

Зимовець Г. В.,

Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАНУ

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЛАСНИХ НАЗВ

Статтю присвячено розглядові структури лексичного значення власних назв, а саме обґрунтуванню наявності у них сигніфікативного компонента. Крім того, висвітлено специфіку мотивації та семіотичні особливості ергонімів.

Ключові слова: *значення, референт, сигніфікат, мотивація, ергонім*

The article deals with the structure of lexical meaning of proper names, i.e the author argues for presence of a sense component in their meaning. Typical patterns of ergonims lexical meaning are reviewed, as well as their semiotic status.

Key words: *meaning, referent, sense, motivation, ergonim.*

У загальнотеоретичному плані актуальним залишається питання семантичного або асемантичного статусу власних назв. Як відомо, власні назви є особливою лексичною категорією, специфіка якої полягає в називанні індивідуальних, зокрема унікальних об'єктів. Однак наявність у них лексичного значення має дискусійний характер, що зумовлене відсутністю загальноприйнятої концепції мовного знаку. Запропоноване Ф. де Со-ссюром визначення значення як зв'язку між акустичним образом і поняттям, на перший погляд, дає підстави поставити під сумнів віднесення власних назв до повноцінних мовних знаків з огляду на відсутність у них сигніфіката. Як відомо, значення слова містить денотативний (референтний) і сигніфікативний компоненти. Власні назви, безумовно, називають відповідний референт. Як зазначав А. А. Реформатський: "Власні назви гіпертрофовано номінативні: вони покликані називати, в цьому їхнє призначення" [5, с. 66]. Певний одиничний референт отримує індивідуальне мовне вираження, тобто мовний знак відсилає до зовнішнього по відношенню до мови об'єкта (*aliquid stat pro aliquo*), завдяки чому стає можливою комунікація. Наявність у власних назв сигніфікативного компонента значення натомість ставилася під сумнів багатьма лінгвістами, зокрема А. О. Білецьким, Ю. О. Карпенком, А. А. Реформатським, А. С. Суперанською, А. А. Уфімцевою. Щоби відповісти на питання про наявність/відсутність у структурі значення власної назви поняття, потрібно чіткіше визначити, що ми розуміємо під сигніфікатом лінгвістичного знака, тобто поняттям, яке представлене у тій або іншій мовній картині світу.

Ключ до вирішення проблеми семіотичного статусу власних назв, на нашу думку, лежить у відмові від занадто категоричного протиставлення мови та мовлення, синхронії та діахронії. Асемантичний статус власних назв обґрунтовується власне щодо рівня мови, а не мовлення, оскільки в

практичному спілкуванні пропріативи безумовно передають значення, мають здатність виражати значну кількість конотацій, свідченням чого є функціонування власних назв у художній літературі, де вони є одним із істотних виражальних засобів. У діахронічному аспекті значення власних назв також мотивується сигніфікатом або денотатом покладених в їх основу апелятивів.

На підставі наявності у носіїв мови певних асоціацій (конотацій), пов'язаних з тими або іншими власними назвами, була сформульована концепція енциклопедичного значення власних назв, тобто репрезентації ними знань, які лежать поза межами мовної системи [3, с. 333]. У зв'язку з цим ми би хотіли висловити декілька коментарів. Енциклопедичне значення передбачає віднесення референта власної назви до певного класу предметів, а також включає епістемічний компонент, тобто знання сутності певного об'єкта, його характеристик, способу функціонування. Відповідно до цього підходу поняття власної назви опосередковується самим референтом. Однак подібну ситуацію спостерігаємо також у семантиці загальних назв, оскільки, як відомо, класифікація та характеризовування є базовими, первісними ментальними процесами. Сигніфікат апелятивної лексики також є функцією досвіду та уявлення про денотат. При цьому звертає на себе увагу той факт, що за апелятивами не завжди стоїть особистий досвід мовця. Наприклад, коли йдеться про назви екзотичних фруктів або видів спорту, виробничих процесів, відсутніх у горизонті життя конкретної особи, значення апелятива відзначається умоглядними рисами, втрачаючи будь-яку чуттєву конкретику, що також має місце в разі власних назв, які перебувають поза життєвим досвідом мовця. Крім того, екстенціонал та інтенціонал назв відомих мовцю денотатів також не відзначається сталістю та постійною визначеністю. Зокрема, розуміння апелятива *комп'ютер* передбачає значний обсяг енциклопедичних знань з тенденцією до їх постійного розширення.

