

Н.В. Носенко

Новосибирский государственный педагогический университет

Эргонимы-контаминанты: структура, семантика и особенности функционирования

Данное исследование посвящено контаминации, как одному из способов образования эргонимов г. Новосибирска, и представляет собой начальный этап анализа, на котором важно определить структуру, особенности семантики и функционирования эргонимов, построенных данным способом.

Поскольку под эргонимом понимаются разные ономастические явления, необходимо уточнить, что мы, следуя уже сложившейся традиции [Подольская, 1978; Яловец-Коновалова, 1997; Козлов, 2000], понимаем эргоним (от греч. *έργον* – дело, труд; деятельность, функция) как «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [Подольская, 1978, с. 166].

Контаминация (от лат. *contaminatio* – смешение, соприкосновение) – «объединение в речевом потоке структурных элементов двух языковых единиц на базе их структурного подобия или тождества, функциональности или семантической близости» [ЛЭС, 1994, с. 256]. Исследованию контаминантов в системе имен нарицательных (далее ИН) посвящены многие работы [Потиха, 1959; Шанский, 1968; Кубрякова, 1976; Земская, 1992 и др.], однако на природу этого явления нет единого взгляда.

Существуют широкий и узкий подходы к пониманию контаминации как словообразовательного феномена. Представители узкого подхода разграничивают междусловное наложение и контаминацию, акцентируя внимание на том, что при наложении оба производящих слова полностью сохраняются в новом, например, *заходерзости* (Заходер и дерзости), *треплика* (треп и реплика) [Земская, 1992, с. 191]. Широкий подход, при котором междусловное наложение рассматривается в качестве одного из видов контаминации, представлен в работах И.С. Улуханова [1996], В.З. Санникова [1999], С.В. Ильясовой [2002].

Традиционно контаминацию считают разновидностью аббревиатуры, об этом, например, пишет Е.А. Земская [Земская, 1992]. Существует мнение, что контаминация – это способ словообразования близкий к сложению [Берман, 1959; Потиха, 1970]. Нам ближе мнение И.С. Улуханова, который считает контаминацию особым способом словообразования [Улуханов, 1984, с. 60-62].

Со структурной точки зрения, контаминацию логично отнести к переходному явлению между сложением и аббревиацией. В широком понимании явление контаминации охватывает и случаи речевого варьирования фразеологизмов типа *пуганый воробей* (от *стреляный воробей* и *пуганая ворона*), *припереть в угол* (от *припереть к стене* и *загнать в угол*), однако, среди названий г. Новосибирска контаминантов такого типа мы не увидели.

Контаминанты в системе имен собственных (далее ИС) отдельно не изучались, в известных нам работах по эргонимике примеры эргонимов-контаминантов отсутствуют, либо их относят к другим способам образования, например, Р.И. Козлов выделяет междусловное наложение как способ образования: *Иралекс*

(от Ира и Алекс), но не говорит, что это разновидность контаминации, возможно придерживаясь узкого подхода, при котором исследователи различают между словное наложение и контаминацию [Козлов, 2000, с. 12]). Последнее наблюдение свидетельствует и о том, что эргонимы-контаминанты – это явление последних лет, они появились совсем недавно: в картотеке эргонимов г. Новосибирска за 2003 год была зафиксирована только одна номинация, построенная по такой модели (пивной бар «**Чемпивон**»). Однако опыт структурно-семантического анализа ИН-контаминантов, описанный в выше упомянутых работах, позволяет делать обобщения и на уровне ИС.

Среди эргонимов г. Новосибирска имеются следующие контаминанты: бар «**Чемпивон**» (чемпион + пиво), магазин одежды для детей и подростков «**Молодёжка**» (молодой + одёжка), магазин детской обуви «**Обуванчик**» (одуванчик + обувь), магазин товаров для спорта «**Спортугалия**» (спорт + Португалия), склад-магазин «**Кайфель**» (кайф + кафель), бильярдная «**Шарокатица**» (шар + катиться + созвучное слово «каракатица» со значением «головоногий морской малюск»), кафе «**Артишок**» (артистический + шок + совпадает по звучанию и написанию с «артишок» со значением «травянистое растение семейства сложноцветных с крупными соцветиями, нижние части которых идут в пищу»).

