

С.Н. ВОЛКОВА
(Смоленск)

**ПЕРИФЕРИЙНЫЕ ОНИМЫ
В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ
(прагмонимы в романе О. Ермакова
«Знак зверя»)**

*На материале романа современного
русского писателя О. Ермакова «Знак зверя»
рассматривается один из значимых периферийных
разрядов имен собственных – прагмонимы.
Анализируются функции указанных онимов
в художественном тексте, выявляется их роль
в конкретном произведении военной тематики.*

Ключевые слова: *О.Н. Ермаков, роман «Знак зверя»,
периферийные онимы, прагмонимы, функции
онимов в художественном тексте.*

Все имена собственные (ИС) в художественном произведении тесно связаны и представляют собой систему, в которой любая единица значима. Изучая художественный текст, несомненно, необходимо рассматривать все типы онимов в их взаимодействии, т.е. комплексно анализировать ономастикон [8].

Одним из способов исследования любой системы ИС является полевой подход, с точки зрения которого выделяются ядро, околоядерное пространство и периферия. Ядром ономастического пространства являются антропонимы, околоядерными элементами – мифонимы, теонимы и зоонимы. Топонимы и космонимы имеют дисперсное ядерно-периферийное положение. Периферия включает *гемеронимы* – названия органов периодической печати, *фалеронимы* – названия орденов, медалей, *геортонимы* – названия праздников, *документонимы* – названия разного рода документов, *прагмонимы* – названия объектов прагматической деятельности, *эргонимы* – названия деловых объединений людей и т.д. [17, с. 6].

Следует отметить, что в настоящее время исследуются в основном ядерные и околоядерные онимы, периферийные ИС чаще всего остаются вне сферы интересов ученых, а если и рассматриваются, то в основном в качестве фона при комплексном исследова-

нии ономастиконов отдельных произведений [10; 13; 4]. Анализируются они, как правило, не с лингвистических позиций, а с историко-культурологических, страноведческих.

Однако некоторые исследователи, в частности представители Волгоградской ономастической школы (И.В. Крюкова, В.В. Бардакова и др.), уделяют большое внимание изучению периферии художественного текста [11; 2]. Так, И.В. Крюкова считает, что «периферийные онимы согласно замыслу авторов являются важными, частотными и функционально нагруженными элементами художественного текста», и выделяет следующие периферийные онимы: названия предприятий (эргонимы), средств массовой информации (гемеронимы), праздников и мероприятий (геортонимы), товаров (прагмонимы), транспортных средств (порейонимы), наград, орденов, премий (фалеронимы), названий художественных произведений (идеонимы). По словам исследователя, это «практически вся “закавыченная” часть ономастического пространства» [11, с. 96–97]. Мы присоединяемся к данному мнению и считаем, что именно «периферический» сегмент ономастического пространства требует более серьезного изучения. В настоящей статье мы предлагаем анализ одного из видов периферийной проприальной лексики (прагмонимов) на материале романа О. Ермакова «Знак зверя» (1992 г.) – одного из первых в русской литературе произведений об афганской войне. Вернувшись в 1983 г. из Афганистана в родной Смоленск, Олег Ермаков начал писать о том, что увидел и прочувствовал за два года службы в далекой стране. В 1989 г. в журнале «Знамя» появились его «Афганские рассказы», в 1992 г. там же был опубликован роман «Знак зверя». Все, о чем писал начинающий автор, было правдиво и реально; так мог писать только очевидец. Г. Бакланов утверждал, что «Знак зверя» – «это – лучшее, самое глубокое, что о ней (афганской войне. – С.В.) написано» [1, с. 55].

Показать реалии военной жизни помогают автору в том числе и периферийные онимы. В частности, в произведении о войне востребованы названия различных видов техники: транспортных средств и оружия. Ко-

нечно, часто эти ИС лишь создают фон для реалистичного изображения войны, однако нередко они являются важными, функционально значимыми компонентами текста. При этом периферийные онимы выполняют информационно-стилистическую и эмоционально-стилистическую функции [7, с. 37].

