



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2025. Т. 25, вып. 4. С. 394–403

Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism, 2025, vol. 25, iss. 4, pp. 394–403

<https://bonjour.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1817-7115-2025-25-4-394-403>, EDN: JLKPNP

Научная статья

УДК 811.161.1'373.611

Прагматонимы-наименования стоматологических товаров: особенности образования



М. И. Носачёва

Саратовский государственный медицинский университет имени В. И. Разумовского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Большая Казачья, д. 112

Носачёва Марина Игоревна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского и латинского языков, sgu0308@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6734-0067>

Аннотация. Объектом исследования впервые являются прагматонимы-наименования стоматологических товаров. В качестве предмета исследования рассматривается словообразовательный аспект. Цель – выявление способов образования рассматриваемых прагматонимов с учётом их специфики – промежуточного положения между товарами широкого потребления и товарами медицинского назначения. В ходе исследования было установлено соответствие между особым положением стоматологических прагматонимов среди других товаров, с одной стороны, и медицинских товаров, с другой стороны, и спецификой используемых способов их образования. Так, для образования данных прагматонимов широко используются лексико-семантический (онимизация и трансонимизация) и лексико-синтаксический способы (образование прагматонимов-словосочетаний и предложений), типичные для создания прагматонимов-наименований других групп товаров, а также нейминга других рекламных имён. С другой стороны, близость товарам лекарственного назначения обуславливает обращение к продуктивным моделям медицинского терминологического образования, что предопределяет доминирование словосложения и сложносокращённых способов, в том числе с использованием отрезков греко-латинского происхождения. Среди выявленных групп способов преобладают морфологические (26,4%), лексико-синтаксические (22,5%), а также морфолого-синтаксические (17,1%) способы образования прагматонимов; 12,5% исследуемых единиц образованы комплексными способами (лексико-семантическим или лексико-синтаксическим в сочетании с одним из морфологических или морфолого-синтаксических способов). Прагматонимы, образованные особыми способами – нумерализацией, с использованием графических или математических символов, немногочисленны, их доля составляет 1,0%. Прагматонимы с непрозрачной внутренней формой слова (5,0%) составляют отдельную группу в связи с невозможностью определить способ их образования.

Ключевые слова: прагматонимы, стоматологические товары, способы образования

Для цитирования: Носачёва М. И. Прагматонимы-наименования стоматологических товаров: особенности образования // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2025. Т. 25, вып. 4. С. 394–403. <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2025-25-4-394-403>, EDN: JLKPNP

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Pragmatonyms-names of dental products: Features of formation

M. I. Nosacheva

V. I. Razumovsky Saratov State Medical University, 112 Bolshaya Kazachia St., Saratov 410012, Russia

Marina I. Nosacheva, sgu0308@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6734-0067>

Abstract. The object of the study is pragmatonyms-names of dental products. As the subject of study the word-formation aspect is considered. The aim is to identify the ways of how the pragmatonyms are formed, taking into account their specific nature – the intermediate position between consumer goods and medical goods. In the course of research it was established that there is a correlation between the special position of dental pragmatonyms among other products, on the one hand, and medical products, on the other hand, and the specific nature of the ways of their formation. Thus, lexical-semantic (onomization and transonomization) and lexical-syntactic methods (formation of pragmatonyms – word groups and sentences), typical for the formation of pragmatonyms-names of other groups of goods, as well as other advertising names are widely used. On the other hand, the proximity to the medicinal products determines the recourse to productive models of medical terminological formation, which predetermines the dominance of compounding and clipping, including the use of Greek and Latin components. Among the identified groups of methods, morphological (26.4%), lexical-syntactic (22.5%) and morphological-syntactic (17.1%) methods for the formation of pragmatonyms predominate; 12.5% of the studied units are formed by the complex ways (lexical-semantic or lexical-syntactic combined with one of morphological, morphological-syntactic ways). Pragmatonyms formed by special means – numbering, using graphic or mathematical symbols – are few, their share is 1.0%. Pragmatonyms with opaque internal word-form (5.0%) comprise a separate group because of the inability to determine the way of their formation.

