

УДК 811.161.3'373

**Е. В. Ковалёва<sup>1</sup>, О. Г. Соколовская<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой иностранных языков и методики преподавания иностранных языков, УО «Мозырский государственный педагогический университет им. И. П. Шамякина», г. Мозырь, Республика Беларусь

<sup>2</sup>Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков и методики преподавания иностранных языков, УО «Мозырский государственный педагогический университет им. И. П. Шамякина», г. Мозырь, Республика Беларусь

### ПРАГМАТОНИМЫ ВОСТОЧНОГО ПОЛЕСЬЯ: СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*В статье рассматриваются наиболее частотные топоосновы наименований торговой продукции региона. Прагматонимы, находящиеся на периферии ономастического поля, также являются составной частью ономастического пространства. Такие онимные единицы представляют собой сочетание номенклатурного компонента (как правило, идентификатора и квалификатора). Вторым компонентом прагматонима является проприальная группа, указывающая на вкусовые особенности, ассортимент, качество продукции, на ассоциации с определенными географическими названиями. Данные ономастические единицы содержат связь между наименованием и объектом, понятием или образом, который вызывает у потребителя продукции определенные мысли и ассоциации.*

*Ключевые слова: оним, ономастическое пространство, прагматоним, квалификатор, проприальная группа, апеллятив.*

#### Введение

Онимы являются неотъемлемым элементом языка города или региона. Имена собственные разных классов составляют ономастическое пространство, включающее в себя онимы, находящиеся, как в центре ономастического поля, так и на его периферии. На современном этапе развития общества закономерно появление новых классов имен собственных. К таким ономастическим единицам относятся и прагматонимы, под которыми понимается «номен для обозначения сорта, марки, товарного знака» [1, с. 113]. Лингвисты отмечают, что данные онимы (товарные марки, или словесные товарные знаки) находятся на грани между именами собственными и апеллятивами [2]. Прагматонимы, как и многие другие периферийные ономастические классы, являются результатом искусственной номинации. Наименование объекта может происходить от его локализации, от названий предлагаемых товаров и услуг, их характеристик. Данные имена собственные имеют структурно-семантическое разнообразие и прагматическую направленность; они могут содержать признаки рекламного текста. Прагматонимы можно рассматривать как свернутый текст, который «состоит из нескольких логико-информационных модулей» [3, с. 6]. Удачно выбранное название для выделения наименования из однотипных товаров и услуг имеет важное значение для воздействия на целевую аудиторию. Для товарного знака характерны семантические категории, так как именно в значении слова, использованного в качестве имени товара, содержится прагматический элемент, реализация которого приводит к созданию соответствующей психологической установки» [4].

В современной лингвистике прагматонимы исследуются как периферийный разряд ономастической лексики, частично анализируются их номинативные и функциональные особенности, функционирование в речи и в литературных произведениях (Е. Л. Березович, М. В. Горбаневский, С. В. Земскова, В. М. Калинин, Ю. А. Карпенко, И. В. Крюкова, А. М. Мезенко, М. Я. Новичихина, Т. А. Соболева, В. И. Супрун, Е. В. Тихоненко, Т. В. Шмельва и др.).

Прагматонимы Восточного Полесья изучены фрагментарно, анализ этого онимного материала позволяет зафиксировать номинативные особенности наименований, что обуславливает **актуальность** исследования: классификация прагматонимов, установление их мотивирующих основ способствуют уточнению теоретического материала в области ономастики, так как данные онимные единицы представляют собой класс постоянно обновляющихся онимов.

Цель исследования – выявление семантики апеллятивов, идентификаторов и квалификаторов различных тематических групп прагматонимов Восточного Полесья.

#### Методы и методология исследования

Фактическим материалом исследования послужили названия продукции предприятий Восточного Полесья, которые охватывают наименования мясных, молочных и хлебобулочных изделий

(более 300), отобранные при помощи сплошной выборки из каталогов, представленных на официальных страницах предприятий в интернете.

