

захавання культурных каранёў, культурных традыцый асоба губляе сувязь са сваім жыццёвым асяроддзем, а нацыя губляе духоўны патэнцыял, які дазваляе ёй рухацца наперад.

Падобныя мерапрыемствы не толькі знаёмяць грамадзян Расійскай Федэрацыі з гісторыяй, культурай, традыцыямі братэрскага беларускага народа, але і садзейнічаюць папулярызацыі культуры беларускага і рускага народаў, умацаванню сувязей з грамадскімі аб'яднаннямі суайчыннікаў за мяжой, павышаюць культуру міжнацыянальных зносін.

О. Б. Переход

Брест, БрГУ им. А. С. Пушкина

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ
В ПЕРИФЕРИЙНОМ ОНОМАСТИКОНЕ БРЕСТЧИНЫ
(на материале прагматонимов и эргонимов)

Интерес исследователей к имени собственному, к проблемам искусственной номинации обусловлен как языковыми, так и внеязыковыми причинами. Ономастическое пространство, выполняя социальный заказ носителей языка, расширяется, новые товары, объекты и услуги получают собственные имена. Это приводит к активному развитию современного периферийного ономастикона.

Прагматонимы и эргонимы, формирующие периферийный ономастикон Брестского региона, характеризуется значительным социо- и лингвокультурным потенциалом, выявляют связь языка и культуры. В рекламных именах заключена культурно значимая информация о картине мира, взглядах, представлениях, образах, символах того или иного социума, что наглядно демонстрирует прагматонимия и эргонимия Брестчины.

Материалом исследования послужил онимический материал – эргонимы (наименования творческих коллективов и любительских объединений Барановичского, Ляховичского и Ганцевичского районов Брестской области; номинации физкультурно-оздоровительных и культурно-развлекательных учреждений Брестчины) и прагматонимы (искусственные номинации мебели, плодоовощной консервированной продукции, текстильных изделий от производителей Брестского региона). Отбор языкового материала осуществлялся методом сплошной выборки за период с 2016 по 2019 г. с официальных сайтов облисполкома и райисполкомов, сайтов предприятий и организаций, интернет-ресурсов, печатной рекламы, из электронного учебного словаря «Ономастикон Брестчины. Ч. 1: Прагматонимия: названия продовольственных товаров» [1]. Языковой материал экстраполируется на фоновые знания как самих номинаторов, так и адресатов рекламных имен о предметах и явлениях мировой и национальной культуры, которые закреплены в знаках языка и проявляются в виде смысловых ассоциаций

и коннотаций. Полученные данные свидетельствуют о степени сформированности социокультурных компетенций номинаторов и потребителей товаров и услуг.

Среди рекламных имен, представляющих собой часть периферийного ономастикона Брестчины, выделяют: 1) искусственные номинации, отражающие мировую лингвокультуру; 2) рекламные имена, вербализующие белорусскую национальную лингвокультуру; 3) имена собственные, объективирующие региональный лингвокультурный компонент.

Целый ряд прагматонимов и эргонимов Брестчины не только содержат информацию о называемых товарах и объектах, месте их нахождения или изготовления, назначении и т.д., но и отражают социальные и культурные ценности, вербализует реалии и понятия, получившие широкую известность, переосмысление, приобретшие ассоциативно-культурный фон и коннотации в мировой культуре.

Такими культурно содержащими языковыми единицами являются рекламные имена, используемые в названиях мебели (производители: ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев», компания по производству мебели «АНРЭКС», ИООО «БРВ-Брест»). Примером могут служить лингвокультуремы *Бродвей*, *Рио*, *Филадельфия*: *трехместный диван «Бродвей»*, *двухместный диван «Рио»*, *кровать двойная «Филадельфия»*, вербализующие топонимический культурный код. Топонимы, ставшие рекламными именами продукции предприятия «Пинскдрев», получили широкую известность в мире, стали своего рода культурными знаками, поэтому номинаторы, создавая привлекательный, стильный образ товара, используют их в лингвомакретинге. *Бродвей* – самая длинная и шикарная улица Нью-Йорка (50 км), обобщенное название группы коммерческих театров в Нью-Йорке, прославившихся своими мюзиклами. *Рио* – сокращенное от *Рио-де-Жанейро* «январская река» – город в Бразилии, знаменитый такими артефактами, как пляж Копакабана, гора Сахарная голова, статуя Христа, внесенными в список Всемирного наследия ЮНЕСКО; *Рио* во всем мире известен благодаря бразильскому карнавалу, а носителям русской и белорусской лингвокультуры еще и как «город мечты» Остапа Бендера – главного героя романов И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев» и «Золотой теленок». Город *Филадельфия*, расположенный в штате Пенсильвания, – шестой по величине населения город США, имеет богатую историю и культуру. В частности, в городе родился Бенджамин Франклин, один из отцов-основателей США; в Филадельфии середины XIX в. происходит действие романа Теодора Драйзера «Финансист»; город приобрел кинематографическую известность (ср. фильм «Филадельфия» с Томом Хэнксом в главной роли, сериал «В Филадельфии всегда солнечно», серия фильмов о Рокки и др.).

