

ВНУТРИГОРОДСКАЯ ОНОМАСТИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА КАК ОТРАЖЕНИЕ ИСТОРИИ РУССКОГО ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ ПАРНЫХ ИМЕНОВАНИЙ И ДВАНДВА В КОММЕРЧЕСКИХ УРБАНОНИМАХ)



М.В. ПИМЕНОВА

pimenova-vgpu@yandex.ru

д-р филол. наук, профессор,
зав. кафедрой русского языка
Владимирского государственного
университета
им. А.Г. и Н.Г. Столетовых
Владимир, Россия



У ЛЯНЬЛЯНЬ

natasha0086007@mail.ru

аспирант
Владимирского
государственного университета
им. А.Г. и Н.Г. Столетовых
Владимир, Россия

Ключевые слова:
*ономастическая лексика,
коммерческие урбанонимы,
парное именование, двандва,
синкретичное значение,
структурная модель,
нейминг, история языка*

DOI: 10.37632/PI.2020.278.1.011

В статье рассматривается внутригородская ономастическая лексика как отражение истории русского языка. На материале коммерческих урбанонимов г. Владимира и Владимирской области (современных названий магазинов, ресторанов, кафе, салонов, фирм и т.п.) демонстрируется функционирование древних парных именовании (*хлеб-соль, гуси-лебеди, стар и млад, черное и белое* и др.), а также случаи использования их семантических и структурных моделей в нейминге.

Как отмечают исследователи, в последние десятилетия XXI в. «...активно развивается целый пласт внутригородской ономастической лексики – коммерческие урбанонимы (названия кафе, ресторанов, магазинов, салонов красоты, жилых комплексов, фитнес-центров и др.)» [11: 87].

Среди коммерческих урбанонимов г. Владимира и области довольно частотны единицы «парной» структуры, включающие в себя два слова одной частеречной принадлежности, например: *Адам и Ева, альфа и омега, вкусно и сытно (быстро), гуси-лебеди, ели-похудели,*



елки-палки (пальмы), жених и невеста, Иван да чай, дочки-сыночки, лосось и кофе, красное и белое, леди и беби, лютики-цветочки, мать и дитя, овощи-фрукты, от и до, паста-пицца, печки-лавочки, плюшки-ватрушки, сказано-сделано, совет да любовь, стар и млад, хлеб-соль, чай и кофе, чайОК-кофеОК, черное и белое, шапки-тапки, шуры-муры и др. Интересно, что эти единицы, несмотря на свою бесспорную современность и в некоторых случаях креативную окказиональность, отражают историю русского языка, поскольку связаны с древнейшими устойчивыми сочетаниями – парными именованиями и двандва.

Парные именования – это устойчивые двухкомпонентные сочетания древнерусского текста и устного народного творчества, представляющие собой сочинительное соединение реализующих нерасчлененное (синкретичное) значение парности лексических единиц, построенных по четырем основным структурным моделям: «существительное + существительное» (*братъ и сестра, клен-дерево, путь-дорога*), «прилагательное + прилагательное» (*уный и старый*), «глагол + глагол» (*плакать и рыдать*) и «наречие + наречие» (*дивно и хитро*) [3: 53–54; 10: 55–56, 58]. Данные единицы указывают на денотат (объект), который возникает в результате синкретичной парности двух предполагающих друг друга предметов, явлений и т.д. [10: 61], например: *день и ночь* – ‘сутки’, *злато и срьбро* – ‘богатство’, *мать и отец* – ‘родители’, *небо и земля* – ‘вселенная’, *видѣвший и слышавший* – ‘ставший свидетелем чего-либо’, *възрадоватися и възвеселитися* – ‘праздновать’, *съмо и овамо* – ‘везде’, *хлѣбъ и соль* – ‘символ гостеприимства’, *гуси-лебеди* – ‘птицы’ и др. [1: 41–47; 3: 151–159; 9: 33; 10: 58, 61; 14:169–177]. Следует отметить, что в древнерусском языке семантические отношения между компонентами парных именований имели синонимический (*врагъ и гонитель*), антонимический (*небесный и земной*) и гипо-/гиперонимический (*града и села*) характер. Соединялись

компоненты архаичной сочинительной связью как при помощи союзов (*честь и слава, ни ясти ни пити, небо также земля*), так и без них (*честь-слава, правда-истина, яряся-хваляся, краса-баса*) [3: 130–131; 14: 169–177].

Близки к парным именованиям двандва, или *божественные* двандва, которые использовались «для именования парно связанных божеств» и обозначения святой двоицы [6: 79]. Они включали в себя два антропонима («имя + имя»), например: *Петръ и Павелъ, Борисъ и Глѣбъ, Петръ и Феврония* [10: 58–59].

