

DOI: 10.17805/zpu.2015.2.21

Принцип системности в эмпоронимике (на материале наименований г. Абакана)

Т. А. Кадола

(ХАКАССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Н. Ф. КАТАНОВА)

В статье рассматривается совокупность наименований городских торговых объектов (эмпоронимов) как система, которой присущи открытость, динамичность, нежесткие связи между элементами, что обусловлено обращенностью эмпоронимики к экстралингвис-

тической действительности, тесной связью с физическими объектами и социальными процессами.

Анализ проводился на материале эмпоронимов и годонимов города Абакана методами ассоциативного эксперимента, структурно-семиотического метода, опроса, анализа словарных дефиниций. Опрос сопровождался ассоциативным экспериментом, в котором было задействовано 705 респондентов 17–76 лет обоих полов с разным уровнем образования. Эксперимент показал, что отсутствие мотивации у эмпоронима затрудняет восприятие названия и способно вызвать негативные ассоциации.

Автором описываются разновидности парадигматических, синтагматических и эми-дигматических отношений в области эмпоронимики. Являясь результатом процесса вторичной номинации, эмпоронимы демонстрируют отношения синонимии, антонимии, полисемии и т. п. Также к парадигматическим отношениям в области наименований городских объектов относятся тематические группы, лексико-семантические группы, гиперо-гипонимические отношения. Синтагматические отношения в области эмпоронимики проявляются при взаимодействии наименования и называемого объекта, а также на собственно языковом уровне как отношения последовательности звуков, морфем, лексем. В отношении мотивации эмпоронимы вступают со словами русского и других языков и с другими наименованиями.

Сделан вывод, что принцип системности позволяет рассмотреть эмпоронимику как сложное единство, в котором выделяются составные части и структурные связи между ними и которое выполняет единую функцию.

Ключевые слова: эмпоронимы, годонимы, языковая система, парадигматика, синтагматика, эпидигматика, мотивирующий признак, Абакан.

ВВЕДЕНИЕ

Для лингвистических работ рубежа XX–XXI вв. характерно стремление к выявлению типичных речевых явлений, возникающих при использовании русского языка. Такие особенности современной языковой ситуации, как демократизация языка, отказ от употребления канцеляризмов, тенденция к употреблению сниженной лексики носителями литературного языка, интенсивный процесс заимствования иноязычных слов и др., находят свое отражение и в городском речетворчестве, к проявлениям которого относятся так называемые урбанонимы — наименования городских объектов.

В представленной работе материалом исследования выступают наименования торговых объектов (эмпоронимы) города Абакана — столицы Республики Хакасия. Также для анализа привлекаются и наименования линейных внутригородских объектов — улиц, проездов, переулков (годонимы). Номинации городских объектов рассматриваются нами как семиотическая сущность, представляющая собой единство вербальных и невербальных элементов наименования торгового заведения, что делает возможным описание *вывески* как текста, так как эмпоронимы обладают такими текстуальными характеристиками, как информативность, направленность на адресата, членимость на единицы, тематическое единство, интертекстуальность (см.: Кадола, 2012). Такой подход к изучению наименований городских объектов дает возможность выявить принципы организации речевых и неречевых элементов в них, т. е. определить те руководящие идеи, основные правила, детерминирующие выбор и функционирование лингвистических и экстралингвистических средств.

В различных областях научного знания описаны такие принципы организации единиц, как простота, соответствие, инвариантность, наблюдаемость, симметрия, системность и др. Например, И. В. Пекарская осуществила комплексное константно-принциповое описание элокутивной системы русского языка. Среди принципов построения экспрессивных языковых/речевых единиц ею выделены синтагматические

(принцип сравнения, аналогии, контаминации, контраста) и парадигматические (принцип экономии, избыточности, симметрии, асимметрии) (Пекарская, 2000). Анализ эмпоронимов города Абакана позволил нам выявить принципы системности, симметрии/асимметрии, контаминации, сравнения, экономии. Исследование проводилось при использовании компонентного анализа, описательного метода, интен-анализа, сравнительно-сопоставительного метода, интервьюирования, опросов (авторов номинации и потребителей), внутренней интроспекции (лингвистической интуиции).

