

КТО ОНА, «МУ-МУ» В ПРАГМАТОНИМАХ? WHO IS SHE – “MUMU” IN PRAGMATONYMS?

© 2019

Н.Д. Осипова

N.D. Osipova

В статье приведены разные точки зрения отечественных исследователей на положение прагматонимов в русском ономастическом пространстве. Показано, что, вопреки сложившемуся в современной ономастике мнению, будто в названиях конфет наблюдается строгая ориентация на мелиорацию (моделирование положительных эмоций), современные номинаторы, расширяя круг потенциальных потребителей, выходят за рамки мелиоративной лексики. Брендное наименование «Му-Му» охарактеризовано с ортологической точки зрения. Проанализированы точки зрения на происхождение данного прагматонима (на основе звукоподражания или использования литературного онима). Указаны новые прагматонимы, эксплуатирующие известный бренд (дериваты данного номена). С целью раскрытия ассоциативного потенциала прагматонимов описано явление языковой игры и его применение в практике номинации конфет (на примере актуализации прецедентной ситуации в прагматониме «Герасим и Му-Му»). Показано, что в данном случае обыгрывается контаминация нескольких значений онима «Му-Му». Выявлена и описана динамика осмысления данного прагматонима и его дериватов в российском ономастическом пространстве.

Ключевые слова: оним; прагматоним; бренд; названия конфет; отонимный прагматоним; прецедентный оним; ономастическое пространство; дискурс; номинатор; звукоподражание; ономатопоэзия; мелиорация; мелиоративная номинация; языковая игра; лингвокреативность; контаминация.

The article focuses on the pragmatonyms in Russian onomastics. It proves that in spite of the common opinion about ameliorative in the names of the candies, lately they have been given other names, too, and this has increased the number of customers. Brand name “Mumu” is characterized in terms of the ortology, described modern pragmatonyms which use popular brand (derivative of the nomen). Several ideas on the origin of the pragmatonym are analyzed (onomatopoeic theory principle or literary onym use). The paper gives the new pragmatonyms based on this brand (derivatives of this name). It describes the linguistic game and the ways it can be used when giving names to candies (as exemplified in the precedent situation foregrounding in the pragmatonym “Gerasim and Mumu”). In this case the contamination of several onym meanings “Mumu” is played upon. The dynamics of comprehension of the pragmatonym and its derivatives in the Russian onomastics is displayed.

Keywords: onym; pragmatonym; brand names of sweets; onymlike pragmatonym; precedent onym; onomastic area; discourse; nominator; onomatopoeic theory; onomatopoeia; amelioration; ameliorative nomination; linguistic game; linguistic creativity; contamination.

Под прагматонимом в современной отечественной ономастике понимают любое словесное обозначение (номен) сорта, марки, товарного знака [1, с. 110].

Яркие рекламные имена, которые метафорически описывают внешний вид и свойства изделия, при этом давая ему оценку, изучала Т.П. Романова [2]. Но существует и большое количество наименований-символов, не связанных с признаками товара [3, с. 68].

Прагматонимы – названия конфет изучали И.И. Исангузина и Ван Мяо. Исследование И.И. Исангузиной посвящено изучению названий разных кондитерских изделий (мороженого, печенья, шоколада), и в том числе конфет, в семантическом,

лингвокультурологическом и синтаксическом аспектах [4]. Интересна работа Ван Мяо, в которой дается сопоставительная характеристика названий конфет в русском и китайском языках [5]. Автор делит прагматонимы на тематические группы в соответствии с номинативными интенциями именуемого субъекта, учитывающего объект номинации и/или возрастные и национально-культурные особенности потенциального потребителя, отмечая при этом, что русские номинаторы чаще тяготеют к духовной культуре, ориентируясь при этом в большей степени на адресата-ребенка. Л.Е. Ермакова в связи с изучением разнообразных функций прагматонимов в рекламных текстах, показом их «мощного

манипулятивного потенциала» [6, с. 100] приводит в качестве примеров и названия конфет.