В лингвомаркетинге Брестчины активно «работают» прецедентизмы, например, в названиях мебели компании «АНРЭКС»: *коллекция мебели «Вивальди»* (номинаторы использовали фамилию одного из крупнейших представителей итальянского скрипичного искусства XVIII века Антонио

Лючио Вивальди, композитора и скрипача-виртуоза, педагога и дирижера, католического священника), *коллекция мебели «Джексон»* (несмотря на то, что это очень распространенная фамилия в западном мире, имя собственное Джексон ассоциируется прежде всего с Майклом Джексонем, знаменитым американским поп-певцом, кумиром миллионов людей на планете), *коллекция мебели «Оскар»* (также *фитнес-клуб «Оскар»* в г. Бресте) (*Оскар* – мужское католическое имя; мировую известность трансоним *«Оскар»* получил как название премии Американской киноакадемии); *спальня, гостиная «Остин»* (*Остин* – англоязычная фамилия, топоним и название. Среди известных обладателей этой фамилии можно назвать английскую писательницу Джейн Остин, Джона Остина – современного американского певца. Фамилию Остин носили и вымышленные персонажи: Кейт Остин – одна из главных героинь телесериала «Остаться в живых», Остин Пауэрс – вымышленный персонаж, герой нескольких фильмов; трансоним *Остин* широко представлен в топонимике: США в разных штатах встречается 8 городов с названием Остин. «Остин» – общее название бронев автомобилей времен Первой мировой войны, произведенных фирмой «Остин» по заказу Российской империи; «Остин» – серия из 12 десантных судов ВМС США времен второй половины XX в. [2]).

В основу эргонима *«ШакИра»* (так назван *фитнес-клуб и центр современного танца* (г. Брест) также положено прецедентное имя *Шакира* – мировая известность, колумбийская певица, автор песен, танцовщица, музыкальный продюсер, хореограф и модель. Эргоним образован способом капитализации – игрой со строчными и прописными буквами, имеет «двойное дно», в нем прочитывается не только слово *Шакира*, но и гипокористическое имя *Ира* (директор и учредитель физкультурно-оздоровительного центра Ярошик Ирина Васильевна).

Традиционным является обращение производителей товаров и услуг к античной мифологии. Мотивами рекламных имен стали мифонимы: *трехместный диван «Икар»* (в древнегреческой мифологии известен миф о Дедале и его сыне Икаре, погибшем от того, что он слишком высоко приблизился к солнцу на своих скрепленных воском крыльях, воск растаял, и Икар упал и утонул в море; по мотивам мифа в мировой культуре создано много произведений); *трехместный диван «Персей»* (Персей – герой греческой мифологии, с его именем связаны мифы о победе над Медузой Горгоной, об Андромеде); *кухни «Юнопа» (Юнопа (Юнона))* – древнеримская богиня брака и рождения, семьи, материнства, женщин и женской производительной силы. Имя собственное *Юнона* носителям русской и белорусской лингвокультуры известно также по рок-опере «Юнона и Авось» композитора А. Рыбникова на стихи поэта А. Вознесенского, впервые поставленной на сцене театра «Ленком» режиссером М. Захаровым.

Традиционными в названиях спортивных сооружений являются трансонимы *Олимп* и *Нептун*: *спортивный комплекс СОУ «Олимп»*, г. Брест (в древнегреческой мифологии *Олимп* – священная гора, место пребывания

богов во главе с Зевсом; в номинации прослеживается ассоциация с олимпийскими играми и высшими спортивными достижениями), *бассейн «Нептун»*, г. Брест (в древнеримской мифологии *Нептун* – бог морей и потоков, один из древнейших римских богов, повелитель водного царства).

