

О МЕСТЕ СЛОВ — СПОРТИВНЫХ НАЗВАНИЙ В ОНОМАСТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

М. Е. Новичихина, А. А. Минакова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 23 октября 2024 г.

Аннотация: работа посвящена выявлению роли и места спортивного названия в ономастическом пространстве. Предлагается трактовать спортивное название как квазисобственное или условное имя. Демонстрируются недостаточная корректность использования термина «спортоним» как способного ввести в заблуждение относительно положения спортивных названий в общей системе имен собственных.

Ключевые слова: спортивное название, спортоним, имя собственное, квазисобственное имя, ономастическое пространство.

Abstract: the paper is devoted to the identification of the role and place of a sports name in onomastic space. It is proposed to interpret a sports name as a quasi-subordinate or conventional name. The paper demonstrates the insufficient correctness of the use of the term "sportonym" as capable of misleading about the position of sports names in the general system of proper names.

Keywords: sports name, sportsonym, proper name, quasi-proprietary name, onomastic space.

Объектом исследования в данной работе является феномен так называемой спортивной номинации. Под спортивной номинацией будем понимать номинацию объектов действительности, имеющих то или иное отношение к сфере спорта. О различных аспектах спортивной номинации пишут А. А. Миронова [1], А. В. Пивцайкина [2] и многие другие. Понятие спортивной номинации весьма обширно и охватывает принципиально отличающиеся процессы. С одной стороны, это номинация любого спортивного предмета или явления (например, *шайба, биатлон, коньки* и т.п.). С другой стороны, это номинация команд, стадионов, спортивных марок и др. Результатом такого вида спортивной номинации становятся, например: «Спартак» — название московского футбольного клуба, «Лужники» — название спортивного комплекса в Москве, PumaFuture — название футбольных бутс от спортивного бренда PUMA.

Для обозначения результатов последнего обсуждаемого вида номинирования используются различные термины, среди них: спортивное название (спортивное имя), спортоним и другие.

Например, в ряде публикаций обозначенный предмет исследования номинируется как спортивное название (см. подробнее в: [3, 122]), при этом в упомянутой работе спортивные названия исследуются на примере названий футбольных клубов.

Часть авторов рассматривает фантазийные спортивные названия как часть так называемой спортивной неологии (о спортивной неологии см., например, в [4]).

Н. Н. Бобырева пишет о так называемой спортивной номенклатуре [5, 7] и соглашается с выводом

Б. А. Зильберта о том, что «названия спортивных федераций, обществ, команд, марок и видов спортивного инвентаря и средств передвижения (например, ФИФА, «Спартак»)» следует отнести к полутерминологической лексике [6, 92–93].

А. П. Седых, И. А. Котенева и Л. В. Смирнова используют термин «спортоним», трактуют его как результат так называемой спортивной номинации и отмечают, что «спортивная номинация в языковой культуре выполняет ряд функций, связанных со способами идентификации, топологическими моделями отражения действительности, институциональными и аксиологическими характеристиками» [7, 273]. О спортонимах пишет также В. И. Мозговой, ставя их в один ряд с другими онимами [8, 25].

Несмотря на то, что термин «спортоним» сравнительно недавно появился в научной литературе, он начинает активно использоваться и, с одной стороны, вполне имеет право на существование.

Между тем нами усматривается определенная неточность этого термина, что мы и попытаемся обосновать в данном исследовании.

Итак, обращает на себя внимание тот факт, что использование применительно к изучаемому объекту термина «спортоним» свидетельствует об отнесении этого вида названий к так называемым онимам, или именам собственным.

Насколько правомочно трактовать спортивные названия как имена собственные?

Конечно, решение проблемы места спортонимов в ономастическом пространстве заметно усугубляется относительностью границы онимов и апеллятивов, о чем в том или ином аспекте неоднократно писали, например, Н. П. Бутенко [9, 34–35], Н. Б. Гар-

бовская [10, 5], Ю. Н. Мельникова и Е. С. Шигорева [11, 183], В. А. Никонов [12, 28], Е. А. Нахимова [13, 27], А. Х. Гузиева [14, 11] и многие другие.

Совершенно не случайно некоторые исследователи отмечают обособленность ряда названий [15, 89] или их принадлежность к «особому разряду имен» [16, 110].

С нашей точки зрения, спортивные названия, несмотря на целый ряд черт имен собственных, одновременно обладают и значимыми специфическими особенностями.