В настоящее время в номинациях конфет происходят динамичные процессы, на наших глазах изменяется языковая мода. Сказанное свидетельствует о новизне нашего исследования, объектом которого являются отонимные прагматонимы – названия конфет. Предмет рассмотрения в данной статье – прагматоним «Му-му» и другие названия конфет, эксплуатирующие это название.

Прежде чем перейти к характеристике прагматонима «Му-Му» и его дериватов, следует остановиться на более общих вопросах. Существует две точки зрения на место прагматонимов в ономастическом пространстве русских онимов. Согласно мнению В.И. Супруна [7, с. 12–17], ономастическое пространство делится на ядерную зону (в которой различаются собственно ядро – антропонимы и околядерное пространство, представленное антропонимоподобными единицами) и периферию (к которой относятся различные в структурно-семантическом отношении разряды имен собственных, обладающих чертами апеллятивно-онимического пограничья); прагматонимы следует отнести к периферийным единицам.

Этой же точки зрения придерживается Н.Л. Шведова, которая отмечает, что «для прагматонимов характерны слабые структурированность и системность, использование для обозначения однотипных объектов названий, разнообразных по структуре: аббревиатуры, многокомпонентные словосочетания и предложения, сочетания с буквенными и числовыми индексами. Прагматонимы недолговечны, орфографически не стабильны, подвержены влиянию языковой моды» [8, с. 7]. К периферийной зоне ономастического пространства относит прагматонимы и И.В. Крюкова [9], выделяя идентифицирующий, условно-символический и символический принцип номинации, отмечая при этом общее мелиоративное значение у всех прагматонимов.

Согласно второй точке зрения, которую высказывают некоторые ученые (И.И. Исангузина [4], О.Е. Яковлева [10] и др.), в последнее десятилетие отмечается смещение прагматонимов из периферии к ядерной зоне ономастического поля. Как представляется, говорить о подобном переходе с уверенностью можно лишь в рамках коммерческого дискурса, но не русского дискурса в целом.

Материалом для исследования послужили следующие наименования конфет, представленные на сайтах кондитерских фабрик и в свободном доступе в сети Интернет: «Му-Му» («Славянка», г. Старый Оскол), «Му-Му» (кондитерский концерн «Бабаевский», г. Москва), «Крошка Му-Му» («Ламзурь», г. Саранск), «Сливочная Му» («Невский кондитер», г. Санкт-Петербург), «Герасим и Му-Му» («Шоколадные традиции» (ранее «Столица», г. Новосибирск).

Как видим, название конфет «Му-му» использовалось в разное время и в разных вариантах несколькими кондитерскими компаниями. В 1990-е годы в связи с принятием Закона о товарных знаках [11] оно зарегистрировано как бренд кондитерской фабрикой им. К. Самойловой (г. Санкт-Петербург), хотя существовало еще в советское время (рис. 1). О советских конфетах вспоминают так: «Ириски – “Му-му” (квадратные, типа как бульонные кубики “магги”), “молочные”. Ничего особенного, кроме как вырванные из зубов пломбы» [12].

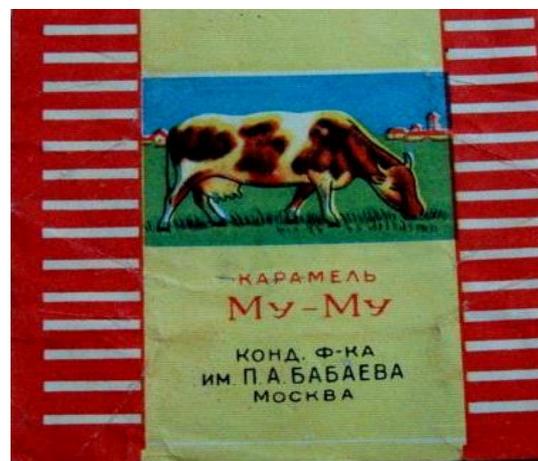


Рис. 1. Обертка конфеты «Му-Му», 1960-е гг.

Что же имели в виду номинаторы, называя изделие подобным образом? Попробуем разобраться.