С мировой лингвокультурой связаны такие искусственные номинации, как *фiesta* (заслуженный любительский коллектив Республики Беларусь, образцовый ансамбль бального танца «*Фiesta*» ГУК «Барановичский городской дом культуры»; в названии коллектива воплощены духовные ценности, так как *фiesta* – это традиционный народный праздник стран Латинской Америки и Испании, других стран Средиземноморья); *кантилена* (образцовый хор «*Кантилена*» ГУО СШ № 17 г. Барановичи; слово из мира музыки, обозначает средневековый музыкально-поэтический жанр, широкую, свободно льющуюся напевную мелодию).

В онимах получает фиксацию самая разнообразная культурная информация, например, номинация *любительское объединение клуб исторической реконструкции «Kanton Zürich»* («Кантон Цюрих»), Барановичской РКС объективирует природный (ландшафтный) культурный код, посредством которого возникает ассоциация с западноевропейским рыцарством. Искусственная номинация *любительское объединение «Зодиак»* вербализирует космографический код культуры. В рекламных именах текстиля (производитель БПХО «Блакiт» г. Барановичи) семиотизированы предметный культурный код: *бязь «Тедди»* (ср. *Тедди* – плюшевый мишка, один из самых популярных и культовых в XX веке и начале XXI века видов мягких игрушек, воплощающий мир детства), биоморфный и духовный коды культуры: *бязь «Бонсай»* (*бонсай* в переводе с японского буквально означает «выращенное в подносе»; это искусство выращивания точной копии настоящего (иногда карликового) дерева в миниатюре), *бязь «Трюфель»* (*трюфель* – род сумчатых грибов с подземными клубневидными мясистыми плодовыми телами; к данному роду относятся съедобные виды, считающиеся ценными деликатесами, произрастают в южной Франции, Швейцарии, Италии). Номинации *трюфель* и *бонсай* стали знаками западноевропейской и восточной (японской) культуры соответственно.

Среди имен собственных, отражающих белорусскую национальную лингвокультуру, наиболее репрезентативны номинации творческих коллективов Брестчины: *народная вокально-инструментальная группа «Явар»* г. Барановичи (искусственная номинация «*Явар*» у современного носителя белорусской лингвокультуры ассоциируются прежде всего с известным стихотворением Я. Купалы «*Явар і каліна*» и одноименной песней Ю. Семеники в исполнении ансамбля «Песняры»), *народная группа странствующих музыкантов «Фэст»* (фэст – это народный праздник с ярмарками и гуляниями); *любительское объединение «Кветка»*, *клуб выходного дня «Вясёлка»*, *вокальная группа «Рунь»*, *детский фольклорный коллектив «Крынічка»* Барановичской районной клубной системы (РКС), в которых воплощены значимые для белорусов природные символы. Духовные

ценности белорусов семиотизированы в номинациях: *любительское объединение «Спадчына»*, *народное любительское объединение «Талака»* Барановичской РКС (*толока* – форма деревенской взаимопомощи в России, на Украине, в Беларуси; ее использовали для выполнения срочных работ, требующих большого количества работников: сбор урожая, вырубка леса, сооружение домов, строительство церквей, школ, дорог и др.), *вокальный ансамбль «Берагіня»* Ляховичской РКС – эргоним активизирует информацию белорусской и шире – славянской лингвокультуры о женщине, матери, хранительнице домашнего очага, семьи; содержание этой лингвокультуры различно для разных членов языкового сообщества и зависит от объема их культурной памяти, фоновых знаний, пресуппозиций; студия «*Сузор’е*» ГУО «Ляховичская детская школа искусств» (*сузор’е* (рус. созвездие) – участок небесной сферы с характерной фигурой, образуемой яркими звездами) – эргоним, актуализирующий космографический код культуры и получивший метафорическое значение «созвездие талантов».

Национальные представления, образы и символы объективированы в номинациях текстиля БПХО «Блакiт»: *ткань х/б для столового белья «Моя Беларусь»*, *поплин «Буслiк»*, *«Павлина»*, *«Скарбнiца»*, *«Лiлея»*, *бязь «Валошкi»*; в названиях плодоовощной консервированной продукции региона (*томаты маринованные «Пачастунак»*, *салат «Белорусский»*, *«Нёманский»*, *«Нарочанский»*, *свекла маринованная «Белорусская»*, *соус томатный «Минский»*, *варенье из вишни / черники / клубники «Ласунак»* и др.).