Среди коммерческих урбанонимов г. Владимира и области в XXI в. примерно половина – это номинации, непосредственно восходящие к древним парным именованиям/двандва. Приведем примеры подобных сочетаний:

«*Адам и Ева*» (по библейской легенде имена первых людей на земле [16: 29]) – ресторан;

«*Альфа и омега*» (‘начало и конец чего-л.’, ‘сущность, основа, самое главное’, от названия первой и последней букв греческого алфавита, восходящее к библейскому тексту [4: 22; 15: 31]) – бюро переводов;

«*Гуси-лебеди*» (название русской народной сказки) – кафе;

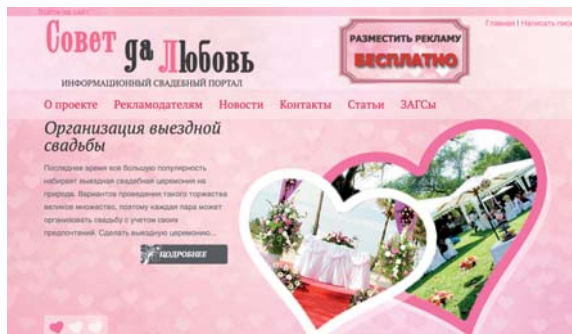
«*Елки-палки*» («шутл. традиционный эффе-мизм в знач. междометия, выражающего различные чувства: удивление, восхищение и др.» [17: 171]) – сеть трактиров;

«*Жених и невеста*» (‘молодожены, ср. посл. *Жених да невеста парочка, что твой баран да ярочка* [5: 326]) – свадебный салон;

«*Печки-лавочки*» (прост. ‘совместное дружное житье, дружба и лад’ [16: 320]) – гостиничный комплекс, название которого отсылает также к повести В.М. Шукшина и одноименному фильму 1972 г.;

«*Сказано – сделано*» (‘о точном, быстром исполнении какого-л. дела, поручения и т.п.’ [4: 637]) – юридическая компания;

«*Совет да любовь*» (пожелание согласия и взаимопонимания молодоженам на свадьбах, ср. посл. *Совет да любовь, на этом свет стоит* [5: 301]) – каталог фирм, оказывающих услуги при подготовке к свадьбе;



«*Стар и млад*» ('все без различия возраста' [16: 454]) – магазины, продающие товары для здоровья и реабилитационную технику;

«*Хлеб да Соль*» (устар. 'еда, пища', 'угощение' [4: 731; 16: 507]) – продуктовые магазины;

«*Черное и белое*» (древнейшее двоичное славянское противопоставление, отражающее синкретичные представления о символах сакрального плана, хорошем и плохом, красивом и безобразном, веселом и грустном [7: 260–266]) – кафе.

В отдельных наименованиях сетевых предприятий/фирм может присутствовать вариативность написания второго компонента парного именованного с прописной или строчной буквы, а также использование дефиса, союза (*и/да*) или амперсанда (графического сокращения латинского союза *et* ('и') – & [2: 113]), вносящего современно-иноязычную «ноту» в древнее сочетание, например: «*Хлеб-соль*», «*Хлеб да Соль*», «*Хлеб & Соль*».

Остальные парные коммерческие урбанизмы г. Владимира и области отличаются от исконных сочетаний (частично или полностью), хотя и созданы на основе традиционных семантических и структурных моделей. Например, номинация сети магазинов для детей «*Дочки-Сыночки*» связана с древним парным именованном *сынъ и дочь* ('дети') [3: 206], однако в современном названии изменен порядок компонентов и использованы уменьшительно-ласкательные формы слов.

Название сети частных клиник «*Мать и дитя*» соотносится с парным именованном *мать и отец* ('родители') [3: 202], но в нем остается только одна гендерная составляющая (*мать*), а второй компонент заменяется словом *дитя*, в связи с чем создается иная семантическая оппозиция: 'родитель – рожденный'. Близко по смыслу к данной номинации название студии маникюра «*Леди & Беби*», содержащее записанную кириллицей англоязычную «пару» *lady* ('дама', 'замужняя женщина аристократического круга') и *baby* ('младенец', 'ребенок') [2: 34, 184; 8: 121, 430]. В этот салон, где есть игровая комната, женщин приглашают приходить вместе с детьми.

В названии туристической фирмы «*Елки-пальмы*» повторяется первый компонент парного именованного *елки-палки*, а второе слово меняется на наименование вида растений жарких стран [12: 26]), произрастающего на южных широтах (а не на северных, как *елка*). В результате сочетание в целом приобретает значение 'от севера до юга'.