На структурном уровне можно выделить следующие группы контаминантов:

abc + d = adc

Чемпивон (чем/пио/н + пиво); В этой модели используется начало и конец первого слова и второе слово целиком налагается на первое. Происходит аппликация в середине слова, кроме того, слиянию способствует наличие фонетически одинаково оформленных отрезков: «пиво».

ab + c = ac

а) **Молодёжка** (мол/одой + одёжка); **Спортугалия** (с/порт + Португалия).

б) с омонимией контаминанта с узуальным словом:

Артишок (арти/стический + шок, в другом варианте «арт (искусство) и шок»)

Есть тенденция выделять такие знаки как **арт** в рекламном тексте, например, вывеска «**кАРТинная галерея**», прием «Увеличительного стекла», игра с внутренней формой графическими средствами [Ильясова, 2002, с. 275-288]).

Эта группа контаминантов характеризуется присутствием второй единицы мотивирующей базы в полном объеме.

ab + cd = ad

Обуванчик (об/увь + од/уванчик). Особенностью построения этого контаминанта является то, что лексема «одуванчик» используется не в прямом, а в ассоциативно-переносном значении (одуванчик ассоциируется с определенной детской игрой, с легкостью летящей пушинки и многим другим). Данная группа характеризуется взаимообменом компонентов.

a + bc = ac

Кайфель (кайф + ка/фель); Эта группа контаминантов характеризуется присутствием первой единицы мотивирующей базы в полном объеме.

Как мы видим, структура эргонимов-контаминантов представляет собой варианты комбинирования элементов, с различной степенью их наложения друг на друга, сочетанием прямых и переносных лексических значений. Наложение редко бывает морфемным, чаще всего границы морфем разрушаются, но накладываемые элементы фонетически совпадают.

Контаминация, как известно, относится к окказиональному словотворчеству. Для контаминантов в пределах системы ИН характерна тесная связь с контекстом; нередко они бывают непонятны вне породившего их контекста, например, из детской речи «У меня эти пальчики умеют за струны держаться, а эти – **звучок** держать» [Земская, 1973, с. 21] (звучок – обычно – слабый звук, призыв, а в данном случае – смычок). Эргоним-контаминант, как правило, поддается расшифровке,

даже если нет прямого указания на предприятие, которое он именуется, ассортимент, адресата эргономии. Роль своеобразного контекста для эргонима-контаминанта выполняет то, как подается название: те рекламные тексты, в которые оно включается, оформление вывески, то, как позиционирует себя заведение (это может быть общий игривый тон, отраженный в оформлении интерьера). С выше сказанным связана проблема уместности названия-контаминанта, по вполне понятным причинам, эргонимы такого типа употребляются, в основном, для именовании учреждений общественного питания и обслуживания (то есть в сфере непринужденного общения номинатора с клиентом).

Рассматривая семантику контаминанта, необходимо отметить то, что, являясь сложным словом, он указывает на несколько семантических сущностей, каждая из которых тянет за собой цепочки ассоциаций, являясь в свою очередь, частью, звеном новых ментальных построений. Реципиент, таким образом, если адаптировать схему, предложенную Е.С. Кубряковой [Кубрякова, 1986, с. 61], осуществляет синтез смыслов, находит подходящий эквивалент целому пучку признаков в виде одного слова; поэтому сложное слово намного богаче по содержанию, чем простое слово. Расположение частей сложного слова, по наблюдениям Е.С. Кубряковой, имеет иконический характер. «Иконика», или «символика» соединения имен, заключается в указании на соединение двух или более объектов в ментальном пространстве в единый гештальт [Кубрякова, 1990, с. 18]. Например, семантической основой эргонима «*Спортугалия*» является наличие двух величин (спорт и Португалия), между которыми, благодаря их соединению в одном слове, утверждается наличие связи.