Согласно основной версии, рассматриваемый прагматоним возник на основе звукоподражания. Не стоит забывать, что основная часть потенциальных потребителей конфет – дети, а в развитии детской речи (примерно от 1 года до 3 лет) немалую роль играют звукоподражательные слова: *Ав-ав* (собака), *Мяу-мяу* (кошка), *Пи-пи* (цыпленок), *Га-га-га* (гусь). Звукоподражание (ономатопея) – условное воспроизведение звуков природы (например криков птиц и других животных), рефлексивных восклицаний людей, звуков, производимых предметами, и т.п.; создание слов, звуковые оболочки которых в какой-то мере напоминают такие звуки (например в русском языке *мяу-мяу*, *ха-ха*, *тик-так*) [13, с. 456]. Эту точку зрения разделяет И.И. Исангузина: «Имея в виду именно детскую аудиторию, номинаторы черпают названия из мира, окружающего малыша, школьника, подростка. С этим, к примеру, связаны первые звукоподражательные названия конфет “Кис-кис”, “Кря-кря”, “Му-му” или мороженого “Сделай Ам!”» [4, с. 992]. Данная версия вполне логична и потому, что на обертках конфет данного наименования неизменно изображена корова.

Данную точку зрения подвергает сомнению Т.Н. Толстая: «Давно и привычно раздражаюсь при виде конфет “Му-Му”. Изображена корова. Но никто и никогда не передает мычание коровы как “му-му”. Так же как бляение овцы не обозначается звукоподражанием “бе-бе”» [14]. Писательница считает, что люди знают повесть И. Тургенева и должны понимать, что Муму – это кличка собаки, которую утопил глухонемой Герасим. С такой позиции изображение коровы на обертке конфет «Му-Му», конечно, выглядит как малая осведомленность номинаторов, что и высмеивает Т. Толстая в своем блоге на сайте «Живой Журнал». Т. Толстая приводит также пример прагматонима «Фру-фру», который в романе Л.Н. Толстого «Анна Каренина»

был кличкой погубленной лошади Вронского, а с лёгкой руки современных номинаторов стал названием фруктового мармелада. «Полтора года лет подряд это были собачка и лошадь. Две невинные жертвы людских страстей. Милые такие имена, и за обоими судьба и гибель. Теперь это кривая корова и недофрукт. Глупеем» [14], – подытоживает Татьяна Никитична.

Нужно заметить, что многие носители русского языка рефлексируют по поводу относительного характера звукоподражательных номинаций. Приведем фрагмент рассуждения, представленного в одном из блогов «Живого Журнала»: «В нашем прудике завелась лягушка! <...> И сразу начала квакать. “Кво-кво, кво-кво, кво...” Точь-в-точь как курочка-несушка, я то их знаю. <...> А вот почему общепринято говорить, что лягушки квакают? Они же квокают!» (орфография и пунктуация сохранены. – Н.О.) [15]. Возвращаясь к аргументам Т.Н. Толстой, стоит согласиться, что звукоподражание «му-му», конечно, лишь приблизительно передает мычание коровы.

Насколько же точно ономатопея должна передавать природные звуки? Полагаем, что чаще всего имеет место именно подражание, а не передача звуков окружающей среды, которая, в частности, зависит от восприятия носителей того или иного языка. Доказательством сказанного может стать тот факт, что в разных языках передача звуков одного и того же животного или птицы может значительно отличаться. Сравним русское *ку-ка-ре-ку*, английское *cock-a-doodle-doo*, немецкое *kikeriki*, китайское *wowo* и еще несколько десятков вариаций изображения крика петуха.

Что же касается происхождения анализируемого нами прагматонима, то в рассказе И. Тургенева звуко сочетание «Муму» также можно считать изначально возникшим как звукоподражание – мычанию глухонемого человека. Окружающие именно так воспринимают и имитируют звуки, которые может издать Герасим, и называют так его собачку.

Современная номинативная ситуация в России характеризуется усилением ориентации на языковую игру (лингвокреативность), на интерактивное общение с потребителем. Доказательством сказанного могут быть, к примеру, такие названия конфет, как «Заводная теща», «Укус женщины», «Без комплексов» и т.п. Такие номинации вызывают у потребителей улыбку, актуализируют юмористическую функцию прагматонима.

