

## ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЙ БОНСТИКОВ

*Ономастическая лексика, как любая языковая единица, соотносимая с объектом действительности, представляет собой знак, который может быть описан. Имена бонстиков – новые единицы ономастического пространства, которые в силу своей популярности послужили объектом нашего изучения. В работе нами была предпринята попытка анализа такой новой ономастической единицы, как БОНоним – имя бонстика. Проанализировав лексико-семантические и словообразовательные особенности имен бонстиков, мы определили принципы именования, к которым прибегают создатели игрушек-липушек в рамках рекламной игры торговой сети «Евроопт».*

Ономастическая система языка живо реагирует на происходящие в природе и обществе изменения: открываются новые планеты, химические элементы, становятся популярными ранее неизвестные люди и т. д. Новые реалии требуют новых именований. В связи с этим у лингвистов возникает вопрос: как используются возможности языка для создания того или иного имени? Наше исследование направлено на то, чтобы определить, к каким средствам языка прибегали создатели имен бонстиков – маленьких резиновых игрушек в виде инопланетных пришельцев, которые выдают покупателям в сети супермаркетов «Евроопт».

Бонстики как персонажи рекламной игры появились в 2017 г. В силу этого имена бонстиков являются неизученным явлением. Отсутствуют всякого рода исследования, в которых отражался бы статус данного имени собственного, варианты его названия. Поэтому в данной работе мы предприняли попытку изучить данное языковое явление и предложить свой вариант названия – БОНоним. В основу положена первая часть слова бонстик (в переводе с французского бон – «хороший»). Мы выбрали именно эту часть, так как персонажи позиционируют добро, любовь, дружелюбие.

С уверенностью можно констатировать, что БОНоним обладает признаками имен собственных:

1. Как и имена собственные, БОНоним служит для называния персонажей рекламной игры, делая каждого уникальным и неповторимым.

2. Качества, заложенные в имени бонстика, вызывают в сознании покупателей различные ассоциации. Таким образом, БОНоним дается тому или иному герою неслучайно, выполняя функцию визитной карточки.

3. Бононимы, как и имена собственные, в большинстве своем непереводимы.

Несмотря на сходство с именами собственными, БОНонимы обладают рядом специфических черт. БОНоним, с одной стороны, делает своего персонажа уникальным, неповторимым, выделяя его среди остальных. С другой стороны, своим ярким именем бонстик привлекает внимание покупателей, то есть БОНоним выполняет и рекламную функцию. Второй отличительной особенностью является сфера использования данных имен – реклама.

На наш взгляд, среди всех ономастических единиц БОНоним имеет наибольшее сходство с прозвищами. Их объединяет эмоциональная окрашенность, а также тот факт, что, как и прозвище, БОНоним присваивается тому или иному персонажу за отличительные черты внешности, характера.

Как и имя собственное, имя бонстика рождает в сознании покупателя те или иные ассоциации. Создатели рекламной игры торговой сети «Евроопт» самостоятельно определяли тематику имен бонстиков в каждой серии: в первой были представлены животные, во второй имена бонстиков выражали определенные черты характера, в третьей в качестве бонстиков использовались овощи и фрукты, четвертая серия была посвящена зимней и новогодней тематике.

Изучив фактический материал, мы можем выделить следующие лексико-семантические особенности БОНонимов:

1. В качестве БОНонимов могут использоваться уже существующие клички животных, ассоциирующиеся с конкретными животными, например, **Барбос** (собака) – распространенная кличка собаки, популярный киноним, обозначающий беспородную собаку.

2. Некоторые бонстики получили свое имя путем перенесения черт характера или социальных ролей, свойственных человеку, на животных. Например, БОНоним **Тетёха** (ленивец) – слово *тетёха* употребляется в значении «толстой, неповоротливой женщины» [1, с. 546]. Этой же неповоротливостью в силу своей неподвижности обладает и ленивец.

3. Кооторые бонстики получили свое имя по названию материальных объектов, которые ассоциативно определяют черты характера данного персонажа. БОНоним **Клёш** образован от названия особого покроя юбки, брюк с расширением в нижней части. Таким образом, бонстика, названного таким именем, можно считать модником, обладающим тонким чувством стиля.

5. В основу именованя некоторых бонстиков может быть положено несколько признаков. **Вар-Вар** – имя бонстика, с одной стороны, является производным от корня слова «вариться», т. е. персонаж любит «вариться» в компании, подчеркивается его коммуникабельность. С другой стороны, в основу имени положен цвет – красный (ассоциации с варёным раком).

6. Встречаются и БОНонимы с указанием на особенности внешности и характера того или иного персонажа. **Моня** – («моня – брюхо, чрево, пузо, желудок» [1, с. 417]) – данное имя указывает на «пухлое» телосложение его обладателя.

7. Среди БОНонимов можно выделить отдельную группу имен, образованных на основе звукоподражательного принципа, т. е. в качестве производящей основы был использован звук, который издает то или иное существо или ассоциируется с ним. Например, **Плюф** – БОНоним образован от слова, обозначающего звук при всплеске воды. Данный персонаж характеризуется как несурзанный и неуклюжий.

8. Встречаются и такие именованья бонстиков, где ассоциации с тем или иным объектом воспринимаются буквально. Например, БОНонимы **Грейп** – (англ. *grape* – «виноград»), **Норд** – слово, обозначающее «север» во многих скандинавских языках – самый главный «зимний» бонстик.

При создании имени бонстиков активно используют словообразовательные возможности русского языка. Среди наиболее продуктивных моделей словообразования можно выделить следующие:

#### 1) Суффиксальный способ

В качестве производящей основы некоторых бонстиков используются глаголы, указывающие на их отличительные особенности. Например, имя бонстика **Шипун** (ёжик) образовано от существительного *шип* с добавлением суффикса *-ун-* либо от глагола *шипеть* (при этом суффикс *-ун-* употребляется в значении «тот, кто склонен совершать определённые действия» [2, с. 513]).