Для того чтобы установить такую связь в художественном тексте, реципиент должен владеть «культурной парадигмой», то есть знать источник отсылки автора, например, в стихотворении А. Вознесенского 1963 года:

Стоял январь, не то февраль,
Какой-то чертовый *Зимарь*.
Я помню только голосок,
Над красным ротиком – парок,
И песенку:
«Летят вдали
красивые *Осенебри*»;
но если наземь упадут,
Их *человолки* загрызут.
(Песенка Травести из спектакля «Антимиры»)

Для восприятия стихотворного текста в целом, реципиент выполняет сложные ментальные операции (например, анализирует контекст, который подсказывает значение контаминанта: *январь – февраль – Зимарь*), используя свои знания и опыт, результатом является не только интеллектуальное, но и эстетическое удовольствие.

В публицистическом тексте (контаминанты часто используются в газетном дискурсе), идет отсылка к уже известным событиям и фактам, например, *Америсима* (Америка и Хиросима), *рейганомика* (Рейган и экономика).

Однозначность в понимании контаминантов-ИН иногда необязательна, например, в поэтическом тексте, в то время как для достижения прагматических задач понимание эргонима-контаминанта обязательно. Поэтому для онимов данного вида характерно то, что их значение легко расшифровывается, оно «лежит на поверхности». Номинатор старается предусмотреть и устранить возможные проблемы, связанные с расшифровкой названия, используя, например, графические средства: на вывеске кафе «*АРТиШОК*».

Среди рекламистов известна формула AIDA – attention – interest – desire – action «внимание – интерес – желание – действие», эргоним-контаминант призван привлекать внимание и вызывать интерес потенциального клиента своей необычностью, которая основана на нарушении норм языка и осознается всеми его носителями.

Проникновение в нормализованный язык эргоники таких явлений как контаминация, происходит, по всей видимости, под влиянием языка современной рекламы, для которого характерно использование «различных способов воздействия: графического, изобразительного, речевого, которые целесообразно объединить понятием «экспрессия» [Лифшиц, 1999, с. 3]. Часто употребляясь в рекламном тексте, эргонимика в целом как бы «заражается» его экспрессией. Эту мысль подтверждают результаты опроса посетителей магазина «*Спортугалия*» и других информантов, которые имели представление об его существовании.

Варианты алгоритма интерпретации названия
магазина товаров для спорта «*Спортугалия*»

А л г о р и т м	Варианты	
	«женские»	«мужской»
	<p>А) – Спортугалия? Ах, да, знаю, знаю, это такая страна, я где-то слышала. – Какая я умная! Надо зайти!</p> <p>б) – Спортугалия? Что за название? Похоже на обычное слово, но что-то в нем не так. – В названии спрятаны два слова: спорт и Португалия. Понятно, почему спорт: в магазине продают товары для спорта, а почему Португалия? – Видимо, товары для спорта из Португалии. – Какая я умная! Надо зайти!</p>	<p>– Спортугалия? Что за название? Похоже на обычное слово, но что-то в нем не так. – В названии спрятаны два слова: спорт и Португалия. Понятно, почему спорт: в магазине продают товары для спорта, а почему Португалия? – Португалия – это страна со спортивными традициями, Португалия – это футбол, Португалия – это знаменитая футбольная команда! – Какой я умный! Надо зайти!</p>
ком мен та- рий	<p>Окказионализм «<i>Спортугалия</i>» созвучен узуальному названию страны «Португалии». «Расшифровка» названия подобна процессу разгадывания кроссворда, ребуса, шарады. В итоге, реципиент получает интеллектуальное удовольствие, повышается его самооценка, возникает желание зайти в магазин.</p>	

Так название «работает» на прагматическую функцию. Анализируя прагматический потенциал, можно говорить о том, что эргонимы-контаминанты характеризуют (конкретизируют) ассортиментные единицы и указывают на целевого адресата: «*Чемпивон*» – «пиво для чемпионов», «*Кайфель*» – «кафель для кайфа (приятного отдыха)», «*Молодёжка*» – «одежда для молодых», «*Артишок*» – «кафе для людей искусства, креативных», «*Обуванчик*» (обувь для детей: детские учреждения и магазины часто называют «*Одуванчик*», наличие ассоциативной связи между понятиями «дети» и «одуванчик» зафиксировано в Русском ассоциативном словаре, в котором на стимул девочка, мальчик описывается реакция – «одуванчик» [Русский ассоциативный словарь, 1999, с. 205]), «*Спортугалия*» (наложение смыслов: спорт и страна с футбольными традициями).