Keywords: pragmatonyms, dental products, ways of word-formation



For citation: Nosacheva M. I. Pragmatonyms-names of dental products: Features of formation. *Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism*, 2025, vol. 21, iss. 3, pp. 394–403 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2021-21-3-394-403>, EDN: JLPNN

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Ежедневное появление новых товаров, характеризующее современный век потребления, приводит к возникновению в языке множества названий. «Словесное обозначение марки товара, в равной степени относящееся к каждому экземпляру в данной серии и ко всей серии в целом» [1, с. 127] получило название «прагматоним». Удачная номинация способствует созданию положительных ассоциаций с соответствующим продуктом у потребителя и позволяет производителю успешно встроить товар в существующий товарный ряд, подчеркнув его преимущества относительно других товаров.

В качестве основных способов образования имен собственных исследователями рассматриваются онимизация апеллятива и трансонимизация, а также заимствование [2–4]. Онимизация и трансонимизация подразделяются на семантическую (образование имени собственного без каких-либо формальных изменений) и грамматическую (данные процессы сочетаются с различными словообразовательными трансформациями) [2].

Однако создание прагматонимов относится к сфере искусственной номинации, в которой «онимообразование идёт часто по своим особым моделям...» [2, с. 42], и может быть представлено комплексной системой способов, включающей не только традиционные лексико-семантический, лексико-синтаксический, морфологические способы, но также фонетический способ, нумерализацию и некоторые другие [5].

Обратим внимание, что способы образования прагматонимов зависят во многом от сферы их использования. Объектом исследования становились как прагматонимы в целом [4, 6–11], так и отдельные классы прагматонимов – наименования продуктов питания и безалкогольных напитков [12, 13, 5, 14], конфет [15–17] и других кондитерских изделий [18, 19], молочных продуктов [20], средств бытовой химии [21], товаров гигиены и косметических товаров [22], кормов и уходовой косметики для собак [23], часов [24], банковских продуктов [25].

В качестве объекта данного исследования рассматриваются прагматонимы-наименования стоматологических товаров (зубные пасты, гели, щётки, нити, ополаскиватели для полости рта, средства для фиксации зубных протезов и т.д.),

до настоящего времени не анализировавшиеся лингвистами. Стоматологические продукты занимают промежуточное положение между товарами массового потребления и товарами лекарственного назначения, так как многие из них предназначены не только для ежедневной гигиены полости рта и профилактики стоматологических заболеваний, но также для коррекции начальных стадий патологических состояний, например для реминерализации эмали или для уменьшения кровоточивости дёсен при гингивите, пародонтите, пародонтозе, и рекомендуются лечащим врачом. В связи с этим можно предположить, что их номинация обуславливается не только основными закономерностями онимообразования в целом (см. выше), но также общими тенденциями, характерными для нейминга различных товаров, и тенденциями, свойственными номинации лекарственных средств.

Являясь одним из видов рекламных имён, прагматонимы, однако, редко выступают в качестве объекта изучения в работах, посвящённых словообразовательному аспекту, в отличие от эргонимов, активно рассматривающихся с данной точки зрения (см., например, [26–32] и др.). Способам образования прагматонимов посвящена работа О. Ю. Лазаревой [4]. В остальных исследованиях рассматриваемый аспект анализируется не в качестве основного, а наряду с другими аспектами, например функциональным [7], семантическим и лингвокультурологическим [18], лингвосемиотическим [17], или представлен частично, к примеру при исследовании прагматонимов с точки зрения их синтаксических характеристик [16, 18].

Таким образом, сказанное предопределяет новизну как объекта, так и предмета настоящего исследования. Цель исследования – выявление основных способов создания прагматонимов-наименований стоматологических товаров с учётом указанной выше специфики анализируемых языковых единиц. Представленная ниже классификация основных групп способов образования прагматонимов во многом соответствует классификации способов образования рекламных имён в работе Т. П. Романовой [5] и соотносится с классификациями в других современных работах по ономастике, в том числе



по эргонимии, например [4, 26, 33], однако детализируется и уточняется применительно к исследуемому материалу (280 прагматонимов, полученные методом сплошной выборки из каталогов торговых интернет-площадок).