На особенности внешности некоторых бонстиков указывают имена, которые образовались от имен существительных. При этом следует отметить, что иноязычные суффиксы преобладают над русскими. БОНоним **Ушан** (заяц – ушастый) – образован добавлением суффикса *-ан-* (суффикс, имеющий просторечную, разговорную окраску). БОНоним **Корнц** (англ. *corn* – «кукуруза») образован с помощью иноязычного суффикса *-ту*.

В качестве мотивирующего слова могут выступать и звукоподражания, ассоциирующиеся с тем или иным животным. **Хрюня** (поросёнок) – образован от звукоподражания «*хрю-хрю*» с добавлением суффикса *-юн-* для создания милого и привлекательного для детей персонажа.

Одним из наиболее продуктивных суффиксов в БОНонимах выступает суффикс *-ик-*, создающий его носителю милый и дружелюбный образ. **Гуглик** – имя бонстика образовано от названия поисковой системы «Google» и добавления уменьшительно-ласкательного суффикса *-ик-*. Персонаж представляется умным, начитанным, любознательным. БОНоним **Потатик** (англ. *potato* – «картофель») образован с помощью уменьшительно-ласкательного суффикса *-ик-*.

#### 2) Усечение

Использование такого способа приближает БОНонимы к кличкам или дружелюбным обращениям. **Завр** (динозавр в переводе с греческого «страшная ящерица») – образован путем отбрасывания первой части сложного слова «*дино*». **Пряня** – БОНоним образован от слова *пряник*, путем усечения основы создается теплый, ласковый образ.

Некоторые БОНонимы образуются путем усечения не только основы, но и отдельных букв или слогов. **Бан** – (англ. banana – «банан») – имя образовано путем усечения слова при его произношении. **Брок** – (англ. broccoli – «брокколи») – образован путем усечения конечной части слова.

### 3) Безаффиксный способ образования

В качестве производящей основы при данном способе словообразования имен бонстиков используются глаголы, указывающие на их отличительные особенности. **Лыба** – данное имя образовалось путем усечения основы глагола *лыбиться* – улыбаться, т. е. персонаж предстает как насмешливое, язвительное существо.

4) Отдельную группу БОНонимов составляют имена, образованные путем намеренного пропуска целых слогов для придания персонажу комического эффекта. **Кумба** – (англ. cucumber – «огурец») – образован путем выпадения среднего слога *сит*. **Томта** – (англ. tomato – «помидор») – данное имя образовано путем пропуска гласной *а*.

### 5) Сложение

Данная словообразовательная модель встречается лишь в двух БОНонимах. **Желтопуз** – сложное слово образовано от двух основ «жёлтый» и «пузо» при помощи соединительной морфемы «о». **Злюдин** – сложное слово образовано путем соединения основ *злой* и первой части слова *динозавр* («дин» в переводе с греческого «страшный») при помощи нераспространенной соединительной гласной *ю*. Сочетание в пределах одного слова данных прилагательных придает персонажу устрашающий образ. Мы можем предположить, что это самый главный и опасный монстр.

Ономастическая лексика, как любая языковая единица, соотносимая с объектом действительности, представляет собой знак, который может быть описан. Имена бонстиков – новые единицы ономастического пространства, которые в силу своей популярности послужили объектом нашего изучения. Перед нами стояла цель – посредством языковых особенностей имен бонстиков как имен собственных установить принципы именования данных персонажей.

В работе нами была предпринята попытка анализа такой новой ономастической единицы, как БОНоним – имя бонстика. На наш взгляд, это название наиболее ярко раскрывает отличительные особенности данного онима. В основу положена первая часть слова бонстик – БОН, так как персонажи позиционируют добро, любовь, дружелюбие.

Изучив языковые особенности БОНонимов, мы пришли к следующим выводам:

1) БОНонимы представляют собой разновидность собственных имен, но в то же время обладают рядом отличительных черт. Среди ономастических единиц БОНонимы имеют большее сходство с прозвищами, особенно в семантическом и функциональном аспекте.

2) Имя бонстика как элемента рекламной игры должно быть броским, запоминающимся, ярким, уникальным. Дети стремятся приобрести самого креативного и

необычного персонажа. Поэтому при создании имен некоторых бонстиков был положен ассоциативный принцип, когда то или иное имя игрушки-липучки рождает в сознании покупателей те или иные ассоциации.

При создании БОНонимов наиболее продуктивными являются суффиксальный способ и усечение. Среди суффиксов преобладают суффиксы иноязычного происхождения, что объясняется географией появления бонстиков – США, а затем и европейские страны. Малопродуктивными моделями являются сложение и безаффиксный способы.

Таким образом, основными принципами именования бонстиков являются ассоциативный и словообразовательный. БОНоним представляет собой визитную карточку, т. е. по имени бонстика мы можем догадаться, какие качества характерны для того или иного персонажа.

Таким образом, проанализировав языковые особенности бонстиков как имен персонажей рекламной игры торговой сети «Евроопт», мы установили принципы их именования. Своей работой мы внесли вклад в развитие ономастики современного русского языка, открыв новую ономастическую единицу.

### **Список литературы**

1. Даль, В. И. Толковый словарь русского языка : соврем. версия / В. И. Даль ; авт. версии Е. Грушко, Ю. М. Медведев. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. – 735 с.
2. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: Св. 136000 словарных статей, около 250000 семантических единиц : в 2 т. / Т. Ф. Ефремова. – М. : Рус. яз., 2000. – 699 с.