

Б. Болеста-Врона (Белосток, Польша)

ПРАГМАТОНИМ И ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА

Одно – их следствий изменений в экономической жизни России конца XX начала XXI – увеличение количества товаров на рынке. Рост производства товаров вызывает потребность в названиях этих товаров. Важнейшей составной частью маркетинга стал нейминг – «профессиональная деятельность по имяобразованию, представляющая собой подбор (поиск, придумывание) подходящего наименования для всего того, что с точки зрения заказчика нуждается в собственном оригинальном имени [1]. Фактически процесс имяобразования – это одна из составляющих общего процесса создания этого товара.

Часы – вид товара, занимающий прочное место в системе экономических благ, хотя теснится электронными гаджетами, которые кроме основных функций выполняют факультативную – отсчитывают и показывают время. На дисплеях всех типов телефонов и смартфонов имеется опция «часы».

Часы, как и иные товары, разнообразно именуются: «*Полюс*», «*Ракета*», «*Восток*», «*Авиатор*», «*Снежный*», «*Patek*», «*Omega*», «*Tissot*», «*Atlantyk*», «*Seiko*» и т.п. Созданные имена – названия самых различных товаров (в том числе часов) – составляют одну из постоянно изменяющихся подсистем ономастикона.

Многочисленные научные работы по проблеме имен товаров, как правило, содержат упоминание о существующей в лингвистике проблеме, связанной с ономастической номенклатурой, в частности с выбором термина для имени предмета. Используются разные термины: *хремотоним*, *ктематоним*, *прагмотоним*, *прагмоним*. Во всех случаях составным элементом термина является греческая форма *πραγμα* со значением ‘дело, предмет, вещь’.

При рассмотрении проблемы координирования ономастической терминологии Н. В. Васильева обратила внимание на то, что «в ономастических системах славянских языков произошло размежевание по термину *хремотоним*» [2, с. 375]. Если в словаре Н. В. Подольской это «собственное имя предмета материальной культуры, в том числе название оружия, музыкального инструмента, ювелирного изделия, драгоценного камня, предмета утвари» [3, с. 161], то в терминологической традиции западных славян «хремотоним обозначает собственные имена и артефактов, и институций, и общественных явлений» [2, с. 375]. Все дело в широком толковании термина *вещь*. В этом случае к хремотонимам относят и различные товары.

В российских ономастических исследованиях активно используется термин *прагмотоним* (см., например, [2; 4]). При этом обычно ссылаются на определение, данное Н. В. Подольской в Словаре русской ономастической терминологии – «номен для обозначения сорта, марки, товарного знака» [3, с. 81].

Следует остановиться на отличительных признаках прагмотонима как названия не просто предмета, а именно товара. Прагмотоним (наряду

с эргонимом) – это продукт нейминга, то есть явление коммерческой номинации. Появление такого названия обусловлено сугубо экономическими причинами.

Для понимания специфики прагматонима, необходимо обратить внимание на такое явление, как *жизненный цикл товара*. Этим термином в экономике называют период существования определенного вида товара от его появления на рынке (в продаже) до исчезновения с рынка. Лингвистическая сторона жизненного цикла товара состоит в том, что прагматоним (разработанный как товарный знак или элемент товарного знака) активно реализуется в деловом дискурсе – в производственных документах и, главное, в рекламных текстах.

Однако ситуация радикально меняется, как только кончается жизненный цикл товара, то есть прекращается его выпуск, продажа, а прагматоним, соответственно, исчезает из делового дискурса. Предмет перестает быть товаром, а его название перестает быть прагматонимом.

После метаморфозы название предмета может функционировать в бытовом, научном, публицистическом, художественном дискурсах. Когда мы слышим в речи людей *Нужно сдать в ремонт «Ракету», часы стали отставать* или читаем в художественных текстах *У меня на руке действительно был «Ролекс» – неброский, но настоящий* [5]. Имена часов здесь не прагматонимы, а хремотонимы – названия артефактов. При исследовании функционирования прагматонимов в художественных текстах необходимо учитывать, что функция названия артефакта как продаваемого товара и артефакта как предмета потребления совершенно различна. (Явление *продакт плейсмент* требует отдельного рассмотрения.)

Таким образом, прагматоним – это не просто тип названия, это *функция названия*. Название выполняет эту функцию до тех пор, пока предмет существует на рынке как товар, то есть в период жизненного цикла товара.