В романе О. Ермакова «Знак зверя» употребляется 7 названий различных видов техники (транспортных средств и оружия): «Боинг», «Ту-154», «Ми-6»/«Ми-8»; «Тойота», поезд «Ташкент – Москва»; «Град», пистолет Макарова. Большинство из них можно считать – в широком смысле – словесным товарным знаком, под которым понимается словесное обозначение марки товара, в равной степени относящееся к каждому экземпляру в данной серии и ко всей серии в целом [12, с. 127]. Иначе говоря, товарные знаки – это слова, обозначающие предметы, которые поступают к потребителю [14, с. 194]. В науке нет единого мнения по поводу принадлежности словесных товарных знаков к именам нарицательным или собственным, поскольку в них в равной мере сочетаются лексические свойства, присущие и тем, и другим [15; 3; 16]. В ряде аспектов словесным товарным знакам аналогичны *фирменные названия*. Словесные товарные знаки нередко называют *товарными марками*. Выделяя такие ИС в отдельную группу ономастики, З.П. Комолова предлагает обозначать их термином *прагмоним* (от греч. прагма «вещь, товар») [9]. В таком же значении использует этот термин и И.В. Крюкова [11, с. 97].

В настоящее время словесные товарные знаки (прагмонимы) чаще всего рассматривают как лексическую группу, занимающую промежуточное положение между именами собственными и нарицательными и составляющую крайнюю зону периферии ономастического пространства [6, с. 15]. Однако мы считаем, что подобную лексику условно можно отнести к разряду ИС. В пользу этого говорит устоявшаяся традиция писать их с прописной буквы и в кавычках. Возможно, еще одним доводом является существование традиционных способов номинации подобного типа продукции. Например, в названиях самолетов обычно отражается имя конструктора, в названиях автомобилей – фиксируются наименования выпускающих их фирм и т.д. [14, с. 194].

Проиллюстрируем наши положения анализом прагмонимов из романа О.Н. Ермакова «Знак зверя»: *Рядом, за колючей проволокой, был аэродром <...> то и дело с аэродро-*

ма взлетали вертолеты и пятнистые зелено-песочные истребители; иногда на взлетную полосу выруливали «Боинги», а под вечер в небо поднялся бело-голубой «Ту-154» [5, с. 370]. В официальном серийном названии самолета «Боинг» закреплено наименование выпускающей его фирмы. Сама компания получила название по имени своего основателя – У. Боинга*. *Ту-154* – наименование самого массового советского пассажирского самолета на маршрутах средней дальности, разработанного в 1960-х гг. в СССР в конструкторском бюро Туполева. Самолет назван по имени выдающегося советского конструктора авиационной техники А.Н. Туполева, который организовал и возглавил это конструкторское бюро в 1922 г. [21]. Название самолета представляет собой инициальную аббревиатуру, сочетающуюся с номером.

В приведенной выше цитате из романа, где встречаются онимы «Боинг» и «Ту-154», описывается кабульский аэродром. Благодаря онимам читатель узнает, что, кроме советских «Ту-154», аэродром обслуживал и самолеты некоторых иностранных авиакомпаний; сам Ермаков рассказал нам в письме, что это были индийские и пакистанские авиакомпании**. Кстати, при употреблении названия советского самолета автор указывает на одну деталь – *бело-голубой* цвет «Ту-154». Затем писатель дважды, не называя самолета, а указывая лишь на его цвет, дает возможность понять, о каком летательном аппарате идет речь: *А к бело-голубому самолету причаливает трап. <...> И от самолета отъезжает трап, бело-голубое судно отправляется в путь и, густо гудя, поднимается со дна, стремительно всплывает* [5, с. 379–380].

В романе упоминаются названия советских вертолетов *Ми-6* и *Ми-8*, которые также представляют собой инициальную аббревиатуру, сочетающуюся с номером. В данных прагмонимах отражено имя авиаконструктора М.Л. Миля, который руководил коллективом конструкторского бюро по вертолетостроению, где и были созданы эти вертолеты в конце 1950-х – начале 1960-х гг. [5]. Контекстное использование этих данных помогает автору передать детали и реалии военной жизни: *У дем-*

* В 1916 г. американец У. Боинг зарегистрировал компанию по производству самолетов под именем *Pacific Aero Products*. Годом позже она сменила название на *Boeing Airplane* [4].

** Мы поддерживаем переписку с О.Н. Ермаковым и поэтому имеем возможность консультироваться с ним по различным вопросам употребления ИС в романе.