Ниже представлено описание принципа системности в области наименований торговых объектов города Абакана. Принцип системности является универсальным для современной науки. В. Н. Садовский понимает данный принцип как «философское универсальное утверждение, согласно которому все предметы и явления мира представляют собой системы той или иной степени целостности и сложности» (Садовский, 2010: 558). Осознание системного характера языка восходит к работам В. фон Гумбольдта, отметившего, что «в языке нет ничего единичного, каждый отдельный его элемент проявляет себя лишь как часть целого» (Гумбольдт, 1984: 313–314), и употреблявшего выражение «языковая система»: «У каждого народа создается необходимое количество членораздельных звуков, отношения между которыми строятся в соответствии с потребностями данной языковой системы» (там же: 86). Позже идея о системном устройстве языка получила развитие в работах И. А. Бодуэна де Куртенэ (Бодуэн де Куртенэ, 1963ab) и Ф. де Соссюра (Соссюр, 2007). И если системный характер фонологического и грамматического уровней языка представлялся исследователям бесспорным, то вопрос о системности лексики стал дискуссионным. Так, В. М. Жирмунский отметил: «Наличие или отсутствие “системы” в лексике представляет наиболее трудный и теоретически совершенно не проясненный вопрос» (Жирмунский, 1958: 51). Рассуждая о лексическом уровне, он подвергал сомнению наличие системной связи между словами: «В словарном составе языка, как в сокровищнице слов, обозначающих многообразие предметов реальной действительности, системная связь между отдельными его частями очень незначительна и определяется в основном реальными отношениями этой внеязыковой действительности» (там же: 52). Нам ближе позиция ученых, признающих системный характер лексики, таких как А. В. Щерба, В. В. Виноградов, В. Г. Гак, А. И. Смирницкий, А. А. Уфимцева и др. (см., напр.: Уфимцева, 1972; Бородин, Гак, 1979). Рассматривая лексический уровень языка с точки зрения системности, исследователи учитывают специфичность лексики как более открытой, динамичной системы с нежесткими связями между единицами. И. Р. Гальперин пишет: «Лексика языка с точки зрения системности не может также быть уподоблена грамматике языка. Но представлять себе слова как неорганизованные элементы общей системы языка, значит отрицать самую системность языка. Лексика языка может быть представлена как некая стройная система, в которой различные аспекты слова, как, например, значения, понятия, морфологическая структура, стилистическая характеристика и пр., могут быть организованы как зависимые элементы системы» (Гальперин, 1958: 51–52).

Признание наличия системных связей в лексике дает нам возможность рассматривать эмпоронимику как системное образование, складывающееся спонтанно, но внутри которого имеют место разного рода отношения между элементами.

ЭМПОРОНИМИКА КАК СИСТЕМА

Совокупность эмпоронимов как знаков образует одну из семиотических систем повседневности, которая пронизывает все городское пространство. Выражая повседневность, т. е. «процесс жизнедеятельности индивидов, развертывающийся в привычных общеизвестных ситуациях на базе самоочевидных ожиданий» (см.: Ионин, 2007: 204), наименования городских объектов связаны с трудовой деятельностью и предполагают внимание к различным проявлениям жизни.

Нами было проведено исследование с целью проанализировать реакции носителей языка на эмпоронимы Абакана, выявить устойчивые представления о том, как должно быть названо то или иное заведение. В качестве метода использовался опрос, направленный на выявление удачности/неудачности названия, сопровождающийся ассоциативным экспериментом, во время которого реципиентам предлагалось за короткое время указать ассоциации, вызываемые номинацией. Реципиентами выступали люди 17–76 лет обоих полов с разным уровнем образования (среднее, среднее профессиональное, высшее, дополнительное послевузовское) и сферой деятельности. Всего 705 человек. Опрос проводился в городе Абакане в 2012–2013 гг., также в эксперименте участвовали жители г. Черногорска, Саяногорска, Минусинска.