Удлинение продолжительности жизненного цикла товара – одна из задач маркетинга, и прагматоним является одним из рычагов маркетинга в выполнении задачи продления жизненного цикла товара. Когда жизненный цикл товара заканчивается, существование в деловом дискурсе соответствующего прагматонима сходит на нет: названия часов могут появляться в коммуникации коллекционеров, аукционистов, продавцов подержанных товаров и т.п.

Прагматонимы, как и иные типы онимов, не составляют однородной совокупности единиц и, обладая рядом признаков, могут быть так или иначе типологизированы.

Рассматривая прагматонимы в отношении жизненного цикла товара, можно выделить два их типа: 1) прагматонимы краткого жизненного цикла – те, которые вместе с прекращением выпуска и продажи товара быстро выходят из активного употребления в деловом дискурсе, и 2) прагматонимы долгого жизненного цикла – те, которые длительное время являются наименованием товара в деловом дискурсе по причине продолжительности

какого-то из этапов выпуска и продажи товара. В этом случае прагматоним сопровождает применение разных типов маркетинга: стимулирующего, поддерживающего, ремаркетинга и т.п.

Рассмотрев более 400 названий часов, которые были выпущены в России на протяжении последних 100 лет, мы установили, что к прагматонимам краткого жизненного цикла относятся наименования, связанные со спортивными событиями.

В честь XXII летних Олимпийских игр в 1980 г. в Москве были выпущены часы «*Олимпиада 1980*». Когда их выпуск прекратился по окончании игр, прагматоним перестал функционировать. В связи с окончанием Олимпиады в Рио де Жанейро 1916 г. компания «Полет» перестала производить часы с названием «*Рио*», выпускавшиеся в связи с предстоящими летними Олимпийскими играми в Бразилии.

Рассмотрение материала показывает, что подобная ситуация имеет место с прагматонимами, образованными в процессе трансонимизации общественных и политических событий. Например, часы «*Фестиваль*», созданные заводом «Полет» в честь Фестиваля молодежи и студентов в Москве в 1985 г., перестали выпускаться в связи с окончанием события. Сейчас упомянутые наименования практически не функционируют, так как предметы невозможно найти не только в специализированных магазинах для любителей хронометров, но и на интернет-страницах. Существование имени как прагматонима прекращается с окончанием жизненного цикла товара.

Важным фактором жизненного цикла товара является мода. Так как часы – это не только прибор для измерения и демонстрации времени, но и аксессуар, к важным его признакам относятся дизайн и название. Поэтому связь прагматонима с модными тенденциями очевидна. И именно эта связь чревата тем, что прагматонимы как названия часов, репрезентирующих определенный стиль, быстро выходят из употребления. Так, часовой компанией «Ника» зарегистрированы как товарные знаки женские имена *Агата, Элен, Марта, Валерия, Регина, Оливия, Софи* и т.п., которые не относятся к ядру русской антропонимики. Оригинальность имени обычно коррелирует с элементами дизайна, которые определяются модными тенденциями конкретного года выпуска часов, например: синий цвет, серебро, растительные формы и т.п. Подобные товары имеют небольшой жизненный цикл, как правило, сезон, поэтому такие прагматонимы недолговечны.

Коротким жизненным циклом отличаются также часы ограниченных серий. Типичный пример – мужские часы «*Спецназ 5 стихий*». Каждой из 5 стихий (Земля, Вода, Воздух, Космос и Огонь) посвящена коллекционная модель часов с индивидуальными номерами от 1 до 100. На сайте производителя написано о том, что во всех пяти стихиях трудятся профессионалы – люди самых экстремальных и мужественных профессий: космонавты, спасатели и защитники, и в память об их труде созданы эти модели часов. Однако хотя эти серии активно рекламируют на различных сайтах, они являются ограниченными: обладателями изделий станут не более 500 человек. Как показывают наши наблюдения, названия часов закрытых коллекций быстро забываются.

Хотя важнейшая функция прагматонима – продление жизненного цикла товара, как видно из примеров, иногда прекращение жизненного цикла товара связано именно со свойствами прагматонима (например, часы с названием «*Олимпиада 1980*» или «*Рио*»).

Среди прагматонимов долгого жизненного цикла можно выделить те, которые образованы в результате трансонимизации событий, очень важных для человечества, например, такого, как полет первого человека в космос. Марка часов «*Ракета*» изготовлена в 1962 г. Петродворцовым часовым заводом в честь полета первого космонавта Юрия Гагарина.