Як одна з підстав для позбавлення власних назв сигніфікативного компонента значення розглядається відсутність у них мотивування в межах мови. На думку А. С. Суперанської, зв'язок власних назв з поняттями апелятивів, які їх утворили, наближається до нуля, а з поняттям позначуваних предметів він має місце лише опосередковано через предмет [8, с. 136]. Однак існує й протилежний погляд на проблему, відповідно до якого за ономастичним знаком слід шукати "тіньові трикутники", тобто значення відповідного мотивуючого апелятива [10]. Відбір мотивуючої ознаки, звичайно, не має прямолінійного характеру. Серед власних назв зростає порівняно до загальних назв роль номінатора, що висуває потребу враховувати прагматичний фактор, значення якого для власних назв є істотним. "Саме існування численних мотиваційних ознак та найнесподіваніших їх комбінацій у сфері сучасного ономастикону слугують, на нашу думку, найпереконливішим свідченням на користь вагомості індивідуального компонента в природі власної назви. Адже за

творцем власної назви залишається індивідуальне право вибору піддаватися чи не піддаватися впливу певної ідеології, моди, релігії чи конфесії, а також глобалізаційних тенденцій” [1, с. 26]. Крім того, далеко не всі загальні назви мають мотив, адже деякі питомі слова їх втратили, а запозичена лексика, як правило, позбавлена внутрішньої форми.

Таким чином, енциклопедичність та відсутність мотиву самі по собі не пояснюють різниці між власними та загальними назвами. Єдина відмінність між ними полягає в одиничності та множинності позначуваних референтів. При цьому саме одиничний характер власних назв висувається як аргумент на користь твердження про відсутність у останніх сигніфікативного компонента значення [2; 8]. Проте слід відзначити, що виникають проблеми чіткого розмежування сингулярності та плюральності. До перехідної зони належать, зокрема, катайконіми, назви рослин, тварин, номенклатура тощо.

Як відомо, сигніфікативне значення формується в результаті узагальнення, що, на перший погляд суперечить індивідуальності власних назв. Повертаючись до положень лінгвосеміотики Ф. де Соссюра, знаходимо в ній пояснення терміна “поняття” через значимість, яка виникає в самій мовній системі. “У всіх цих випадках ми, відповідно, знаходимо замість заздалегідь даних понять значимості, які впливають із самої системи мови” [7, с. 149]. На наш погляд, витлумачення сигніфіката як значимості відкриває можливості для неконфліктної інтерпретації власних назв у лінгосеміотиці як повноцінних мовних знаків, оскільки їхнє значення є функцією існуючих у мові відношень. Значення власних назв виникає в сітці парадигматичних відношень лексичної системи, оскільки воно формується як похідна гіпо-гіперонімічних зв’язків. Крім того, власні назви набувають усіх категоріальних властивостей іменника та відповідних його розрядів (наприклад, істота/неістота).

Як вже зазначалося, у процесі номінації одиничних об’єктів у ряді випадків простежується наявність мовного мотиву, що включає пропріальну лексику в чисто мовну мережу значень, створюючи мовний портрет того або іншого референта. Дійсно, у разі питомих топонімів можна спостерігати мотивованість через фізичні або часові характеристики референта (річка *Бистриця*, міста *Новоград-Волинський*, *Кам’янець-Подільський*). У цьому разі має місце чіткий зв’язок з апелятивом, який виступає як уточнююча характерологічна ознака до гіпероніма. В інших випадках понятійна віднесеність власної назви має подвійний характер: з одного боку, вона дійсно опосередковується самим референтом, включаючись у відповідний гіперонімічний клас (гори, річки, люди тощо). З іншого боку, власна назва відсилає до сітки зафіксованих у мові значень або культурних смислів. Зокрема, вибір імені дитини відображає, у першу чергу, ознаку статі, а також є соціальним і хронологічним маркером його носія. Таким чином, власні назви виступають в епіс-