Проведенный опрос показал, что в сознании людей — реципиентов вывесок существуют некие устойчивые представления о том, как должен называться тот или иной объект городского пространства. Это выражалось в высказываниях: «Неправильное название», «Название не соответствует заведению», «Лучше бы они назвали фирму...» и т. п. Подобные реакции позволяют нам говорить о формировании системы представлений об особенностях номинаций торговых заведений, своего рода правил их названия. Полагаем, что в языковом сознании носителей языка существует некая «наивная теория номинации» — совокупность представлений о том, как должно быть названо то или иное заведение. Формирование и усложнение «наивной ономазиологии» может стать основой для совершенствования механизмов регулирования создания эмпоронимов на официальном уровне. В настоящее время в Абакане, как и в большинстве городов, органами городской власти регулируется в большинстве случаев создание топонимов: решение о наименовании или переименовании внутригородских объектов на территории г. Абакана принимает городской Совет депутатов, который руководствуется при этом заключением Комиссии по наименованию и переименованию внутригородских объектов в г. Абакане, мнением мэра г. Абакана и жителей города. Важно отметить, что в отдельных городах органами власти также предпринимаются попытки регламентировать создание и функционирование эмпоронимов, например в г. Барнауле членами Топонимической комиссии.

Учитывая результаты проведенного опроса и ассоциативного эксперимента, мы полагаем, что наименования городских объектов представляют собой не просто список нерегулярностей, а систему, элементами которой являются сами названия. Эта система имеет ряд особенностей, отличающих ее от других систем, к ним относятся открытость, динамичность, нежесткость связей между элементами.

Открытость. Эмпоронимика обращена к экстралингвистической действительности, тесно связана с физическими объектами и социальными процессами, мировоззрением, культурой. Исследование мотивирующих признаков в наименованиях автосервисов, аптек, оптик, стоматологических клиник, продуктовых магазинов, кафе, магазинов одежды показало, что название может быть мотивировано образом заведения, закрепленным в сознании носителей языка, а также определенными культурно

значимыми установками. В частности, были выявлены следующие мотивирующие признаки: *продаваемый товар* («Мяско», «Российский трикотаж», «Сибирские пельмени»), *субъект оказания услуги* («Автомеханик», «Ваш доктор», «Дантист»), *место расположения объекта* («Оптика на Ленина», «Перекресток», «Хакасия»), *имя владельца* («Тамара», «Юлия», «Полина»), *положительные культуремы* («Дружба», «Гарантия», «Здоровье») и др. (см.: Кадоло, 2013). Такое разнообразие мотивирующих признаков свидетельствует о том, что эмпоронимика тесно связана с разного рода социальными, культурными, психическими областями.

Динамичность. Социальные и культурные процессы, изменения в сознании людей приводят к появлению новых наименований (если строится новый район, то необходимо дать названия улицам; новому магазину нужна вывеска, привлекающая внимание потребителей). При этом существуют некие константные наименования, близкие к классификаторам («Аптека», «Оптика», «Продукты», «Автосервис») и часто вытесняемые индивидуализированными номинациями. Так, смена общественного вектора в России конца XX в. привела к переходу от жесткой нормированности публичной речи — к раскрепощению, от коллективизма в жизни и речевом поведении — к индивидуальности. Это нашло отражение и в вывесках: таких номинаций, как «Продукты», «Промтовары», «Аптека», «Одежда», стало заметно меньше. На смену им пришли более яркие, индивидуальные названия: «Славянское общество», «Жемчужина», «Фармавита», «Афродита», «Глория», «Магия красоты», «У Ольги» и др.