### Результаты исследования и их обсуждение

Прагматонимы по своей лексической структуре являются поликомпонентными ономастическими единицами. Первый компонент прагматонима, как правило, является номенклатурным, который может включать в себя идентификатор и квалификатор, т. е., как отмечает Л. А. Годуйко, «является носителем важнейшей категориальной информации, выполняет функцию введения в ряд» [5, с. 14]. Номенклатурный компонент исследуемых названий включает в себя идентификатор, определяющий продуктовый ряд, и квалификатор, конкретизирующий продукт. В группе прагматонимов, обозначающих мясную продукцию, выявлены такие идентификаторы, как *колбаса*, *сосиски*, *сардельки*, *консервы*, *бутербродные пасты*, *рулет*, *жаркое* и др. Квалификатор конкретизирует, уточняет некоторые характеристики продукта, например, *колбаса вареная*, *паштет мясной*, *паштет птичий мясной вареный*, *рулет куриный*, *продукт из свинины соленый рубленый* и т. д. В качестве квалификатора может использоваться одно слово или целое словосочетание. В отношении мясной продукции этот компонент номенклатурной группы указывает на сырье (*колбаса сыровяленая из мяса птицы Заряночка*), наличие или отсутствие кулинарной обработки или степень готовности к употреблению (*колбаса сырая Сельская*, *полуфабрикат Свинина особая быстрого приготовления*, *полуфабрикат Деревенский мясной натуральный крупнокусковой мясокостный*). Примерами квалификаторов, которые содержат указание на состав продукта, в данной группе прагматонимов являются: *фарш говяжий классический*, *колбаса Нежная с мясом птицы*, *сардельки с телятиной элит*, *зельц Сальтисон с языком*. Такая конкретизация в названии определяет выбор покупателей с индивидуальными предпочтениями. Указание в названии способа обработки, назначения продукции также является квалификатором: *колбаса вареная Элитная*, *продукт из свинины копчено-вареный Лопатка царская*, *закуска Дедовская сыровяленая*; *колбаски для жарки*, *колбаски для гриля*, *набор для первых блюд Домашний*. Как видно из примеров, данный компонент может употребляться в середине или конце названия продукта.

Наименования хлебобулочных изделий, зафиксированных в регионе, также содержат групповые идентификаторы, а именно апеллятивы *хлеб*, *сладости мучные*, *пряники*, *щербет*, *батон*, *булочка*, *сухари*. Наиболее частотным является номенклатурный термин *хлеб*, который используется с топонимным дескриптором, указывающим на определённый топоним данного региона (*Могилёвский*, *Днепровский*, *Бобровицкий*). В наименованиях молочной продукции этот компонент представлен одной или двумя лексемами, однако встречаются и более сложные словосочетания, содержащие уточняющую характеристику продукта: *напиток на основе сыворотки Ананас-манго*, *продукт йогуртный «На ура!» Ваниль*, *молоко пастеризованное «Мозырское»*. Идентификаторы в данной группе представлены, включая приведенные примеры, такими единицами, как *масло*, *молоко*, *кефир*, *биоряженка*, *сыворотка*, *творог*, *йудинг*, *сыр*, *биопродукт кисломолочный*, *йогурт*. Как правило, данный компонент используется в начале онимной конструкции.

Номенклатурный компонент в составе прагматонимов может быть единичным или групповым. Примерами единичных идентификаторов в названиях мясной продукции являются *Флячки в желе*, *Шкварка фирменная*, *Спинка классическая копчено-вареная*. Групповой номенклатурный компонент представляет варианты продукции одного способа кулинарной обработки, например, *продукт из свинины копчено-вареный Карбонат княжеский*, *продукт из свинины копчено-вареный Лопатка царская* (*Полоска княжеская*, *Буженина царская*). Единичные идентификаторы в группе молочных продуктов представляют только один продукт, например, *биоряженка* или *сыворотка*. Прилагательные, которые выступают в качестве идентификаторов, изменяют родовые окончания согласно нормам языка, что не влияет на объединение продуктов в одну группу.

Второй компонент прагматонима, а именно проприальная группа, выступает «базой имени собственного» [5, с. 16]. Проприальная группа формируется, как правило, на основе вкусовых качеств продукта, ассоциаций с определенными географическими названиями, с приятными воспоминаниями и т. п. В составе названий используются прилагательные *нежные*, *домашний* и др.: *сосиски Нежные*, *фарш Домашний новый*, *колбаса Домашняя со вкусом меда сыровяленая*. Проприальным дифференциатором также являются названия добавок в составе продукта: *рулет копчено-вареный Оригинальный с зеленью*, *рулет копчено-вареный Мраморный с сыром*, *паста бутербродная Классическая с прованскими травами*. В рассмотренных названиях молочных продуктов преобладают групповые идентификаторы, объединяющие вкусовую палитру продуктового ряда, например, *йогурт Греческий классический*, *йогурт Греческий тыква-мюсли*, *йогурт Греческий манго-чиа*.