Для создания неожиданного эффекта (часто юмористического), номинатор обыгрывает наименование товара, находя новые, неожиданные формы, комбинируя прагматическое зерно в виде корня или созвучной корню единицы наименования продукции со словами входящими в тот же ассоциативный ряд (*Португалия* – спортивная страна, *одуванчик* – цветок из «мира детства») или соединяя

контрастные, обычно не ассоциирующиеся между собой, понятия (*чемпион* и *пиво*, возможно в наше время под действием рекламы, навязывающей положительный образ человека, пьющего пиво, такая ассоциация существует; *кайф* и *кафель*).

Следует упомянуть о том, что тенденция создания наименований при помощи контаминации характерна и для прагматонимов (номенклатурных единиц, товарных знаков): шоколадка «*Орешок*» (ореховый + шок), очень много контаминантов среди фармакологических названий: *дибаверин* (дибазол и папаверин), *пираммин* (пирамидон и кофеин), в названиях сайтов и электронных адресов: www.yatex.ru (Я/ковлевский текстиль). Как смежное явление можно отметить актуализацию ложного корня: зубная паста «*President*» (President + dent).

Таким образом, наш анализ позволяет говорить о том, что, при создании эргонимов-контаминантов, номинаторы нарушают языковые нормы на структурном и фонетическом уровнях (например, пренебрегая границами морфем), что влечет за собой на уровне семантики разрыв устоявшихся семантических связей тех лексем, которые стали базой для создания производного эргонима. Так происходит программирование интерпретации эргонима-контаминанта адресатом.

Если С.В. Ильясова в 2002 г. констатировала факт принадлежности контаминации «не только художественной литературе (в основном – поэзии), но и периодической печати» [Ильясова, 2002, с. 178], то наши дни ознаменовались приходом контаминированных наименований в формализованный язык эргонимики. Существование данного типа онимов в эргонимике г. Новосибирска демонстрирует, как творческий потенциал номинаторов, их уровень владения русским языком и представление о потенциальном адресате, как о равноправном партнере в придуманной адресантом языковой игре, так и о расшатанности норм эргономинации, снижении требований к созданию онимов, росте личностного начала и, в связи с этим, проникновении разговорных формул в эргонимику города Новосибирска.

Будучи ярким знаком нашего времени, эргонимы-контаминанты, безусловно, заслуживают пристального внимания лингвистов и могут быть рассмотрены как элемент языковой игры в контексте постмодернистского дискурса нашего времени, который находит свое отражение в массовой культуре, а, следовательно, и в эргонимике.

Литература

- Берман И.М. О вставочном словообразовании // Вопросы языкознания. 1959. № 2.
- Земская Е.А. Современный русский язык. Словообразование. М., 1973.
- Земская Е.А. Словообразование как деятельность. М., 1992.
- Ильясова С.В. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ. Ростов-н/Д, 2002.
- Козлов Р.И. Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2000.
- Кубрякова Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности. М., 1986.
- Кубрякова Е.С. Номинативные комплексы из нескольких существительных и их типовые значения // Коммуникативные аспекты значения: Межвузовский сборник научных работ. Волгоград, 1990.
- Лифшиц Т.Н. Реклама в прагмалингвистическом аспекте. Таганрог, 1999.
- Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М., 1978.
- Потиха З.А. Современное русское словообразование. М., 1970.
- Русский ассоциативный словарь. Книга 2. Обратный словарь: от реакции к стимулу. Ассоциативный тезаурус современного русского языка. Ч. I / Ю.Н. Караулов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова. М., 1994.

- Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. М., 1999.
- Улуханов И.С. Узуальные и окказиональные единицы словообразовательной системы // Вопросы языкознания. 1984. № 1.
- Улуханов И.С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. М., 1996.
- Шанский Н.М. Очерки по русскому словообразованию. М., 1968.
- Яловец-Коновалова Д.А. Названия коммерческих предприятий. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Челябинск, 1997.