Нежесткость связей между элементами означает, что появление одних наименований не требует возникновения новых, мотивирующий признак в них не является строго детерминированным — он выбирается произвольно. Известны примеры эмпоронимов, мотивирующей основой которых является наименование внутригородского объекта, но такая связь между производной и производящей основами не является обязательной и строго закрепленной. Например, продуктовый магазин «Северный» назван так, потому что расположен рядом с проездом Северным, но эмпороним «Арбат» отражает связь не с улицей, на которой находится магазин, а с известным московским топонимом как культурным знаком.

Несмотря на то что системные свойства в эмпоронимике, как и в лексической подсистеме естественного языка, ослаблены, внутри области наименований имеют место три вида системных отношений.

СИСТЕМНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ОБЛАСТИ НАИМЕНОВАНИЙ ГОРОДСКИХ ОБЪЕКТОВ

1. *Парадигматические отношения в эмпоронимике.* Как и все лексемы, наименования торговых объектов находятся между собой в отношениях разного типа: парадигматических (отношениях противопоставленности), синтагматических (отношениях сочетаемости, последовательности), эпидигматических (отношениях мотивированности) (Шмелев, 1977).

В современной лингвистике описаны такие разновидности парадигматических отношений в лексике, как тематические группы, лексико-семантические группы, лексико-семантическое поле, синонимия, антонимия, полисемия, омонимия, гиперо-гипонимические ряды, градуальные ряды, ассоциативные и др. В данные классы единицы, имеющие общие и дифференциальные семантические признаки, объединяются на основе оппозитивных отношений.

Являясь результатом процесса вторичной номинации, эмпоронимы демонстрируют отношения синонимии, антонимии, полисемии и т. п. Из всего множества разно-

видностей лексических отношений мы рассмотрим лишь те, которые составляют специфику области эмпоронимики. К парадигматическим отношениям в области наименований городских объектов относятся следующие разновидности.

Тематические группы. Такого рода объединения обусловлены тесной связью наименований с внеязыковой действительностью. В соответствии с ней все наименования можно поделить на группы в соответствии с типом обозначаемого объекта: названия продуктовых магазинов, медицинских учреждений, кафе, театров и др. Такого рода классификации приводятся в бизнес-справочниках организаций и предприятий, телефонных справочниках, рекламно-информационных изданиях.

В отличие от тематических классов слов, выделяемых в лексикологии, частеречная принадлежность¹ эмпоронимов достаточно однородна: эмпоронимы относятся, как правило, к именам существительным («Лилия», «Целитель», «Пирамида»), в отдельных случаях они представляют собой словосочетания («Центр трикотажа», «Чистый лист», «Тепло в дом», «Три медведя») и предложения («С пылу с жару», «Как сыр в масле»). Годонимы в отличие от них чаще являются именами прилагательными (улицы: Ачинская, Восточная, Загородная), реже именами существительными в родительном падеже (проезд Юности) или именительном (улица Гавань). Названия улиц тоже могут быть словосочетаниями (ул. Красных партизан, Ленинского Комсомола, Советских Космонавтов), а также состоять из имени числительного (ул. Первая, Четырнадцатая, Тридцать вторая, всего в Абакане 45 улиц названо по этой модели). Распределяя наименования городских объектов по частям речи, мы выделяем *лексико-семантические группы*.

Гиперо-гипонимические отношения. В родовидовые отношения вступают наименования, различные по степени обобщения, например, «Аптека» является гиперонимом по отношению к гипонимам «Фармавита», «Здоровит», «Фармастер». Последние три наименования находятся между собой в гипо-гипонимических отношениях.

2. *Синтагматические отношения в области эмпоронимов.* Полагаем, что в некие отношения сочетаемости вступает наименование и называемый объект, как текст и заголовок. Мы полагаем, что эмпоронимы не обладают информационной самодостаточностью в чистом виде, их содержательность следует рассматривать в связи с номинируемым объектом, таким образом, вывеска выступает в роли заголовка к тексту, которым в данном случае является названное заведение. Именно обозначаемый объект «диктует» название-заголовок. Такое приравнивание объекта к тексту близко пониманию текста в широком смысле, принятому в семиотике, как объекта, созданного в процессе культурной или социальной деятельности человека, например, Р. Барт понимает под текстом «ненаглядное, незримое, социальное, многомерное пространство» (Барт, 1989: 414–415).