Рассмотрим и эти особенности, и в целом положение современного спортивного названия в общем пространстве имен. Для этого, признав, что «различие между собственными и нарицательными именами заключается не в морфологии и не в семантике, а в употреблении, использовании, функции обоих лексических классов...» [17, 167], обратим внимание на одну из функций спортивного названия — информативную функцию. В отличие от имен других видов, предназначенных для номинирования того или иного объекта, дифференцирования от других однородных объектов, но не предназначенных сообщать никакую информацию об этом объекте, спортивное название изначально нацелено на подобное информирование. Более того, функция информирования в случае со спортивным названием может быть по праву отнесена к категории основных. Спортивное название по своей сути призвано сформировать определенное представление о номинируемом объекте, дать ему как можно более развернутую характеристику; иными словами, можно утверждать, что спортивное название однозначно выходит за пределы одного лишь номинирования и дифференцирования. Например, название футбольного клуба «Краснодар» призвано информировать адресата о том, что это краснодарская команда; название футбольной команды «Арсенал» свидетельствует о том, что она создана на оружейном заводе (г. Тула).

Далее следует вспомнить о постулируемой рядом авторов случайности (произвольности) имен собственных [18, 72; 19, 21; 11, 185]. Многочисленные исследования свидетельствуют о том, что, в отличие от имен других видов, спортивное название никогда не является случайным. К примеру, футбольная академия «Хет-Трик» названа так по следующей причине: хетт-трик — это три гола, который забил один и тот же игрок в одном матче.

Спортивное название, в отличие от многих других видов имен, может быть представлено лексемой, принадлежащей к разным частям речи, более того — быть как однословным, так и многословным (например: «Крылья Советов» — название футбольного клуба Самары; «Быстрый дельфин» — школа плавания в Зеленограде и т.п.). Этот факт также заметно дифференцирует коммерческие названия и другие элементы ономастического пространства. Тезис же А. В. Суперанской о том, что «предметность как ос-

новное свойство категории собственных имен требует от слов, относящихся к ней, субстантивности. Поэтому при широких возможностях различных частей речи быть собственным именем лучшие «кандидаты» в имена собственные — существительные. А не-существительные ... стремятся к субстантивации» [18, 105–109], применительно к спортивным названиям по меньшей мере неточен.

Стоит обратить внимание и на графическую подачу спортивных названий. В. М. Пахомов, обсуждая проблему использования кавычек в названии, со ссылкой на А. В. Суперанскую подразделяет все имена на реальные (не являющиеся условными) и условные [20]. Условные имена, как пишет В. М. Пахомов, отличаются графически от реальных использованием кавычек на письме. Приведенные автором примеры (газета «Комсомольская правда», вино «Исповедь грешницы», автомобиль «Тойота-Королла» и т.п.) иллюстрируют сформулированный им вывод.

Как известно, использование кавычек становится принципиальным для русского спортивного названия. Такая графическая подача является важнейшей внешней особенностью, которая также ставит спортивные названия в особое положение в системе имен. Исключение составляют лишь названия-аббревиатуры (например, ЦСКА).

В связи со статусом спортивного названия имеет смысл затронуть и такой дискуссионный вопрос, как вопрос о значении имени собственного. С нашей точки зрения, удачный обзор взглядов на эту проблему представлен в работах И. И. Гришиной [21] и О. З. Книжниковой [22]. Конечно, стоит согласиться с В. Д. Бондалетовым в том, что «эта проблема не столько лингвистическая, сколько логическая и философская» [23, 11].

Известный тезис Дж. Милля о том, что «у собственного имени нет решительно никакого значения» [24] может выглядеть спорным применительно к спортивному названию, особенно с учетом описанного выше факта о способности спортивного названия донести до адресата некую информацию.

В целом же можно утверждать, что у спортивного названия — совершенно особое место в системе имен собственных. Наиболее логичным представляется его отнесение к квазисобственным или к условным именам собственным.

Все перечисленные причины становятся основанием для вывода о том, что термин «спортоним» является не вполне точным, поскольку способен ввести в заблуждение относительно положения спортивных названий в общей системе имен собственных. Используемый же нами термин «спортивное название» этого недостатка лишен.

Спортивные названия можно рассматривать как результат так называемой спортивной номинации, а также как заметную часть спортивной лексики и, наконец, как часть спортивного дискурса.