белей уже все было готово <...> а в небе все не появлялись **тяжелые и громоздкие Ми-6, груженые новобранцами** [5, с. 337]. «Ми-6» – это, на самом деле, тяжелый военный транспортный вертолет. Еще пример: *Под вечер прилетели два Ми-8, один приземлился и принял на борт раненых с перебинтованными головами, руками и ногами, вертолет поднялся, и обе стрекочущие машины потянули на запад* [5, с. 157]. Ми-8 – это многоцелевой вертолет, надежный, неприхотливый и удобный в эксплуатации; в Афганистане он действительно часто использовался в санитарных целях (для перевозки раненых).

В названии автомобиля «Тойота», использованного в романе, зафиксировано именование выпускающей фирмы: *Появилась первая встречная машина. Это была бело-желтая «Тойота», набитая людьми в чалмах* [5, с. 141]. Контекстное окружение оного акцентирует внимание на том, что автомобиль принадлежал не советским военным служащим, а местным жителям.

Крупнейшая японская автомобилестроительная корпорация «Toyota Motor Corporation» была основана в качестве самостоятельной компании в 1937 г. Несмотря на то, что фамилия основателей компании звучит как *Тоёда*, для упрощения произношения и в качестве символа отделения деловой деятельности от семейной жизни компании было решено дать имя «*Тоёта*». В Японии название «*Тоёта*» считается более удачным, чем «*Тоёда*», т.к. слово «*Тоёта*», написанное катаканой (японской азбукой), состоит из 8 черт, а 8 воспринимается как число, приносящее удачу [22].

Как видим, все названные ИС передают информацию, значимую для раскрытия военного плана романа: показывают, какая военная техника использовалась на афганской войне, как были вооружены воевавшие стороны и т.д. Таким образом, реализуется информационно-стилистическая функция онимов.

Для номинации поездов используются географические названия, символизирующие путь следования [14, с. 193]. Так, в «Знаке зверя» встречается название поезда «*Ташкент–Москва*». Безусловно, этот оним нельзя считать прагмонимом; мы относим его к данной группе условно, т.к. это транспортное средство. Наименование поезда «*Ташкент–Москва*» контекстуально значимо, потому что его употребление в романе связано с дедовщиной: автор описывает традиционную в армии забаву старослужащих, когда новобранцев застав-

ляют «чухать и качать койку». Поезд с именно таким путем следования был особенно важен для солдат, служивших в Афганистане. Когда срок службы заканчивался, демобилизованные обычно летели из Кабула до Ташкента на самолете, а оттуда до Москвы ехали поездом. Таким образом, название поезда «*Ташкент–Москва*» символизировало для солдат (особенно старослужащих) приближение к Родине, возвращение домой. Не случайно предложения, в которых оно используется, наполнены семантикой движения к центру России: *Итак, поезд «Ташкент – Москва» отправляется. <...> Поезд «Ташкент – Москва» отправляется! <...> Поезд «Ташкент – Москва» прибывает в Оренбург. <...> Поезд «Ташкент – Москва» прибывает в Оренбург к первой высокой платформе* [5, с. 29]. «Деды» заставляют молодых солдат имитировать движение поезда и повторять фразы именно с этим названием. Итак, эпизодическое ИС оказывается в романе далеко не случайным. С одной стороны, оним передает пространственную информацию (информационно-стилистическая функция), с другой – через контекст автор дает оценку дедовщины, формирует отношение читателя к неуставным отношениям в армии (эмоционально-стилистическая функция онимов).

Употребленный Ермаковым оним «*Град*», называющий реактивную систему залпового огня, в контекстном окружении также реализует обе разновидности стилистической функции ИС в художественном тексте (информационно-стилистическую и эмоционально-стилистическую): *Реактивнички заряжали «Грады»; на одну установку приходилось что-то слишком много ракет, около сорока. Если каждая машина выпустит по сорок ракет... этого хватит, чтобы развеять по ветру целый город* [5, с. 167]. Комментируя объект, названный данным онимом, автор сначала вводит краткую, но важную информацию об этом оружии, а затем описанием возможных последствий его употребления «вызывает у читателя определенные чувства, формирует его отношение к изображаемому» [7, с. 37].