Часто носители языка высказывают мнения о том, что какое-то название не подходит к некоему заведению. Оно может возникать по причине игнорирования денотативного компонента значения («Мегарон»), культурной нагрузки («Медведя»), ассоциативного компонента, т. е. из-за несоблюдения правила семантического согласования. Проведенный нами опрос показал, что часто названия, воспринятые сами по себе, отмечаются как удачные в силу их благозвучности; восприняв те же самые названия с пояснением о номинируемом объекте, реципиенты отмечают их как неудачные из-за нарушения смыслового единства. Так, одни и те же опрашиваемые сочли удачными, красивыми, солидными названия «Megaron», «Греми», «Реверс», «Полиграф», «Норма», но, узнав, что первое является наименованием салона красоты, второе — магазина товаров для детей, третье — ателье, четвертое — агентства кадровой

безопасности, пятое — мебельного магазина, обозначили их как неудачные, не соответствующие обозначаемому объекту, абсурдные и примитивные.

Также синтагматические отношения проявляются и на собственно языковом уровне эмпоронима. Любой эмпороним представляет собой последовательность звуков и морфем: «Апельсин», «Эликсир», «Триумф», «Элегант». Часть номинаций построена на соединении лексем на основе разных типов сочинительной («Окна и двери») и подчинительной связи: согласования («Наш город», «Теплый дом», «Алые паруса»), управления («Курс дела», «Центр инноваций»), примыкания («Абаканпроект», «PIZZA-ROMA», «Красивые дома»). Зафиксированы также объединения лексем в предложения: «Cherchez Ля Фам», «Как сыр в масле».

Синтагматические отношения в области эмпоронимов тесно связаны с отношениями мотивации.

3. *Эпидигматические отношения в области эмпоронимов.* В эпидигматические отношения (отношения мотивации) эмпоронимы вступают со словами русского и других языков (например, мотивирующей основой наименования аптеки «Вита» является слово из латинского языка *vita* — «жизнь»), а также с другими наименованиями. Мотиватом может стать антропоним, топоним, годоним: например, название улицы может стать мотивирующей основой для названия заведения (магазин «Володарский» расположен на улице Володарской, кафе «Пицца Айсберг по Ленина» находится на улице Ленина).

Отсутствие мотивации затрудняет восприятие названия и способно вызвать негативные ассоциации, что подтвердил проведенный нами опрос, направленный на выявление мнения реципиентов об удачности/неудачности наименований торговых объектов. Так, большинство информантов сочли неудачными в силу их непонятности эмпоронимы: «Megaron» (салон красоты) — 88% от общего числа респондентов, «Аверса» (канцтовары) — 86,6%, «Ангстрем» (мебель) — 88%, «Гута» (металлообработка) — 81,3%, «ДатаКрат» (информационные технологии) — 68%, «Квинтесс» (охранные услуги) — 81,3%, «Массе» (бильярдный клуб) — 57,3%, «Оидис» (аптека) — 69,3%, «Ремакс» (строительно-отделочные материалы) — 66,6%, «Стендера» (мыловаренная фабрика) — 96%. Эти наименования являются квазисловами (Ремакс, ДатаКрат, Квинтесс), терминами (Ангстрем, Megaron, Массе) или словами, отсутствующими в русском литературном языке (Аверса), т. е. деэтимологизированными номинациями (мотивацию которых сложно или невозможно определить). Для «чистоты эксперимента» также предъявлялись более понятные названия, т. е. номинации с более выраженной мотивировкой: «Зодчий» (строительно-торговая компания), «Торнадо» (такси), «Форт» (охранные услуги), «TRINITY» (салон сотовой связи). Их испытуемые сочли более удачными.