Прагматонимами долгого жизненного цикла являются названия, возникшие на основе имен людей, которые добились в жизни значительного успеха. Продолжителен выпуск часов, имеющих названия «*Леонов*», «*Гагарин*», «*Чкалов*». Собранные нами данные позволяют считать долговечными прагматонимы, образованные от имен античных богов, героев мифов и т.п.: «*Юнона*», «*Сириус*», «*Одиссей*».

Уже много лет длится жизненный цикл часов, в качестве названий которых использованы имена русских царей: «*Александр Второй*», «*Елизавета Петровна*», «*Екатерина Великая*», «*Петр Первый*» и т.п.

Надо иметь в виду, что внеязыковые факторы, например высокое качество товара, обычно влияет на продолжительность существования и распространение товара. Например, названия таких марок часов, как «*Спутник*», «*Полет*», «*Кировские*», «*Столичные*», «*Родина*», «*Маяк*», «*Сигнал*», «*Москва*», «*Стрела*», «*Спортивные*», «*Победа*», «*Штурманские*», выпущенные Первым Московским часовым заводом «Полет» еще в XX в., стали известны не только в России, но и за рубежом.

В конце XX в. Чистопольский часовой завод экспортировал много изделий товарного знака «Восток» в страны Запада и США. Наибольшую популярностью получили часы «*Буря в пустыне*». Пентагон заказал 40 тысяч экземпляров хронометров «*Командирские*» для экипировки участников вооруженной операции в Персидском заливе.

Существует такое явление, которое можно было бы назвать возрождением прагматонима. Например, часы «*Урал*» были произведены в середине XX в. Затем более полувека это название часов было известно только некоторым работникам музеев и коллекционерам. Но в 2016 г. русская компания начинает производство часов с зарегистрированным названием «*Урал*»: прагматоним таким образом опять начинает функционировать в деловом дискурсе.

Нужно заметить, что краткость жизненного цикла товара и, соответственно, краткость функционирования прагматонима не мешает названию впоследствии, при смене функции быть своеобразным маркером определенной эпохи. Кратко, но интенсивно функционировавшие прагматонимы (например, «*Олимпиада 1980*») по окончании жизненного цикла товара могут изображать то или иное время уже как хрематонимы.

Итак, мы разграничили и определили соотношение двух терминов: прагматоним и хремотоним, которые обозначают два состояния названия предмета. Пока предмет является товаром (то есть производится и продается), его название выступает как прагматоним, выполняя ряд функций: дифференцирующую, информативную, охранную, гарантийную и психологическую [4, с. 99]. Когда же предмет перестает быть товаром (то есть заканчивается жизненный цикл товара) название этого товара перестает выполнять предназначенные этому названию роли, оно становится хремотонимом. Собственно прагматический компонент значения прагматонима (отношение знака к субъектам коммуникации: продавцу и покупателю), который по определению является самым существенным в прагматониме, при прекращении жизненного цикла товара фактически деактуализируется.

В отличие от эргонима прагматоним называет класс предметов (товаров, обладающих набором потребительских свойств). И хотя количество экземпляров товаров коррелирует с ценой (чем меньше выпускаемая партия изделия, тем оно дороже), прагматоним создается для того, чтобы способствовать удлинению жизненного цикла товара, чтобы количество экземпляров и, соответственно, прибыль были как можно большими. И это поддержание жизненного цикла можно считать еще одной важной функцией прагматонима.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маркетинг : большой толковый слов. / под ред. А. П. Панкрухина. – М. : Омега, 2010.
2. Васильева, Н. В. О координировании ономастической терминологии / Н. В. Васильева // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Филология. – 2014. – № 2. – С. 373–377.
3. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1978.
4. Исангузина, И. И. Прагматонимы в ономастическом пространстве: семантический, лингвокультурологический и синтаксический аспекты (на примере названий кондитерских изделий) / И. И. Исангузина // Вестн. Башкир. ун-та. – 2008. – № 4, т. 13.
5. Пелевин, В. Empire V / В. Пелевин. – М. : Эксмо, 2013.

Ю. В. Пацюпа (Мінск, Беларусь)

ТРЫЯДЫ Ў МОВЕ І КУЛЬТУРЫ: ПРА ЎНІВЕРСАЛІІ ДЫХАННЯ, ВЕРШАВАННЯ І МЫСЛЕННЯ

З самага пачатку мусім адмежавацца ад усякай нумаралагіі. Наадварот, усе нумаралагічныя інтэнцыі, якія трапляюцца ў навуцы і мастацтве, будуць разглядацца як патэнцыйныя аб’екты аналізу. Тое, пра што будзе гаварыцца, узнікла на грунце вершазнаўства і таму датычыцца яго ў першую чаргу.