Анализ прагматонимов-наименований стоматологических товаров позволяет говорить о следующих способах онимообразования: лексико-семантическом (подразделяющимся на онимизацию и трансонимизацию), лексико-синтаксическом (образование прагматонимов-словосочетаний и предложений), морфологических (аффиксация, сложение) и морфолого-синтаксических (сращение, аббревиация, эллиптирование), а также комплексных и некоторых специфических способах образования рекламных имён. Интерпретация лексико-семантического, лексико-синтаксического и морфологического способов соответствует их трактовке в современных исследованиях онимообразования ([4, 5, 26, 33] и др.). При морфолого-синтаксическом способе, выделяемом автором, образование прагматонима происходит на базе словосочетания, что позволяет противопоставить данный способ морфологическому по типу базиса, участвующего в словообразовании [34].

Рассмотрим каждый из способов онимообразования подробно.

I. Лексико-семантический способ (42 прагматонима)

Среди основных разновидностей данного способа рассматриваются онимизация и трансонимизация (термины используются в узком смысле для обозначения семантических процессов онимообразования, не сопровождающихся какими-либо формальными изменениями).

1. Онимизация (27 ед.).

Среди рекламных имён этой группы преобладают отсубстантивные прагматонимы (20 ед.): например *Самхита* 'собрание гимнов, молитв' (санскр.), *Aasha* 'надежда' (хинди), *Promise* 'обещание' (англ.), *Vambolina* 'куколка, малышка' (ит.), *Принцесса*, *Знахарь*, *Смайлик*.

Также представлены адъективные прагматонимы (5 ед.): *Pure* 'чистый' (англ.), *Clear* 'чистый, светлый' (англ.), *Intelligent* 'умный' (англ.); адвербиальные прагматонимы: *Now* 'сейчас, теперь' (англ.); прагматонимы-числительные: *One* 'Один' (англ.). Один прагматоним образован от глагола: *Chew* 'жевать' (англ.) – данная зубная паста производится в форме жевательных таблеток.

2. Трансонимизация (15 ед.).

Прагматонимы, образованные трансонимизацией, можно разделить на следующие группы:

1) онимы, образованные от фамилии основателя бренда (3 ед.): *Colgate*, *Schulke*, *Philips*;

2) прагматонимы, образованные от имён сказочных персонажей или мультипликационных героев (6 ед.): *Pierrot*, *Tooth Fairy* (Зубная фея), *Чебурашка*, *Умка*, *Буратино*, *Дюймовочка*;

3) прагматонимы, образованные от названий мультфильмов или детских передач (4 ед.): *Фиксики*, *Гадкий Я*, *Лео и Тиг*, *АБВГДейка*. Обратим внимание на то, что некоторые названия рассматриваемых двух групп обладают двойной мотивацией, поскольку восходят одновременно и к имени главного персонажа мультфильма, и к его названию (герой Чебурашка и мультфильм «Чебурашка», герой Умка и мультфильм «Умка»). Данные способы популярны при образовании названий зубных паст для детей;

4) прагматонимы, образованные от топонимов (1 ед.): *Pomorin*. Данный прагматоним образован от лимнонима – озера в Болгарии, в котором добывают рапу, входящую в состав этой зубной пасты;

5) прагматоним, образованный от названия буквы: *Alpha* (1 ед.).

Как следует из вышеизложенного, в группе лексико-семантических способов наиболее продуктивна онимизация (64,3%), преимущественно на базе субстантивных основ / корней различных языков. Среди прагматонимов, образованных трансонимизацией, наибольшее количество онимов образованы от имён сказочных персонажей и героев мультфильмов.

II. Лексико-синтаксический способ (63 прагматонима)

С помощью лексико-синтаксического способа образуются прагматонимы в форме словосочетаний и предложений, а также словесных пар.

1. **Прагматонимы-словосочетания (51 ед.)** представлены наибольшим количеством примеров.