Значимые для белорусов мифопоэтические образы отражены в номинациях товаров: *огурцы маринованные «Купаловские»* от производителя ОАО «Ляховичский консервный завод» (проприальная часть прагматонима *Купаловские* ассоциативно связана с двумя мотивами: 1) время Купалья – начало июля, период созревания огурцов (реализация темпорального кода культуры); 2) национально-культурный символ «Купалье» – один из древнейших народных праздников, посвященный солнцу и расцвету земли, празднику в честь летнего солнцестояния) [1, с. 105]; в номинации получил реализацию комплекс кодов: природный, духовный и космографический); *полотенца с вышивкой «Купалинка»* (номинация также связана с Купальем; по народным поверьям, главная героиня праздника *Купалинка* в купальскую ночь выполняет различные ритуальные действия: зажигает костер, который должен гореть всю ночь, проводит игры и т.д.; Купалинку могут похитить темные силы, и гостям праздника нужно ее отыскать [3]; с праздником Купалья связана и широко известная в Беларуси народная песня «Купалiнка»); *полотенца с вышивкой «Велес»* (*Велес* – божество в древнерусском языческом пантеоне, «скотий бог», покровитель сказителей и поэзии, второй по значимости после Перун). Согласно теории «основного мифа» – одно из центральных божеств в славянской мифологии, Змей – антагонист громовержца Перуна [4].

Региональный культурный компонент идентифицирован в номинациях творческих коллективов Брестчины (ГУК «Барановичская районная клубная

система»: народные ансамбли песни Мирского сельского дома культуры (СДК) «*Мирские* музыки», «*Миряне*»; народный ансамбль песни «*Крушына з Крошына*», любительское объединение «*Крошинські куфэрак*» Крошинского СДК, любительское объединение «*Лесняночка*» Леснянского СДК, любительское объединение «*Свіраначка*» Свиранского СДК, фольклорная группа «*Миловидчане*» Миловидского СДК; «Ганцевичская централизованная клубная система»: народный фольклорно-этнографический гурт «*Хатовічы*» Хотыничского СДК; «Ляховичская централизованная клубная система»: фольклорная группа «*Липчанка*» Липского сельского клуба-библиотеки и др.). Во всех приведенных искусственных номинациях объективируется топоморфный культурный код. Для номинаторов очень важна идентификация творческого коллектива по месту жительства его участников, поскольку этим подчеркивается этнокультурное своеобразие коллектива, стиля исполнения, репертуара, костюмов (традиционного народного строя) и т.д.

Региональный культурный компонент с помощью топонимических номинаций представлен также в названиях плодоовощной консервированной продукции: салат «*Брестский*», закуска «*Полесская*», соус томатный «*Полесский*», торговая марка «*Пружанські слоік*», салат «*Горынский*» (*Горынь* – река на Полесье, правый приток Припяти, на живописных берегах Горыни выращивает и перерабатывает свою продукцию номинатор – ОАО «Горынский консервный комбинат»).

Культуроносные имена собственные вызывают у потребителей товаров и услуг различные ассоциации, что зависит от ряда факторов – от фоновых знаний носителей языка, культурных смыслов, связанных с именем собственным, от возникающих эмоциональных ассоциаций с онимом. Производители ориентированы на продвижение продукции за пределами региона, поэтому использование в рекламных именах культурно маркированных номинаций – одно из направлений лингвомаркетинговой стратегии предприятий и учреждений Брестчины.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ономастикон Брестчины : электронный учебный словарь для студентов филологических факультетов : в 3 ч. / Л. А. Годуйко, О. Б. Переход, О. А. Корабо ; под общ. ред. Л. А. Годуйко. – Ч. 1 : Прагматонимия: названия продовольственных товаров. – Брест : БрГУ, 2018 (Регистрационное свидетельство № 2141815293 о регистрации информационного ресурса в Государственном регистре информационных ресурсов).
2. Остин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Остин>. – Дата доступа : 01.06.2019.
3. Купалинка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://otvet.mail.ru/question/14835083>. – Дата доступа : 23.06.2019.
4. Велес [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Велес>. – Дата доступа : 23.06.2019.