темічній та гносеологічній функції, фіксуючи життєвий досвід представників мовної спільноти. Крім того, вони активно входять до парамеологічного фонду мови, даючи оцінку тих або інших референтів: *язик до Києва доведе, перейти Рубікон* тощо. Непрямим доказом наявності сигніфікативного значення у власних назв є практика масового перейменування топонімів у Радянському Союзі, що мало на меті змінити сітку закріплених саме у мові смислів та асоціацій, пов'язаних з тими або іншими географічними об'єктами.

Вищезазначені аргументи, на нашу думку, свідчать про наявність у власних назв обох компонентів лексичного значення. Специфіка їхнього сигніфікативного компонента полягає в тому, що до нього в повному обсязі входить сигніфікат родового поняття, модифікований тими або іншими інтенціональними та екстенціональними елементами, які виражаються внутрішньою формою та мотивом номінації. До екстенціональних компонентів належать, зокрема, географічне розташування, прив'язка до конкретної особи, епохи тощо. Інтенціонал власних назв включає складні смисли, що сформувалися в певній культурі і відсилають до вторинних моделюючих систем. Загальномовний сигніфікативний компонент власної назви передбачає її включення до відповідного гіперонімічного класу з усіма його граматичними та семантичними характеристиками, зокрема лексичною сполучуваністю.

Отже, будучи за формою мовними знаками, власні назви фактично є прямо дотичними до складної семіотичної системи – культури. Навіть у тих випадках, коли власні назви мають прозору мотивацію характерологічного типу (назви підприємств “*Сільпо*”, “*Дніпроводгосп*”, озеро *Лисове*), вони містять інтенціональний компонент, оскільки відображають зафіксовану в мові тенденцію епохи. У радянські часи посилення аббревіації як стратегії номінації було зумовлене саме характеристиками мови революції, на сучасному етапі змінився вектор моди в напрямі інтенсифікації процесу іншомовних запозичень. Ще яскравіше зв'язок сигніфікативного значення власних назв із вторинними моделюючими системами спостерігається у символічних пропріативах, тобто у випадках, коли референт позбавлений характеристик, які притаманні первинному мотиватору. Так, надання референтам назв на кшталт колгосп *ім. ХХ з'їзду партії*, місто *Ленінабад* включало їх до відповідної системи цінностей, оскільки мотиватори взагалі не були дотичними до відповідного референта. Власні назви, утворюючись від апелютивів, переймають ті конотації, які є актуальними в культурі на момент найменування.

Унаслідок перенесення власної назви до нової культури (запозичення) може відбуватися її деєтимологізація. Однак при цьому стирається власне внутрішня форма, тобто зв'язок із мотиватором, інші компоненти сигніфікативного значення зберігаються – узагальнення уявлення про відповідний референт, його місце та роль. Тобто до сигніфікативного компонента значення власної назви входить значення загальної назви, яке супроводжу-

ється додатковими уявленнями про одиничний референт, що має на меті виокремити його з-посеред цілої низки інших однотипних референтів.

Нові власні назви є безумовно мотивованими з позиції номінатора. З позиції адресата ситуація натомість є дещо відмінною, тому виникає потреба врахування прагматичного аспекту – дихотомії між мовцем та адресатом, що знімається на рівні мови. Фактично така прагматична зумовленість власних назв перешкоджає їхній інтерпретації з позиції системи мови, що, можливо, і було однією з причин, чому ця категорія вважалася позбавленою сигніфікативного компонента. Кількість смислів, які стоять за певною власною назвою, значно варіює в мовній спільноті. Навіть типові соціологічні маркери не можуть чітко окреслити смисли, які стоять за власними назвами, тому визначення ядра їхнього значення істотно ускладнюється.

Особливо чітко проступає сигніфікативний компонент значення власних назв у ергонімів, до яких традиційно відносять назви підприємств, компаній тощо [4, с. 151]. Номінатор при цьому ставить перед собою ціль здійснення впливу, у в. т. ч. й мовного, на потенційних адресатів своєї продукції, істотним компонентом чого є створення нових смислів. Специфіка ергонімів як особливого різновиду мовних знаків полягає в тому, що вони мають не стихійний, а плановий характер (так звана штучна номінація).