1) Прилагательное + существительное (26 ед.). Большинство прагматонимов образованы на базе английского языка (17 ед.): *Bright Light*, *Happy tooth*, *White wash*, *Freeze Kiss*, *Open Smile*, *White Secret*; 2 прагматонима – латинские наименования: *Longa Vita*, *Natura Siberica*; 7 прагматонимов образованы на основе русского языка: *Блестящая улыбка*, *Сибирский прополис*,



Алтайский Прополис, Крымский травник, Голодный Леший, Новый жемчуг, Лесной бальзам.

2) Существительное + существительное (10 ед.); 8 прагматонимов – словосочетания, состоящие из английских слов, например: *Teeth Space, Smile Honey, Dino's smile*; 1 латинское название (*Officina naturae*) и 1 русское название (*Магия ботаники*).

3) Существительное + предлог + существительное (1 ед.): *Pasta del Capitano* (ит.) (предлог *de* образует слитную форму с артиклем существительного).

4) Числительное + существительное (+ существительное) (2 ед.): *4 Seasons, 5 Star Cosmetics* (англ.).

5) Числительное + существительное + наречие (1 ед.): *One drop only* (англ.).

6) Местоимение + существительное (1 ед.): *Моё Солнышко*.

7) Местоимение + прилагательное + существительное (1 ед.): *My White Studio* (англ.).

8) Местоимение + существительное + существительное (1 ед.): *Мои секреты здоровья*.

9) Прилагательное + прилагательное (1 ед.): *Global White*.

10) Наречие + прилагательное (1 ед.): *Forever bright* (англ.).

11) Гр. корень + существительное + прилагательное (1 ед.): *Bio Stomatolog professional* (англ.).

12) Прилагательное + существительное + предлог + существительное-имя собственное (1 ед.): *Зубная паста по Болотову*.

13) Существительное + предлог + существительное-топоним (1 ед.): *Здоровье из Сибири*.

14) Словосочетание-топоним + существительное (1 ед.): *Beverly Hills Formula* (англ.).

15) Существительное-топоним + прилагательное (1 ед.): *Korea vera*.

16) Аббревиатура + существительное (1 ед.): *LP Care*.

2. Прагматонимы-предложения (5 ед.): *Stop Price, Ki Kiss me! Love Live, Clear Clean* (англ.), *Человек, живи век!*

3. Прагматонимы-словесные пары (6 ед.).

1) Прилагательное + прилагательное (3 ед.): *Fresh & White, Fresh & Clean, White & White* (англ.).

2) Существительное + существительное (3 ед.): *Soothe & Care, Art & Fact, Or & Care* (англ.).

4. Прагматонимы, состоящие из предлога и прилагательного (1 ед.): *On White* (англ.).

Таким образом, наибольшее количество прагматонимов – это прагматонимы-словосочетания, из них большинство образованы по моделям «Существительное + прилагательное» и «Существительное + существительное». Прагматонимы-предложения и прагматонимы-словесные пары представлены практически в одинаковом количестве.

III. Морфологические способы (74 прагматонима)

Морфологические способы представлены аффиксацией, сложением и сложносuffиксальными способами. В качестве словообразовательных элементов, использующихся в образовании рассматриваемых прагматонимов, ввиду указанной выше специфики стоматологических товаров, применяемых не только как гигиенические и уходовые средства, но и для профилактики заболеваний полости рта, зачастую выступают компоненты греко-латинского происхождения, продуктивные в медицинском терминологическом образовании, в том числе в номенклатуре лекарственных средств (см. [35]).

1. Аффиксация (20 ед.).

1) Префиксация (9 ед.), например: *Acenma, Innova, Innature, Exdent, Rewhite, SUPER DANT*.