Деэтимологизация эмпоронима делает его «открытым текстом», т. е. дает возможность для множественной интерпретации. Например, название ателье-парикмахерской «MoNa» составлено из первых букв фамилии и имени предпринимателя Моисеевой Натальи. Сложность определения истинного мотивационного признака приводит к появлению другой мотивирующей основы: реципиенты указывали в качестве такового имя персонажа картины Леонардо да Винчи «Мона Лиза». Мотивационными признаками лаборатории красоты «Alta Marine» испытуемыми были отмечены имя хозяйки (Марина), название испанского курорта Marina Alta, французское *marine* — «морской» и латинское *marinus* — «морской». Одни испытуемые считали, что салон-парикмахерская «Блёр» получила название в честь рок-группы, другие — по названию компьютерной игры. Наименование кафе «Калипсо» дает воз-

возможность множественной интерпретации: можно предположить, что оно дано по имени нимфы — персонажа древнегреческих мифов или в честь названного именем этой нимфы корабля Жака Ива Кусто. Таким образом, многие эмпоронимы характеризуются полимотивированностью как с точки зрения адресанта, так и с точки зрения адресата.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, эмпоронимика, являясь частью лексической подсистемы, характеризуется как открытая, динамичная система с нежесткими связями между элементами. Системность в области наименований городских торговых объектов реализуется в виде парадигматических, синтагматических и эпидигматических отношений. К парадигматическим отношениям эмпоронимов относятся тематические группы, лексико-семантические группы, гиперо-гипонимические отношения. Синтагматические отношения в номинациях торговых заведений реализованы как последовательность языковых единиц (фонем, морфем, лексем) и как сочетаемость эмпоронима с номинируемым заведением. Мотивирующей основой для эмпоронимов могут стать нарицательные слова из русского и других языков, а также другие имена собственные. При изучении мотивирующих признаков наименований нередко наблюдается явление полимотивации.

Принцип системности позволяет рассмотреть эмпоронимику как сложное единство, в котором выделяются составные части и структурные связи между ними и которое выполняет единую функцию.

Углубленный анализ системных связей в наименованиях торговых объектов города Абакана дает возможность провести исследование в аспекте синергетики и изучить в них спонтанные саморазрастающиеся структуры и природные закономерности (фрактальность, симметрию, пропорциональность, периодичное и цикличное повторение) по методике, разработанной Г. Г. Москальчук (Москальчук, Мананков, 2014).

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Частеречная принадлежность — принадлежность языковой единицы к определенной части речи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Барт, Р. (1989) Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М. : Прогресс. 616 с.
- Бодуэн де Куртенэ, И. А. (1963а) Избранные труды по общему языкознанию : в 2 т. М. : Изд-во Академии наук СССР. Т. 1. 384 с.
- Бодуэн де Куртенэ, И. А. (1963б) Избранные труды по общему языкознанию : в 2 т. М. : Изд-во Академии наук СССР. Т. 2. 391 с.
- Бородина, М. А., Гак, В. Г. (1979) К типологии и методике историко-семантических исследований (на материале лексики французского языка). Л. : Наука. 232 с.
- Гальперин, И. Р. (1958) Очерки по стилистике английского языка. М. : Изд-во литературы на иностранных языках. 462 с.
- Гумбольдт, В. фон (1984) Избранные труды по языкознанию. М. : Прогресс. 400 с.
- Жирмунский, В. М. (1958) О синхронии и диахронии в языкознании // Вопросы языкознания. № 5. С. 43–52.
- Ионин, Л. Г. (2007) Повседневность // Культурология. Энциклопедия : в 2 т. / гл. ред. и авт. проекта С. Я. Левит. М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН). Т. 2. 1184 с. С. 204–205.

Кадоло, Т. А. (2012) Текстуальные характеристики наименований городских торговых объектов // Вестник КемГУ. №4–1 (52). С. 215–219.

