.
- 2.4 модель “*имя личное + аббревиатура СК (Северный Казахстан) или иноязычная – LTD*” (8): *Алма-СК, Алиша LTD* и т.п.;

2.5 модель “*аббревиатура инициальная буквенная*” (7): *САД* (Степанов А.Д.), *ТОБ* (Тобанов Олег Борисович), *БАТ* (Буров Андрей Тимофеевич) и др.

2.6 модель “*аббревиатура инициальная слоговая*” (11): *ВиМо* (Вигалий Мозгель), *РуЗар* (Руслан Зарипов), *ДоНик* (Долгушев Николай) и др.;

2.7 модель “*аббревиатура инициальная с различными дополнительными элементами*” (8): *Хром и К* (Хроменков), *Инкомп* (Игорь Николаевич), *СД и К*, (Дьяченко Сергей) и др.;

Раритетным является эргоним *Vital*, образованный от имени *Виталия* Никипелова и транслитерированный латинскими буквами.

Небольшая группа эргонимов представляет собой предложно-падежную форму, куда входят антропонимы или наименования лица с указанием возраста или национальности: *У Петровича, У Андрея, У Сергея, У деда, У хохлов* – 5 названий.

Также небольшая группа эргонимов образована от деминутивных антропонимов, имеющих суффиксы субъективной оценки: *Аленушка, Дарьюшка, Анютка* и др. – 5 эргонимов.

Изучая эргонимы Северного Казахстана, основой которых послужили разные виды антропонимов, можно сделать вывод о том, что они используются не с целью рекламы продукции или услуги, предлагаемой тем или иным предприятием, а названы в честь владельцев или учредителей этих промышленных объектов. В этом случае мы сталкиваемся с наглядным примером искусственной номинацией, когда преднамеренно и сознательно учитывается один из исторически сложившихся принципов номинационного процесса. В.М. Лейчик отмечает, что в названиях предприятий, бирж, организаций и т.п. сейчас в большой моде антропонимы. Частое использование антропонимов в составе современных эргонимов – в большей степени дань моде и времени, когда возрастает доля частных, коммерческих предприятий и, возможно, объекты названы по именам владельцев, их близких родственников, друзей владельца предприятия.

В исследуемом материале следует также выделить тип эргонимов, основу которых составляют имена известных исторических лиц, модель “*меморатив → эргоним*”: *Наполеон, Ермак, Бейбарс, Кассандра* и др. – 11 наименований.

3. “оним → эргоним” широко представлен эргонимами, которые образованы от топонимов, –

отгопонимический принцип номинации – и характеризуется следующими моделями:

3.1 модель “*гидроним*→*эргоним*” – источником наименований послужили гидронимы (названия водных объектов) (9): *Ишим-ТВ*. Реки издавна служили людям, были путями, направлениями массовых переселений, поселения людей возникали около воды – от реки, озера и т.п. Естественно, поскольку сначала возникло название реки, а потом уже наименование появившегося на ее берегу селения, вполне возможно, что в честь реки *Ишим*, каз. *Есіл* – главной водной артерии Северо-Казахстанской области – и ее роли в жизни города, руководители предприятий дали наименования, связанные с этой рекой. Кроме вышеназванных гидронимов *Ишим* и *Есіл*, в эргонимии СКО можно выделить и другие гидронимы: *Каспий*, *Славутич*, *Амазонка*, *Рица* и др.;

3.2 модель “*ороним*→*эргоним*” – в качестве семантической основы эргонимов послужили следующие оронимы (ИС любого элемента рельефа, земной поверхности, положительного и отрицательного, т.е. любого негеографического объекта): *Памир*, *Урал*, *СевУр* (*Северный Урал*) (8 наименований).

К данному типу относятся названия, образованные от макротопонимов (названия крупных, широко известных географических объектов – горных, речных систем или специально выделяемых политико-административных территорий – государств, провинций) (9 наименований): *ТОО Македония*, *ЖШ Қызылжар С*, *ЖС Азия С*.

3.3 модель “*астионим*→*эргоним*”. Эргонимы могут быть образованы и от ойконимов (ИС любого населения, в том числе города, хутора, деревни, поселка). Ойконимы в свою очередь делятся на *астионимы* – названия городов и *комонимы* – названия любых сельских населенных пунктов (18): *Пальмира*, *Верона*, *Лозанна*, *Москва* и др.