Бренд сети магазинов алкогольных напитков «*Красное & белое*» отсылает к славянскому двоичному противопоставлению *черное-белое*,



в котором ахроматизм (*черный*) заменяется на хроматический цвет (*красный*). Как известно, одно из переносных значений слов, входящих в данную номинацию, указывает на определенные сорта вин из темных (*красное вино*) или светлых (*белое вино*) сортов винограда [12: 121, 1501].

Парное именование «*От и До*» образовано при помощи редукции знаменательной части фразеологизма *от альфы до омеги* (или *от аза до ижицы*, *от а до я* – 'с самого начала до самого конца', буквально – 'от первой до последней буквы' [4: 22]), в результате которой возникает отсутствующая в древних текстах структурная модель «**предлог + предлог**». Это название встречается на вывесках различных по профилю компаний: гипермаркет мебели, шиномонтаж, агентство недвижимости, дизайн-студия, обувной магазин, магазин одежды, продовольственный магазин, строительная фирма и т.д. Столь широкое использование данной номинации обусловлено ее синкретичным значением, указывающим на полный охват чего-либо.

Среди названий продуктовых магазинов часто парное именование «*Овощи-фрукты*», указывающее на продажу продуктов растительного происхождения, которое отсутствовало в древнерусских текстах. В данном сочетании объединены два современных гиперонима (родовых слова), одно из которых (*овощи* в первоначальном значении 'фрукты') заимствовано в XI в. из старославянского языка, а второе (*фрукт* – 'съедобный сочный плод некоторых деревьев') известно в русском языке с XVII–XVIII вв. из немецкого или голландского языка [18: 325, 591].

В номинации сетевой пекарни «*Плюшки-ватрушки*» употребляются гипонимы (видовые слова), совместно выражающие синкретичное значение 'выпечка'. Сочетание построено на продуктивной древней модели «**ГИПОНИМ + ГИПОНИМ**» (например, *гуси-лебеди*, *калинка-малинка*), объединяя единицы *плюшка* ('сдобная булочка') от наименования птицы-трясогузки,



восходящего к языческому обычаю «выпекать хлеб в форме птиц и животных» [13: 41–43] и *ватрушка* («толстая лепешка с загнутыми краями и с покрытой творогом серединой» [12: 228] от **vatra* ‘огонь, очаг, тлеющая зола’ [15: 270]). Данное парное именование используется также в названиях YouTube-каналов «Плюшки-ватрушки» и «Плюшка & ватрушка», предлагающих различные рецепты выпечки.

По этой модели («гипоним + гипоним») построено название ресторана итальянской кухни «*Пицца-Паста*», включающее в себя два наиболее популярных блюда Италии: *пиццу* (ит. *pizza* < *pizzicare* ‘быть острым’; «традиционное итальянское блюдо: тонкая лепешка из теста с запеченными на нее под соусом кусочками мяса, сыра, овощей и др.») и *пасту* (< ит. *pasta* ‘тесто’; макаронные изделия с соусом) [8: 572, 595].

Объединяющее гипонимы сочетание употребляется также в названии магазина «*Чай и кофе*», указывающем на напитки ежедневного употребления. Слово *чай* – заимствование из китайского языка (茶 [cha] – ‘чай-напиток’) – в русском языке употребляется с середины XVII в., причем первоначально как название лекарственного растения, а слово *кофе* (в формах *кофий/кофей*) фиксируется с 1726 г. [18: 373, 436].

Встречается также видоизменение этого парного именования в номинации магазина «*Чай-ОК-кофеОК*», в которой используется графогибридикация при помощи шрифтовыведения [11: 93], отсылающая одновременно к английскому выражению *О.К.* (*okay* – ‘все в порядке; хорошо; правильно’) [2: 217] и русскому уменьшительно-ласкательному суффиксу *-ок*.

Названия эколавки «*Иван да чай*» и кафе «*Иван-да-Чайная*», объединяющие **оним** и **апеллятив**, соотносятся с народным наименованием в форме аппозитивного оборота *иван-чай*. Это «высокое травянистое растение с метелкой темно-розовых цветов на верхней части стебля; то же, что *кипрей*», из которого

«приготавливают так называемый капорский чай» [12: 1126].

По типу «гипоним + гипероним» (ср. *клен-дерево*, *рыба-кит*) построена номинация цветочных салонов «*Лютики-цветочки*». Здесь первый компонент указывает на вид цветущего растения «с желтыми небольшими одиночными цветками из пяти лепестков» [18: 499], а второй отсылает к роду (*цветочек* – ‘уменьш.-ласкат. к *цветок*’ [12: 1205]).