Кадоло, Т. А. (2013) Анализ культурных смыслов в наименованиях торговых объектов города Абакана. Абакан : Изд-во ФГБОУ ВПО «Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова». 172 с.

Москальчук, Г. Г., Манаков Н. А. (2014) Форма текста как многоуровневый конструкт // Знание. Понимание. Умение. № 4. С. 291–302.

Пекарская, И. В. (2000) Контаминация в контексте проблемы системности стилистических ресурсов русского языка : в 2 ч. Абакан : Изд-во Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. Ч. 2. 344 с.

Садовский, В. Н. (2010) Системности принцип // Новая философская энциклопедия : в 4 т. / науч.-ред. совет: В. С. Степин (предс.), А. А. Гусейнов, Г. Ю. Семигин, А. П. Огурцов и др. М. : Мысль. Т. 3. 692 с. С. 558.

Соссюр, Ф. де (2007) Курс общей лингвистики. М. : Эдиториал УРСС. 257 с.

Уфимцева, А. А. (1972) Лексика // Общее языкознание. Внутренняя структура языка / отв. ред. Б. А. Серебrenников. М. : Наука. 565 с. С. 394–455.

Шмелев, Д. Н. (1977) Современный русский язык. Лексика. М. : Просвещение. 335 с.

Дата поступления: 20.02.2014 г.

*THE SYSTEMATICITY PRINCIPLE IN EMPORONYMS:
THE NAMES OF ABAKAN BUSINESSES
T. A. KADOLO
(KATANOV STATE UNIVERSITY OF KHAKASSIA)*

The aim of this article is to describe the naming of the city retail businesses as a system. This system is an open and dynamic structure with non-rigid connections between its constituent elements, since emporonyms are closely associated with the extralinguistic reality — physical objects and social processes.

Our analysis has been conducted on the material of Abakan's emporonyms and odonyms, by means of associative experiment, structural-semiotic method, surveying and analysing dictionary definitions. The survey, accompanied by the association experiment, which involved 705 respondents aged 17–76, of both sexes and various levels of education, showed that a lack of motivation in emporonyms may lead to the clients' negative reaction.

The author describes the variety of paradigmatic, syntagmatic and motivational relations in emporonyms. Urban retail businesses' names as a lexical unit enter the relations of synonymy, antonymy, polysemy, thematic groups, lexical-semantic groups, hypero-hyponymic relationship, etc. Syntagmatic relations in emporonyms become apparent in the interaction of the name and the object it refers to, and at the language level proper — as relations of sequence of sounds, morphemes, lexemes. Emporonyms enter into the relations of motivation with the words of Russian and other languages, and with other proper names.

The systematicity principle allows us to consider emporonyms as a complex unity with its own constituent components connected by structural links, acting as a functional unity as well.

Keywords: emporonyms, odonyms, language system, paradigmatics, syntagmatics, onomasiology, motivating sign, Abakan.

REFERENCES

Bart, R. (1989) *Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika* [Selected Works: Semiotics. Poetics]. Moscow, Progress Publ. 616 p. (In Russ.).

Baudouin de Courtenay, J. N. I. (1963a) *Izbrannye trudy po obschchemu iazykoznaniiu* [Selected writings on linguistics] : in 2 vols. Moscow, Publ. House of the Academy of Sciences of the USSR. 384 p. (In Russ.).

Baudouin de Courtenay, J. N. I. (1963b) *Izbrannye trudy po obsbchemu iazykoznaniiu* [Selected writings on linguistics] : in 2 vols. Moscow, Publ. House of the Academy of Sciences of the USSR. 391 p. (In Russ.).

Borodina, M. A. and Gak, V. G. (1979) *K tipologii i metodike istoriko-semanticheskikh issledovaniy (na materiale leksiki frantsuzskogo iazyka)* [On the typology and methodology of historical and semantic research (The case of the French lexics)]. Leningrad, Nauka Publ. 232 p. (In Russ.).