В целом же следует согласиться с наблюдением А. В. Суперанской о том, что «введение в научный оборот массы новых категорий имен рушит прежние теории имени собственного» [26, 91]. Спортивные названия — показательный пример имен такого типа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Миронова А. А. Особенности номинации предметов экипировки для занятия спортом в китайском рекламном тексте / А. А. Миронова // Мир науки, культуры, образования. — 2023. — № 3. — С. 383–385.
2. Пивцайкина А. В. Номинация футбольных команд в английском языке / А. В. Пивцайкина // Ogarёv-Online. — 2020. — № 12. — Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/arts/nominaciya-futbolnyxkomand-v-anglijskom-yazyke> (дата обращения: 14.10.2024).
3. Минакова А. А. О некоторых результатах исследования коммуникативной эффективности результатов нейминга в спорте / А. А. Минакова // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы. — Воронеж, 2023. — С. 122–123.
4. Машуш А. А. Проблема определения корпуса спортивной неологии / А. А. Машуш, И. С. Климас // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. — 2013. — № 3 (27). — С. 183–189. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-opredeleniya-korpusa-sportivnoy-neologii> (дата обращения: 21.10.2024).
5. Бобырева Н. Н. Термины, номены и прагматонимы в специальном языке спорта / Н. Н. Бобырева // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. — 2021. — № 3. — С. 5–10.
6. Зильберт Б. А. К вопросу о составе специальной лексики физической культуры и спорта и ее месте в лексической системе современного русского языка / Б. А. Зильберт // Язык и общество. Социоллингвистические проблемы лексикологии: межвуз. науч. сб. — Саратов: Изд-во Саратов. ун-та. — 1982. — № 6. — С. 76–93.
7. Седых А. П. Спортивная номинация: универсальные и национально-культурные аспекты / А. П. Седых, И. А. Котенева, Л. В. Смирнова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2020. — Т. 13, № 7. — С. 271–278.
8. Мозговой В. И. Социально-правовой статус имени собственного: дис. ... д-ра филол. наук / В. И. Мозговой. — Донецк, 2021.
9. Бутенко Н. П. К вопросу о «семантике» собственных имен / Н. П. Бутенко // Актуальные проблемы лексикологии: Тезисы докладов и сообщений всесоюзной научной конференции. — Минск: Изд-во БГУ. — 1970. — С. 34–35.
10. Гарбовская Н. Б. Онимные и отонимные новообразования в современных массмедийных текстах: дис. ... канд. филол. наук / Н. Б. Гарбовская. — Майкоп, 2006.
11. Мельникова Ю. Н. Статус имен собственных в лексической системе: в сопоставлении с именами нарицательными / Ю. Н. Мельникова, Е. С. Шигорева // Лексикография и коммуникация — 2015: материалы I междунар. науч. конф. / под ред. А. П. Седых. — Белгород, 2015. — С. 181–188.
12. Никонов В. А. Введение в топонимику / В. А. Никонов. — М.: Наука. — 1965.
13. Нахимов Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации: монография / Е. А. Нахимов. — Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т; Ин-т социального образования, 2007.
14. Гузиева А. Х. Статус имени собственного в составе ФЕ в прецедентных текстах: автореф. дис. ... канд. филол. наук / А. Х. Гузиева. — Нальчик, 2003.
15. Pels J. Studies in Functional Logical Semiotics of Natural Language / J. Pels. — The Hague. Paris, 1971.
16. Глухова О. В. Словесный товарный знак: апеллятив или онома / О. В. Глухова // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. — 2008. — № 76–1. — С. 106–110.
17. Белецкий А. А. Лексикология и теория языкознания (ономастика) / А. А. Белецкий. — Киев: Изд-во Киев. ун-та, 1972.
18. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. — М.: Наука, 1973.
19. Габдуллина И. Ф. Переход имен собственных в имена нарицательные в английском, немецком и татарском языках: дис. ... канд. филол. наук / И. Ф. Габдуллина. — Казань, 2003.
20. Пахомов В. М. Кавычки и смежные орфографические явления в сфере номинации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / В. М. Пахомов. — М., 2008.
21. Гришина И. И. О двух подходах к интерпретации имени собственного / И. И. Гришина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2010. — № 1 (5). Ч. 2. — С. 77–80.
22. Книжникова О. З. О семантике имени собственного / О. З. Книжникова // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. — 2009. — Вып. 2. — С. 237–243.
23. Бондалетов В. Д. Русская ономастика / В. Д. Бондалетов. — М.: Просвещение, 1983.
24. Mill J. St. Of names. Theory of meaning / J. St. Mill. — Prentice Hall, 1970. — 90 p.

Воронежский государственный университет
Новичихина М. Е., доктор филологических наук, профессор кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна,
E-mail: novichihiname@mail.ru

Минакова А. А., студентка факультета журналистики
E-mail: alya.minakova.02@inbox.ru

Voronezh State University
Novichihina M. E., Doctor of Philology, Professor of the Public Relations, Advertising and Design Department
E-mail: novichihiname@mail.ru

Minakova A. A., Student of the Faculty of Journalism
E-mail: alya.minakova.02@inbox.ru