На видовые обозначения, принадлежащие к разным родовым группам, указывают сочетания «*Шапки-тапки*» в названии магазина («**головной убор**, преимущ. теплый или мягкий’ + ‘вид домашней или спортивной **обуви**’ [12: 652, 1317]) и «*Лосось и кофе*» – в названии ресторана («крупная съедобная **рыба** с нежным мясом розового цвета’ + «**напиток**, приготовленный из зерен тропического растения – кофейного дерева» [12: 91, 1490]). Следует отметить, что данная модель («гипоним (1-й род) + гипоним (2-й род)») характеризует язык XXI в. – она не встречается в древних текстах.

По современной семантической модели («**процесс + результат**») построена номинация компании «*Ели-Худели*», предоставляющей наборы готовой еды, которая включает в себя глаголы, указывающие на процесс (*ели*) и результат (*похудели*), важный для людей, следующих здоровому образу жизни.

В названии пекарни «*Вкусно-Сытно*» парное именование дает оценку качества продукции с точки зрения **процесса** принятия пищи («приятный на вкус») и **результата** («питательный, хорошо насыщающий») [12: 91, 308, 629]), а в названии кафе «*Вкусно-Быстро*» – только **процесса** и **времени**, необходимого для его осуществления («совершающийся в короткий промежуток времени») [12: 213, 308, 629].

Номинация брачного агентства «*Шуры-муры*» («любовные дела, похождения, флирт») возникла в XIX в., а основана она, по одной из версий, на французском сочетании *cher amour* («дорогая» и «любовь»), по другой – на обороте «от слова шуркать ‘производить

шорох', 'шарить, искать что-л.', 'прокрасться, шмыгнуть', а *муры* (сокращенно от *амуры*) вошло для рифмы. Первоначальное значение, возможно, 'шушуканье амурное' [4: 772].

Таким образом, в составе внутригородской ономастической лексики широко представлены современные коммерческие урбанонимы, отражающие историю русского языка путем исполь-

зования древних парных именованний/двандва в исконном или измененном виде, а также при помощи употребления их структурно-семантических моделей. Дальнейшее изучение функционирования данных и подобных единиц позволит наглядно продемонстрировать динамику отражения в языке русской ментальности [9] как единый непрекращающийся процесс. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Аверина С.А. О принципах организации агиографического текста // Язык и текст: Межвузовский сборник памяти профессора М.А. Соколовой / Под ред. В.В. Колесова. СПб., 1998.
2. Англо-русский словарь / Под ред. О.С. Ахмановой. М., 1992.
3. Артамонова М.В. Парные именованья в древнерусском тексте. Владимир, 2009.
4. Бирях А.К., Мокиенко В.М., Степанова Л.И. Русская фразеология: Историко-этимологический словарь. М., 2007.
5. Даль В.И. Пословицы и поговорки русского народа. М., 1879. Т. II.
6. Жолобов О.Ф. Заметки о сакральном типе номинации // Историческая стилистика русского языка / Под ред. З.К. Тарланова. Петрозаводск, 1998.
7. Иванов В.В., Топоров В.Н. Исследования в области славянских древностей: лексические и фразеологические вопросы реконструкции текста. М., 1974.
8. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. М., 2009.
9. Пименова М.В. Динамика отражения в языке русской ментальности // Русский язык за рубежом. 2018. № 3.
10. Пименова М.В. Красотою украси: выражение эстетической оценки в древнерусском тексте. СПб.; Владимир, 2007.
11. Ремчукова Е.Н., Замалетдинова Л.Р. Коммерческие урбанонимы России в аспекте креативной речевой деятельности // Ценности и смыслы. 2016. № 6 (46). Т. 1.
12. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. В 4 т. М., 1996.
13. Трубачев О.Н. Этимологические исследования по русскому языку. Вып. II. М., 1962.
14. У Ляньлянь. Семантические и структурные особенности парных именованний в современном русском языке // Известия СмолГУ. 2018. № 2 (42).
15. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. В 4 т. СПб., 1996. Т. I.
16. Фразеологический словарь русского языка / Под ред. А.И. Молоткова. М., 1987.
17. Химик В.В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. СПб., 2004.
18. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь русского языка. В 2 т. М., 1994.