Як зазначалося, істотним компонентом сигніфіката власної назви є її індивідуалізація за допомогою вказівки на істотні риси референта. За нашими даними, основними мотиваторами у разі описових характеризуючих ергонімів України виступають такі: предмет діяльності (“*Вина України*”, “*Кераміка*”, “*Абразив*”, “*Контракту-аудит*”); сфера діяльності (“*Авіа*”, “*Агро*”); адресат діяльності (“*Ласуня*”, “*Романтик*”, “*Стрілець-2000*”); адресант (“*Дантист на Подолі*”, “*Наш доктор*”); місце здійснення діяльності (“*Друкарський двір*”, “*Квіткова садиба*”); організаційна форма діяльності (“*Укрзернохолдинг*”, “*Ксероцентр*”). На нашу думку, у цьому випадку відношення між означуваним (підприємством) та означником (апелятивом) встановлюється шляхом метонімії, оскільки загальні назви, використані у функції мотиваторів, входять до фрейму (сценарію) господарської діяльності відповідного суб’єкта. Подібні номінації є прозорими з точки зору адресата, що виключає можливість їхньої двозначної інтерпретації. Проте їхня здатність створювати нові символічні смисли наближається до нуля, що зменшує ступінь персуазивного впливу на потенційного адресата. Серед метонімічних назв значний потенціал впливу спостерігаємо в імен, створених шляхом синекдохі від апелативів, які входять до різних тематичних полів, пов’язаних із діяльністю суб’єкта (“*Автограф*”, “*Сирена*”, “*Отава*”).

Відношення між ергонімом та вихідним апелятивом може відзначатися також складнішим характером, зокрема включаючи процеси метафоризації або символізації. Під метафорою ми розуміємо такі випадки перенесення значення, коли наявне порівняння суб’єкта діяльності з іншим

референтом (“*П’ятий океан*”, “*Сахара-плюс*”, “*Криниця*”). У разі символу ергонім відсилає швидше до конотацій апелятива, культурно обумовлених смислів, етнічних концептів тощо. Фактично в цьому разі значення базуються вже на вторинній моделюючій системі. Тобто в разі ергонімів маємо відповідно третинну моделюючу систему. Типовими тематичними групами апелятивів, від яких утворюються символічні власні назви, є такі: назви рослин (“*Едельвейс Плюс*”, “*Крокуси*”, “*Арніка*”), назви тварин (“*Білий ведмідь*”, “*Чорний беркут*”, “*Оса*”), назви каменів (“*Агат*”, “*Кристал Лайн*”, “*Сапфір Траст*”), космічні терміни (“*Орбіта-сервіс*”, “*Сатурн-Україна*”, “*Астероїд*”), назви літер грецького алфавіту (“*Омега-авто*”, “*Альфа-метал*”, “*Дельта-А*”), терміни мистецтва (“*Акорд*”, “*Камертон*”, “*Вернісаж*”), морські терміни (“*Галеон*”, “*Компас*”, “*Лагуна*”), військові терміни (“*Легион*”, “*Салют*”, “*Центуріон*”), хімічні терміни (“*Октан*”, “*Радон*”) тощо. Крім апелятивів, символічні ергоніми утворюються шляхом трансонімізації від прецедентних назв (“*Земля і воля*”, “*Золоте руно*”, “*П’ятий елемент*”), міфонімів (“*Кронос-лtd*”, “*Меркурій-центр*”, “*Одісея-тур*”), топонімів (“*Атлантик*”, “*Корінф*”). Безумовно, що використання ергонімів з умовно-символічною мотивацією має як свої плюси, так і мінуси. Їхнім сильним боком є значний потенціал впливу на адресата завдяки використанню значної кількості асоціацій. Проте, з іншого боку, переважання конотацій в мотивуванні ергоніма ставить обмеження для глобального поширення назви з огляду на міжкультурні відмінності в спрямованості та обсязі конотацій, наявності / відсутності тих або інших концептів у різних культурах, що мінімізує персуазивний вплив подібних ергонімів.