Групповые названия проприального компонента охватывают серию продуктов: *сосиски Кремлевские*, колбаса *Кремлевская* салями, колбаса *Кремлевская* престиж сырокопченая. Сам оным *Кремлевский* отсылает к истории, ассоциируется с важностью места, тем самым повышая ценность продукта. Прилагательное *элитный*, т. е. отборный, лучший, употребляется во многих названиях с вариациями: *сосиски Элитные*, колбаса *вареная Элитная* премиум, *варено-копченая колбаса Пармская элит*. Такой компонент направлен на формирование у покупателя представлений как об очень качественном продукте. Один прагматоним также может объединять разные виды молочной продукции: *молоко пастеризованное Мозырское*, *кефир Мозырский*, *сметана Мозырская*. Оним *Мозырский* указывает на известный на Полесье населенный пункт, что также ассоциируется с качеством продукта. Вторая группа в названии выполняет функцию дескриптора и не является фиксированной или обязательной.

Среди исследуемых единиц можно выделить отобъектные наименования (конкретные сведения о мясных продуктах, а именно названия, указывающие на состав продукта, его качество) и отадресатные онимы (ориентация на установление эмоционального контакта с потенциальным покупателем). Так, на способ приготовления, на качество выпускаемой продукции указывают следующие наименования: *колбаса вареная Вкусная новая*, *сосиски Элитные*. Среди исследуемых названий хлебобулочных изделий также можно выделить отобъектные (*Ванильные водар*) и отадресатные единицы (*щербет Сладкоежка с арахисом*, *батон Постный*).

Другая характерная черта рассматриваемых прагматонимов – использование в их составе таких лексем, как *деревенский*, *сельский*, *деревенский* и др. Следует отметить, что более 5 % названий имеют определенные ассоциации с родным, знакомым вкусом: прагматонимы *Деревенская*, *Деревенский*, *Деревенские*, мотивированные лексемой *деревенский* ‘характерный для деревни’, наименования *Крестьянская*, *Сельская* происходят от лексем *крестьянская*, *сельская* соответственно. Такая референция может оказывать влияние на выбор потребителя, т. к. создает в его сознании образ натурального продукта, далекого от искусственных добавок и ароматизаторов. Образ чего-то родного и близкого создается за счет использования в названиях лексем, ассоциируемых с домом, с детством, с родными: *продукт из свинины сырокопченый Вырезка домашняя*, *зельц Бабушкин* *смак*, *закуска Дедовская* *сыровяленая*, *колбаса вареная Как раньше*. Такие образы отсылают к приятным моментам из прошлого, вызывают желание их повторить, почувствовать снова.

Около четверти наименований содержат указание на ингредиенты продукта. Прагматоним *Мясная* мотивирован апеллятивом *мясная*, оним *Печеночный* – лексемой *печеночный*. Наименование *Зернистая* происходит от апеллятива *зернистая* ‘состоящая из зерновидных частиц’, оним *Балыковая* – от лексемы *балыковая* ‘приготовленные в виде балыка’, название *Пряная* – от апеллятива *пряная* ‘острая и ароматная на вкус’. На возможный способ приготовления указывают прагматонимы *Полондвица домашняя*, *Свинина по-домашнему*. Локативно-ориентированные названия представляют собой номинации с апеллятивами *домашняя*, *дорожная* и др., указывающими на место приготовления или употребления (прагматонимы *Домашняя*, *Дорожная*). Название *Охотничья* (продукты питания) соотносится с лексемой *охотничья* и указывает на целевую аудиторию.

Исторический колорит проявляется в таких названиях, как *колбаса вареная Боярушка*, *колбаса вареная Сударушка*, *колбаса полукопченая Панская* *любимая*, *продукт из свинины сырокопченый Гостинец панский*, *пельмени Купеческие*. Исторические коннотации подразумевают проверку продукта временем, т. е. ассоциируются с качеством.

Употребление топонимов также является частым приемом наименования мясной продукции. Такие варено-копченые колбасы, как *Полесская* и *Минская* или вареная *Брестская* ассоциируются с престижем определенной местности Беларуси. Оним *Белорусский* (*Белорусская*) соотносится с лексемой *белорусский* ‘имеющий отношение к Беларуси’. Прагматоним *Венгерский* происходит от апеллятива *венгерский* (от хоронима *Венгрия*). Оним *Варшавки* (сосиски, сардельки) мотивирован ойконимом *Варшава*. Название *Финская* соотносится с адъективом *финская*, от хоронима *Финляндия*; прагматоним *Мазовецкая* – с топонимом *Мазовецкий* (Польша), оним *Женевская* – с лексемой *женевская*, от ойконима *Женева*. Название *Подмосковная* соотносится с топонимом *Подмосковье*. Наименование *Кремлевский* мотивировано онимом *Кремлевский*, соотносящимся с годонимом *Кремль*, который может ассоциироваться с продукцией высшего качества. Названия других изделий отсылают к гастрономическому разнообразию Италии: *Итальянская сырокопченая*, *Венецианская Престиж сыровяленая*, *продукт сырокопченый из говядины Тоскано*. Используются ассоциации и с другими странами и красивыми местами: *Финский сервелат*, *Тирольская сырокопченая*, *продукт из говядины сырокопченый Санторини*. Оним *По-европейски* соотносится с апеллятивом *европейский* ‘относящийся к Европе’. Следует отметить, что данная лексема зафиксирована в 10 наименованиях продукции.