Т.А. Гридина под языковой игрой понимает процесс «направленного (программирующего) ассоциативного воздействия на адресата, достигаемого при помощи различных лингвистических механизмов» [16, с. 10]. Она анализирует проблему проявления ассоциативного потенциала слова как центральной единицы языка в процессе языковой игры.

Отметим, что в последние годы номинаторы всё чаще выходят за рамки мелиоративной лексики, не столько моделируя положительные эмоции и ностальгические воспоминания, сколько стремясь привлечь внимание потребителя оригинальным и неожиданным наименованием. В связи с этим иногда они нарушают нормы лингвоэкологии русского языка. Так, Е.П. Иванян отмечает, что «лингвоэкология и лингвокреативная деятельность находятся преимущественно в контрадикторных отношениях, поскольку игровая деятельность говорящего основана на игровых нарушениях установленных норм, правил» [17, с. 209].

Таким образом, в современных прагматонимах – названиях конфет помимо устоявшейся тенденции к использованию мелиоративной номинации, вызывающей умиление, удовлетворенность, настраивающей на лирический лад [18] (о мелиоративных номинациях см.: Л.Р. Ермакова [6], И.И. Исангузина [4], Е.С. Сухинина [19] и др.), наблюдается и попытка расширить круг потребителей, привлекая их такими названиями, как «Без комплексов», «Кочегар Петя» и т.п., которые лишены мелиоративного оценочного значения.

В этом плане интересен прагматоним «Герасим и Му-му» (рис. 2), используемый Новосибирской кондитерской фабрикой «Столица» (в настоящее время «Шоколадные традиции»).

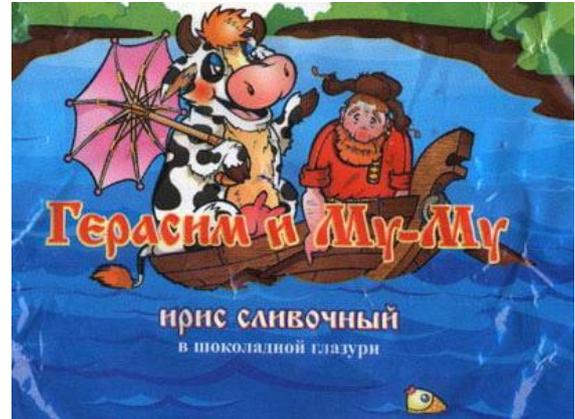


Рис. 2. Обертка конфеты «Герасим и Му-Му»

Это пример актуализации прецедентной ситуации: на фантике изображены Герасим и Му-му в лодке, но при этом Му-Му – корова. Некоторые потребители иронизируют на форумах: «Похоже, собачка Муму приняла мученическую смерть совсем не так, как писал классик. На нее просто СЕЛА КОРОВА!»; «Может это рисовал тот, кто понятия не имеет что Му-му это собачка?» (орфография и пунктуация сохранены. – Н.О.) [20].

Считаем, что в данном случае имеет место языковая игра. Креативный потенциал брендового прагматонима «Му-Му» раскрывается через второй оним – имя главного героя повести И.С. Тургенева. Таким образом, мы наблюдаем контаминацию: одно значение прагматонима «Му-Му» как звукоподражательного обозначения коровы накладывается на второе его значение – кличку собаки из литературного произведения. Прецедентный оним юмористически обыгрывается как вербально, так и графически.

Подведем итог осуществленного исследования.

Нам удалось обнаружить новую тенденцию номинации конфет. Постепенно отступая от традиции использовать в их названиях лексемы, выражающие мелиора-

тивную оценку, производители все больше стремятся с помощью названия привлечь внимание потребителя, в частности молодое поколение. По нашему мнению, они ориентируются на человека думающего, способного улавливать аллюзии и проводить параллели между разными пластами материальной и духовной культуры, а также обладающего чувством юмора (способного оценить людическую функцию прагматонима – названия конфет).