Частою стратегією утворення ергонімів виступає використання чисто конотативних значень, зокрема аксіологічної лексики. У цьому випадку як означник виступає зафіксована в мові система оцінок і позитивних конотацій, тобто мотиватором є не денотативний компонент значення апелятива, а його конотації: “*Надійний компаньйон*”, “*Нова ера*”, “*Професійні системи*”, “*Смачний хліб*”.

Таким чином, створення нового смислу в різних ергонімах варіює від простого метонімічного переносу до складних семантичних зв’язків, опосередкованих не лише системою мови, але і всією культурою, яка стоїть за нею.

Певну проблему в аспекті витлумачення мотивованості становлять ергоніми – нові слова, які, на перший погляд, перебувають поза межами мовної системи, на кшталт “*Новекс*”, “*Ерготек*”, “*Юрек*”. Такі випадки, зокрема, розглядаються як ергоніми, що містять так звані фінали та ініціали [6]. Ці власні назви побудовані за аналогією до відповідних абрєвіатурних ергонімів (“*Южстрасервіс*”, “*Чорномортехфлот*”), утворених від атрибутивних словосполучень. Їхнє семіотичне витлумачення, на наш погляд, також можна провести, спираючись на сформульоване Ф. Соссюром

поняття значимості. Такі новотвори легко піддаються об'єднанню в один клас на підставі наявності в їхньому складі елементів, що повторюються. Тому саме типові фінали й ініціали (ергономічні компоненти) сигналізують про те, що певна лексема входить до ергономікону. Присутність подібних компонентів допомагає ідентифікувати лексему як комерційну назву, полегшуючи розуміння змісту повідомлення адресантом. У цьому випадку означником ергоніма виступає морфологічна система мови.

Крім вищезазначених семіотичних особливостей ергонімів, слід вказати також на їхній подвійний статус у плані входження до різних семіотичних систем. З одного боку, вони є мовними знаками в розумінні лінгвосеміотики, вступаючи в сітку взаємовідношень у межах мовної структури, а з іншого боку, ергоніми заміщаються в деяких випадках графічним невербальним знаком – логотипом. Таким чином, ергоніми як знаки засновуються на різних семіотичних системах, що, очевидно, потрібно витлумачувати їхньою ілюкативною спрямованістю на створення у адресата (комунікантів) стійкого образу колективного суб'єкта з метою досягнення поставлених економічних цілей, що зумовлює необхідність породження максимально можливої кількості асоціативних зв'язків та нав'язування адресату позитивної оцінки відповідного референта.

Література:

1. Белей О. Трансформація українського ономастикону посттоталітарно-го періоду на загальнослов'янському тлі / О. Белей. // *Slavica Wratislaviensia*. – CXLV. – 2007. – 201 с.
2. Белецкий А. А. Лексикология и теория языкознания / А. А. Белецкий. – К.: Изд-во КГУ, 1972. – 211 с.
3. Болотов В. И. К вопросу о значении имен собственных / В. И. Болотов // *Восточнославянская ономастика*. – М.: Наука, 1972. – С. 333-345.
4. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М.: Наука, 1988. – 192 с.
5. Реформатский А. А. Введение в языковедение / А. А. Реформатский. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 536 с.
6. Соболева Т. А. Суперанская А. В. Товарные знаки / Т. А. Соболева, А. В. Суперанская. – М.: Наука, 1986. – 176 с.
7. Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию / Ф. де Соссюр. – М.: Прогресс, 1977. – 696 с.
8. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – М.: Наука, 1973. – 366 с.
9. Уфимцева А. А. Лексическое значение: Принципы семиологического описания лексики / А. А. Уфимцева. – М.: Наука, 1986. – 240 с.
10. Morărașu N. N. Dickensian Fiction Names in Verbal and Non-verbal Signifying Systems / N. N. Morărașu. // *Semiotics beyond Limits. Proceedings of the 1st ROASS Conference*. – Moldova Bacău/Slonir, 2006. – 625-633 p.