В единичных случаях к этой лексеме добавляется адъектив *новый* (рулет *Европейский новый*). Часть прагматонимов мотивирована топонимом *Мозырский*, который указывает на местность, которая воспринимается как известная, привычная и родная. Такие компоненты в названиях, как *Российский* или *Греческий* ассоциируются с качеством товаров из соответствующих стран, что также привлекает покупателей.

Немногочисленную группу, около 4 %, составляют названия продуктов, в составе которых нет проприальной группы: *штик боковой несоленый, полуфабрикат из свинины для первых блюд, полуфабрикат мясной крупнокусковой, колбаски для гриля, рагу свиное*. Примерно в 7 % исследуемых названий используются лексемы на белорусском языке: *хлеб «Чараўнік» с семечками новый, сладости мучные Кветочка*.

### Заключение

Таким образом, прагматонимы содержат сознательно созданную или интуитивно возникающую связь между наименованием и объектом, понятием или образом, который вызывает у потребителя продукции определенные мысли и ассоциации. Такие онимные единицы представляют собой сочетание номенклатурного компонента (как правило, идентификатора и квалификатора) – *колбаса вареная*. Вторым компонентом прагматонима является проприальная группа, указывающая на вкусовые особенности, ассортимент, качество продукции, на ассоциации с определенными географическими названиями (*йогурт Греческий классический, йогурт Греческий манго-чий*). Данные ономастические единицы содержат связь между наименованием и объектом, понятием или образом, который вызывает у потребителя продукции определенные мысли и ассоциации. Отличительной чертой является использование однотипных лексем для наименования ряда мясных, молочных и хлебобулочных продуктов (*молоко Мозырское, кефир Мозырский, сметана Мозырская*). Определение семантических особенностей прагматонимов способствует выявлению частотных апеллятивов, указывающих на особенности менталитета носителей языка определенного региона.

### СПИСОК ОСНОВНЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1988. – 199 с.
2. Соболева, Т. А. Товарные знаки / Т. А. Соболева, А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1986. – 176 с.
3. Горбаневский, М. В. Русская городская топонимия: проблемы историко-культурного изучения и современного лексикографического описания : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Горбаневский Михаил Викторович ; Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина. – М., 1994. – 39 с.
4. Исангузина, И. И. Прагматонимы в ономастическом пространстве: семантический, лингвокультурологический и синтаксический аспекты (на примере названий кондитерских изделий) / И. И. Исангузина – Вестник Башкирского университета. – 2008. – № 4. – С. 990–993. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmatonimy-v-onomasticheskom-prostranstve-semanticheskij-lingvokulturologicheskij-i-sintaksicheskij-aspektu-na-primere-nazvaniy> (дата обращения: 19.05.2025).
5. Годуйко, Л. А. Ономастикон Брестчины : электронный учебный словарь для студентов филологических факультетов : в 3 ч. / Л. А. Годуйко, О. Б. Переход, О. А. Корабо ; под ред. Л. А. Годуйко. – Брест : БрГУ, 2018. – Ч. 1 : Прагматонимия: названия продовольственных товаров. – 150 с.

Поступила в редакцию 30.05.2025

E-mail: [alena.kavaliova@gmx.de](mailto:alena.kavaliova@gmx.de); [olgasokolovskaya2023@mail.ru](mailto:olgasokolovskaya2023@mail.ru)

A. V. Kavaliova, O. G. Sokolovskaya

### PRAGMATONYMS OF EASTERN POLESIE: SEMANTIC ASPECT

The article deals with the most frequent toponymic stems of the names of trade products in the region. Pragmatonyms, which are at the border of the onomastic field, are also an essential part of the onomastic space. These onymic units can be a combination of a nomenclature component (as a rule, an identifier and a qualifier). The second component of the pragmatonym is a proprietary group, indicating the flavour characteristics, range of goods, and quality of the product, as well as associations with certain geographical names. These onomastic units have a connection between the name and an object, concept, or image that evokes certain thoughts and associations.

Keywords: onym, onomastic area, pragmatonym, qualifier, proprietary group, appellative.