В «Знаке зверя» употребляется прагмоним *пистолет Макарова*: «*Проверим пистолеты*». Они (ст. лейтенант Александров и сапер Шурьгин. – С.В.) *обменялись пистолетами Макарова, осмотрели их, вынули обоймы с одним патроном, нажали на спусковые крючки, вернули обоймы на место* [5, с. 222]. *Пистолет Макарова* (неофициальные назва-

ния: *Макаров, Макар, Макарон, Макарыч*) – это название самозарядного пистолета, разработанного советским конструктором Н.Ф. Макаровым в 1948 г. [14]. Для образования словесного товарного знака, как это часто бывает, служат различные классы онимов, в данном случае – антропоним (имя-эпоним) *Макаров*. Эпоним – имя человека, чем-либо знаменитого; имя, которое послужило для образования любого другого онима [12, с. 150]. С его помощью достигается конкретизация и уточнение более общего понятия, выраженного в нашем случае номенклатурным словом *пистолет*. Обратим внимание на одну деталь. Пистолет Макарова с 1951 г. до настоящего времени служит личным оружием в советских и постсоветских вооруженных силах и милиции, именно поэтому Ермаков использует этот оним при описании дуэли двух советских офицеров. Как видим, прагмоним выполняет в романе информационно-стилистическую функцию: указывает на то, что офицеры советской армии были вооружены пистолетами Макарова, и это было типично.

Итак, проведенный анализ показал, что периферийные онимы действительно значимы в художественном тексте. Во-первых, они помогают автору реалистично и достоверно изобразить военную среду; во-вторых, являются фоном, на котором подлинно представлены военные афганские будни; в-третьих, с их помощью О. Ермаков выражает свое отношение и формирует отношение читателя к описываемым в романе событиям; в-четвертых, эпизодически употребленный периферийный оним зачастую оказывается в романе далеко не случайным: частично раскрывает идейный замысел автора (например, отражение дедовщины), характеризует героев (дуэль двух советских офицеров); в-пятых, периферийные онимы выполняют в основном информационно-стилистическую функцию, но некоторые из них (название поезда «*Ташкент–Москва*», название реактивной установки «*Град*») реализуют и эмоционально-стилистическую функцию.

Литература

1. Бакланов Г. Подводя итоги (главы из книги) // Знамя. 1997. № 10. С. 8–63.
2. Бардакова В.В. Ономастикон русской детской литературы // Альманах современной науки и образования // Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии и методика преподавания языка и литературы : в 3 ч. 2009. Ч. 3. №2(21). С. 17–19.
3. Березникова Р.Е. Место номенов в лексической системе языка // Имя нарицательное и собственное / АН СССР, Ин-т языкознания; отв. ред. А.В. Суперанская. М. : Наука, 1978. С. 42–58.
4. Боинг Уильям // Виртуальный авиационный справочник. URL : <http://www.airwar.ru/history/constr/foreign/constr/boeing.html>.
5. Вертолет Ми-6. История создания. URL: <http://www.mihelicopter.ru/rus/index.php?id=118>.
6. Вязовская В.В. Ономастика романа Н.С. Лескова «Соборяне» : моногр. Воронеж : Науч. книга, 2007.
7. Ермаков О.Н. Знак зверя. М. : Эксмо, 2006.
8. Исакова А.А. Эволюция прагмонимического пространства: структура, семантика, прагматика (на материале современной механонимии) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Краснодар, 2008.
9. Карпенко Ю.А. Имя собственное в художественной литературе // Филол. науки. 1986. № 4. С. 34–40.
10. Ковалев Г.Ф. Писатель. Имя. Текст. Воронеж : ВГУ, 2004.
11. Комолова З.П. Семантическая мотивированность прагмонимов (на материале товарных знаков СССР и США) // Проблемы семантики. М., 1974. С. 333–339.
12. Коротких С.А. Ономастика романа «Братья Карамазовы». Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2004.
13. Крюкова И.Ф. Функциональная нагрузка периферийных онимов в современном художественном тексте // Материалы юбилейной конференции, посвящ. 60-летию филол. фак. ВГУ. – Вып. 1: Языкознание. Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 2002. С. 96–102.
14. Пистолет Макарова. URL : <http://www.artgun.com/ognestrelnoe-oruzhie/pistolety/33-pm.html>.
15. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М. : Наука, 1988.
16. Скуридина С.А. Поэтика имени у Ф.М. Достоевского (на материале романов «Подросток» и «Братья Карамазовы»). Воронеж: Науч. книга, 2007.
17. Суперанская А.В. Аппеллятив – онома // Имя нарицательное и собственное / АН СССР, Ин-т языкознания; отв. ред. А.В. Суперанская. М. : Наука, 1978. С. 5–33.
18. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного / отв. ред. А.А. Реформатский. М. : Кн. дом «Либроком», 2009.
19. Суперанская А.В., Сталтмане В.Э., Подольская Н.В. [и др.] Теория и методика ономастических исследований / отв. ред. А.П. Непокупный. 3-е изд. М. : Кн. дом «Либроком», 2009.
20. Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал : дис. в виде науч. докл. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2000.
21. Туполев Андрей Николаевич. URL : http://warheroes.ru/hero/hero.asp?hero_id=10008.