References

1. Averina S.A. O principah organizacii agiograficheskogo teksta // Yazyk i tekst: Mezhvuzovskij sbornik pamjati professora M.A. Sokolovoj / Pod red. V.V. Kolesova. SPb., 1998.
2. Anglo-russkij slovar' / Pod red. O.S. Ahmanovoj. M., 1992.
3. Artamonova M.V. Parnye imenovaniya v drevnerusskom tekste. Vladimir, 2009.
4. Biriĥ A.K., Mokiĕnko V.M., Stepanova L.I. Russkaya frazeologiya: Istoriko-etimologičeskij slovar'. M., 2007.
5. Dal' V.I. Poslovcy i pogovorki russkogo naroda. M., 1879. T. II.
6. Zholobov O.F. Zametki o sakral'nom tipe nominacii // Istoricheskaya stilistika russkogo yazyka / Pod red. Z.K. Tarlanova. Petrozavodsk, 1998.
7. Ivanov V.V., Toporov V.N. Issledovaniya v oblasti slavyanskih drevnostej: leksicheskie i frazeologičeskie voprosy rekonstrukcii teksta. M., 1974.
8. Krysin L.P. Tolkovij slovar' inoyazyčnyh slov. M., 2009.
9. Pimenova M.V. Dinamika otrazheniya v yazyke russkoj mental'nosti // Russkij yazyk za rubezhom. 2018. № 3.
10. Pimenova M.Vas. Krasotoju ukrasi: vyrazhenie estetičeskoj ocenki v drevnerusskom tekste. SPb.; Vladimir, 2007.
11. Remchukova E.N., Zamaletdinova L.R. Kommercheskie urbanonimy Rossii v aspekte kreativnoj rechevoj deyatel'nosti // Cennosti i smysly. 2016. № 6 (46). T. 1.
12. Tolkovij slovar' russkogo yazyka / Pod red. D.N. Ushakova. V 4 t. M., 1996.

13. Trubachev O.N. Etimologicheskie issledovaniya po russkomu yazyku. Vyp. II. M., 1962.
14. U Lyan'lyan'. Semanticheskie i strukturnye osobennosti parnyh imenovanij v sovremennom russkom yazyke // Izvestiya SmolGU. 2018. № 2 (42).
15. Fasmer M. Etimologicheskij slovar' russkogo yazyka. V 4 t. SPb., 1996. T. I.
16. Frazеologicheskij slovar' russkogo yazyka / Pod red. A.I. Molotkova. M., 1987.
17. Himik V.V. Bol'shoj slovar' russkoj razgovornoj ekspressivnoj rechi. SPb., 2004.
18. Chernyh P.Ya. Istoriko-etimologicheskij slovar' russkogo yazyka. V 2 t. M., 1994.

M.V. Pimenova, Wu Lianlian

FACTOR CONDITIONALITY OF FUNCTIONING OF BORROWINGS IN SPEECH OF REPRESENTATIVES OF THE SENIOR GENERATION

Onomastic vocabulary, commercial urbanity, paired names, dvandva, syncretic value, the structural model, naming, the history of language.

The article deals with intricacy onomastic vocabulary as a reflection of the history of the Russian language. On the material commercial urbanity of the city of Vladimir region (the contemporary names of shops, restaurants, cafes, salons, firms, etc.), illustrates the operation of the ancient of paired names (bread and salt, geese and swan, young and old, black and white, etc.), as well as use cases and their semantic and structural patterns in the naming.

НОВОСТИ НОВОСТИ НОВОСТИ НОВОСТИ

2 февраля исполнилось 90 лет Юрию Дерениковичу Апресяну, академику РАН, доктору филологических наук, профессору, главному научному сотруднику Института русского языка им. В.В. Виноградова РАН.

Ю.Д. Апресян – лидер Московской семантической школы. Его научные интересы обширны: семантика, синтаксис, структурная лингвистика, формальные модели языка, машинный перевод, теоретическая и практическая лексикография. Под его руководством создан «Новый объяснительный словарь синонимов русского языка», продолжается работа над «Активным словарем русского языка», главный принцип которого – ориентация на использование не слушающим (читающим), а говорящим (пишущим).



Обширна не только научная, но и преподавательская деятельность Юрия Дерениковича, причем не только в нашей стране. Ю.Д. Апресян читал семестровые курсы лекций в Австралии, Австрии, США, ФРГ, а также курсы лекций в разных странах Европы, США, Азии и СНГ. Ученый был награжден золотой медалью Владимира Даля РАН (2005), премией А. Гумбольдта (ФРГ, 1993), он почетный профессор МГУ (1999), doctor honoris causa Софийского университета имени Святого Климента Охридского с почетной «Синей лентой» (Болгария, 2005), иностранный член Национальной академии наук Республики Армения (2008), doctor honoris causa Варшавского университета (Польша, 2012).

По материалам сайта gramota.ru