3.4. модель “*комоним*→*эргоним*” (28): *ЖШ Қызыләскер С*, *Чистополье – 2*, *ЖШ Бостандық С*, *Орталық ШК*, *ТОО Новоникольское* и др.;

3.5 продуктивную группу эргонимов составляют наименования, основой которых явились *космонимы* и *астронимы* (14): *ТОО Северная звезда*, *ТОО Венера*, *ТОО Аспан*, *Сириус*, *Вега*, *Сатурн*, *Антарес*, *Юпитер*, *Меркурий*;

В качестве наименований деловых объединений людей номинаторами используются хорошо знакомые, распространенные названия объектов космического пространства. Функционирование космонимов и астронимов в роли структурных компонентов для эргонимов в определенной степени подтверждает мнение В.Д. Бондалетова о том, что наряду с антропонимами и топонимами они являются особо значимыми для жизнедеятельности народа.

Исследователи периферийной зоны ономастики отмечают активное участие теонимов и мифонимов в эргонимической лексике, этот факт свидетельствует о дальнейшем развитии тенденции их использования в качестве опонимических основ, расширяет границы их функционирования.

3.6 стали ИС божеств, божественных существ – *теонимы* (15): *Потребительский кооператив Гермес*, *ТОО Афродита*, *ТОО Деметра*, *Тантал* и др.;

3.7 “*мифоним* → *эргоним*”, эргонимы этой модели могут быть образованы от имен фольклорных героев различных народов, модель (17): *Батыр*, *Садко*, *Икар*, *Баян-Сулу*, *Феникс* и др.;

3.8 модель “*поэтоним* → *эргоним*”. Довольно большая группа эргонимов представлена именами героев художественных произведений (22): *Айболит*, *Гулливер*, *Мона Лиза*, *Алладин* и др.

Несколько эргонимов включают в свой состав словесные товарные знаки. Это, в основном, касается предприятий, оказывающих автоуслуги: *Ишим – Лада*, *Джип-сервис*, *Ауди-сервис* и др. – 8. Небольшая группа эргонимов образована от названий знаков зодиака:

Водолей, *Телец*, *Дева* и др. – 5.

К раритетными можно отнести эргонимы, образованные от этнонимов, представленные моделью типа “*этноним* → *эргоним*”: *Керей* и *Ногайбай*.

В последние годы в образовании эргонимии, а также для других представителей периферийных разрядов ономастического пространства активен процесс заимствований из разных языков. Заимствование в системе эргонимов также можно отнести к немотивированному типу, поскольку мотив в них скрыт, он понятен только номинатору. Т.Джанузаков отмечал, что заимствование и обогащение ономастики происходит во всех языках как закономерное явление и отражает историю народа, его языка, культурные и

экономические контакты с другими, соседними народами [8, с. 43]. Заимствования, являющиеся характерным признаком эргонимии Северо-Казахстанской области, представлены различными структурами *гибридных* наименований, а также *эргонимами-варваризмами* и *эргонимами-экзотизмами*. Наличие подобных названий свидетельствует о плизычности эргонимии данного региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Подольская Н.В. Словарь ономастической терминологии. М.: Наука, 1978. 198с.
2. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. 336 с.

3. Крюкова И.В. Пограничные разряды ономастики в современном русском языке: Автореф...канд. филолог. н. Волгоград., 1993. 21с.

4. Кубрякова Е.С. Когнитивная лингвистика и проблемы композиционной семантики в сфере словообразования // Известия АН. Серия литературы и языка. 2002. Т. № 61. № 1. С. 13-14.

5. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Санкт-Петербург, 1999. 320с.

6. Горяев С.О. Номинативные интенции субъекта ономастической номинации (на материале русских прагмонимов): Дис....канд. филолог. наук. Екатеринбург, 1999. 165с.

7. Vlanar V. Teoria vlyasyenenhomena // Bratislav, 1996. По рецензии А.В. Суперанской // Вопросы языкознания. 1999. №3. С. 136-145.

8. Джанузаков Т.Д. Основные проблемы казахской ономастики. Алма-Ата, 1976. 129с.