22. Toyota Motor // Азиатский репортер: Деловые хроники Востока. URL : <http://asiareporter.ru/index.php/spravochnik/krupnejshie-kompanii-azii/185-toyota-motor.html>.

*Peripheral onyms in the artistic text
(pragmonyms in the novel
by O.Yermakov "Sign of Beast")*

Based on the material of the novel by a modern Russian writer O.Yermakov, there is regarded one of the significant peripheral categories of proper nouns – pragmonyms. There are analyzed the functions of the mentioned onyms in the fiction text, revealed their role in the particular text of military theme.

Key words: *O.N.Yermakov, novel "Sign of Beast", peripheral onyms, pragmonyms, functions of onyms in a fiction text.*

Н.Л. ШВЕДОВА
(Волгоград)

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ
ПРАГМАТОНИМОВ
В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ
МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

Характеризуются стилистические функции прагматонимов в текстах русской, американской и французской массовой литературы.

Ключевые слова: *массовая литература, продакт плейсмент, прагматонимы, рекламная функция, стилистическая функция.*

Главная цель рекламы, как известно, – привлечь как можно больше покупателей, склонить их к действию, соответственно, задача, стоящая перед создателями рекламы, – представить товар или услугу таким образом, чтобы потенциальный потребитель отдал предпочтение именно данному продукту. В условиях сформировавшегося устойчивого отношения российского населения к рекламе сделать это не так просто. Именно поэтому создатели рекламы вынуждены изобретать новые способы продвижения товаров и услуг. Одним из таких способов является product placement – раз-

мещение определенного товара, торговой марки или услуги в кино, теле- и радиопередачах, газетах и журналах, Интернете, литературе, т.е. во всех «продуктах», которые имеют сюжет и адресованы среднестатистическому потребителю [1]. В профессиональной литературе product placement принято обозначать аббревиатурой РР. В данной статье мы также будем придерживаться подобного обозначения.

В настоящее время в нашей стране набирает обороты технология применения РР в книжном бизнесе, что подразумевает размещение названий товаров или услуг в текстах массовой художественной литературы. Технология размещения РР в художественных произведениях проста – заказчик (производитель товара или услуги) может выбрать любого из предложенных на сайте того или иного издательства авторов, узнать, на какую аудиторию рассчитано данное художественное произведение, а затем договориться о включении своего продукта в рацион или гардероб героев.

РР в книгах имеет множество преимуществ – читатель принимает рекламу в том виде, в котором она есть, и не имеет возможности выбирать. Такую рекламу нельзя переключить, как на телевидении, или пропустить, как страницу в журнале. Кроме того, популярный автор, мнение которого является авторитетным для определенного круга читателей, способен повысить интерес к рекламируемой марке. Не случайно этот современный способ рекламирования товара привлекает внимание не только маркетологов, но и лингвистов, прежде всего ономастологов [4]. Ономастикон произведений массовой художественной литературы, в котором широко представлены не только классические имена собственные (антропонимы, топонимы, урбанонимы), но и имена собственные, активно развивающиеся в последние несколько десятилетий (словесные товарные знаки – прагматонимы, названия деловых объектов – эргонимы, названия средств массовой информации – гемеронимы и др.), является одним из актуальных объектов ономастических исследований. Для обозначения таких имен, как прагматонимы, эргонимы, гемеронимы и др. (обслуживающих сферу коммерческой деятельности человека), И.В. Крюкова предложила термин «рекламные имена» [2].

По нашим данным, наиболее активно в технологиях РР используются прагматонимы. Н.В. Подольская определяет прагматонимы