Рассмотрев происхождение прагматонима «Му-Му», мы пришли к выводу, что он образован на основе звукоподража-

ния, что, однако, не исключает его связи с литературным источником – одноименной повестью И.С. Тургенева. Совмещение в одном ониме двух значений (звукоподражательного обозначения коровы и клички собаки из литературного произведения) становится основой для языковой игры в названии конфет «Герасим и Му-Му» (которая к тому же усиливается графическим изображением на обертке), создающей людический эффект. Таким образом актуализируется ассоциативный потенциал прагматонима и меняется его восприятие и осмысление современным потребителем.

* * *

1. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Наука, 1988. 192 с.
2. Романова Т.П. Система способов словообразования рекламных собственных имен // Вестник Самарского государственного университета / под ред. Г.П. Ярового. Самара : СГУ, 2007. № 5/2(55). С. 204–214.
3. Волкова Н.Н. Как назвать изделие? // Русская речь. 1986. № 2. С. 67–70.
4. Исангузина И.И. Прагматонимы в ономастическом пространстве: семантический, лингвокультурологический и синтаксический аспекты (на примере названий кондитерских изделий) // Вестник Башкирского университета. 2008. Т. 13, № 4. С. 990–993.
5. Ван Мяо. Названия русских и китайских кондитерских изделий в прагмалингвистическом аспекте : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2010. 179 с.
6. Ермакова Л.Р. К вопросу об употреблении прагматонимов в рекламных текстах // Научные ведомости. 2015 № 24(211). Вып. 28. С. 100–103.
7. Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2000. 76 с.
8. Шведова Н.Л. Функциональная специфика прагматонимов: на материале современной массовой литературы : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2011. 25 с.
9. Крюкова И.В. Основные номинационные процессы в периферийной зоне ономастического пространства // Ономастика Поволжья : материалы VII конференции по ономастике Поволжья. М. : Ин-т этнологии и антропологии РАН, 1997. С. 168–172.
10. Яковлева О.Е. Семиотические типы прагматонимов современного русского языка (на материале номинаций продуктов питания) : дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2006. 246 с.
11. Закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (с изменениями и дополнениями) (утратил силу). URL: <http://base.garant.ru/10104505/#ixzz4TGcuUt39> (дата обращения: 29.04.2019).
12. Раззаков Ф.И. Советское детство. М. : Алгоритм, 2014.
13. Большой энциклопедический словарь / под ред. А.М. Прохорова. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Советская энциклопедия, 1993. 1632 с.
14. Толстая Т.Н. Му-Му и Фру-Фру: исчезновение Больших Смыслов. Запись от 18.06.2019 // Живой журнал. URL: <https://tanyant.livejournal.com/45085.html?page=5> (дата обращения: 30.04.2019).
15. Ква или кво? Запись от 23.05.2019 // Живой журнал. URL: <https://valkova2.livejournal.com/2019/05/23/> (дата обращения: 30.04.2019).
16. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург : УрГПУ, 1996. 225 с.

17. Иванян Е.П. Проблемы лингвоэкологии в свете лингвистики креатива // Уральский филологический вестник. Вып. 2: Лингвистика креатива: тенденции и перспективы развития нового научного направления : материалы междунар. науч. конференции. 27–28 апреля 2018 г. / гл. ред. Т.А. Гридина. Екатеринбург : УрГПУ, 2018. С. 209–215.

18. Осипова Н.Д. Социокультурное значение прагматонимов – названий конфет // Волжский вестник науки. 2017. № 4–6(8–10). С. 67–69.

19. Сухинина Е.С. Сладкая отантропонимика: комплексная характеристика наименований конфет кондитерских фабрик российских городов // Педагогика городского пространства: теория, методология, практика : сборник трудов по материалам всерос. науч.-практ. конференции (Самара, 25–26 марта 2015 года). Самара : Ас Гард, 2015. С. 467–474.

20. Jus. «Му-му» не по классику. Запись от 12.02.2011 // Яплакаль. Развлекательное сообщество. URL: <https://www.yaplakal.com/forum18/topic307306.html> (дата обращения: 30.04.2019).