Gal'perin, I. R. (1958) *Ocherki po stilistike angliiskogo iazyka* [Essays on stylistics of the English language]. Moscow, Foreign Languages Publishing House. 462 p. (In Russ.).

Humboldt, W. von (1984) *Izbrannye trudy po iazykoznaniiu* [Selected writings on linguistics]. Moscow, Progress Publ. 400 p. (In Russ.).

Zhirmunsky, V. M. (1958) O sinkhronii i diakhronii v iazykoznanii [On synchronism and diachronism in linguistics]. *Voprosy iazykoznanii*, no. 5, pp. 43–52. (In Russ.).

Ionin, L. G. (2007) Povsednevnost' [Everyday life]. In: *Kul'turologiia. Entsiklopediia* [Culturology: An encyclopedia] : in 2 vols. / ed. by S. Ya. Levit. Moscow, Rossiiskaia politicheskaia entsiklopediia Publ. (ROSSPEN). Vol. 2. 1184 p. Pp. 204–205. (In Russ.).

Kadolo, T. A. (2012) Tekstual'nye kharakteristiki naimenovaniy gorodskikh torgovykh ob'ektov [Textual characteristics of naming retail businesses]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 4–1 (52), pp. 215–219. (In Russ.).

Kadolo, T. A. (2013) *Analiz kul'turnykh smyslov v naimenovaniakh torgovykh ob'ektov goroda Abakana* [An analysis of cultural meanings in the names of Abakan retail businesses]. Abakan, N. F. Katanov State University of Khakassia Publ. 172 p. (In Russ.).

Moskal'chuk, G. G. and Manakov N. A. (2014) Forma teksta kak mnogourovnevnyi konstrukt [The form of a text as a multilayer construction]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, no. 4, pp. 291–302. (In Russ.).

Pekarskaia, I. V. (2000) *Kontaminatsiia v kontekste problemy sistemnosti stilisticheskikh resursov russkogo iazyka* [Contamination in the context of the systemic character of stylistic resources in the Russian language] : in 2 parts. Abakan, N. F. Katanov State University of Khakassia Publ. Part 2. 344 p. (In Russ.).

Sadovskii, V. N. (2010) Sistemnosti printsip [Systematicity, Principle of]. In: *Novaia filosofskaia entsiklopediia* [The new encyclopedia of philosophy] : in 4 vols. / Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences / academic and editorial board: V. S. Stepin (chairman), A. A. Guseinov, G. Y. Semigin, A. P. Ogurtsov. Moscow, Mysl' Publ. Vol. 3. 692 p. P. 558. (In Russ.).

Saussure, F. de (2007) *Kurs obsbchei lingvistiki* [A course in general linguistics]. Moscow, Editorial URSS Publ. 257 p. (In Russ.).

Ufimtseva, A. A. (1972) Leksika [Lexics]. In: *Obsbchee iazykoznanie. Vnutrenniaia struktura iazyka* [General linguistics. The internal structure of language] / ed. by B. A. Serebrennikov. Moscow, Nauka Publ. 565 p. Pp. 394–455. (In Russ.).

Shmelev, D. N. (1977) *Sovremennyi russkii iazyk. Leksika* [The Modern Russian language. Lexics]. Moscow, Prosveshchenie Publ. 335 p. (In Russ.).

Submission date: 20.02.2014.

Кадола Татьяна Александровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры стилистики русского языка и журналистики Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. Адрес: 655017, Россия, г. Абакан, ул. Ленина, д. 90. Тел.: +7 (3902) 22-34-82. Эл. адрес: lacriza@list.ru

Kadolo Tatyana Aleksandrovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Russian Language Stylistics and Journalism, N. F. Katanov State University of Khakassia. Postal address: 90 Lenina St., 655017 Abakan, Russian Federation. Tel.: +7 (3902) 22-34-82. E-mail: lacriza@list.ru