2) Суффиксация (11 ед.): *Parodontax, Parodontol, Stomatol, DENTACO, ПРЕВЕНТИН, Dentique* и некоторые др. При суффиксальном способе образования прослеживается та же тенденция, что и в словообразовании названий лекарственных средств – частое использование финальных компонентов *-ax, -ox, -x* наряду с настоящими суффиксами, используемыми в номенклатуре лекарственных средств, *-in, -ol*. Не являясь суффиксами в лингвистическом понимании, финальные отрезки *-ax, -ox* и подобные *de facto* выполняют функцию суффиксов, позволяя образовать латинизированные названия стоматологических товаров. В ряде названий к основе присоединяется финаль *-o*: *Sanino, Dentaco*.

Большинство приведённых выше названий демонстрируют продуктивность аффиксов и финальных компонентов греко-латинского происхождения, использующихся в медицинской терминологии (*a-, in-, ex-, re-, -ol, -in* и др.), в словообразовании прагматонимов-наименований стоматологических товаров.

2. Сложение (53 ед.).

Способ сложения понимается в нашей работе в узком смысле как чистое сложение



корней / основ / слов. Данный способ образования прагматонимов очень распространён в сфере названий стоматологических товаров. Словообразовательная модель сложения греко-латинских корней, широко представленная, как было показано автором (см., например, [34, 36]), в терминообразовании клинической медицины, активно используется для нейминга стоматологических продуктов. Словообразование на базе греко-латинских отрезков способствует как точности и информативности номинации (например, один из наиболее частотных компонентов в названиях зубных паст – лат. основа *dent-* ‘зуб’), так и его индивидуализации (данную функцию выполняет широкий спектр компонентов композитов, например *pur-* от лат. *purus*, а, um ‘чистый’ в прагматониме *Purodent*, альб- от лат. *albus*, а, um ‘белый’ в названии *Альбадент*, лат. *lux* ‘свет’ в *Dentalux* и т.д.). Обратим внимание, что зафиксированы прагматонимы, образованные сложением не только греко-латинских корней, но и гибридные наименования, включающие как греко-латинские отрезки, так и национальные элементы, или целиком состоящие из национальных компонентов.

1) Сложение на базе греко-латинских корней (19 ед.): *Sensodyne*, *Пародонтоцид*, *Biomed*, *Фтородент*, *Dentalux*, *Альбадент*, *TotalDent*, *Curasept*, *Ойлдент*, *Oradent*, *Purodent*. В данной группе встречается равное количество прагматонимов, состоящих полностью из латинских корней (*Dentalux*, *Альбадент*, *TotalDent*, *Oradent*), и греко-латинские гибридные названия (*Biomed*, *Sensodyne*) – по 9 ед. Только один прагматоним – *Пародонтоцид* – образован сложением двух греческих основ.

2) Сложение на базе греко-латинских корней и отрезков других языков (22 ед.), например *DentaWell*, *Dentaid*, *Blend-a-Med*, *Aquafresh*, *Crownterra*, *Aquawhite* (образованы сложением латинских и английских корней / основ / слов), *Wunderdent* (сложение немецкой и латинской основ), *ZOOBZONE* (сложение хорватского слова и английского существительного, восходящего к греческому *zona*), *Faberlic* (сложение латинского и транслитерированного русского существительных).

3) Сложение на основе национальных корней / основ / слов (12 ед.): например *Selfsmile*, *Soswhite*, *Smilekit*, *Brush-Baby*, *CLEANSET*, *Kingfisher*.

3. Сложение + суффиксация (1 ед.): *Eco-dentrix*.

Итак, в группе морфологических способов доминирующим является сложение корней / основ / слов (71,2%). Большинство сложных прагматонимов включают греческие и латинские отрезки, 21,2% онимов состоят только из компонентов национальных языков. Продуктивные модели основосложения, а также используемые словообразовательные средства греко-латинского происхождения схожи с используемыми в медицинских терминообразовании и номенклатуре лекарственных средств.

IV. Морфолого-синтаксические способы (48 прагматонимов)

К морфолого-синтаксическим способам относятся аббревиация, сложносокращённый способ, эллиптирование (а также эллиптирование совместно с сокращением), сращение. Аббревиация в работе понимается в узком смысле как способ образования инициальных аббревиатур [37], противопоставляемых по своей структуре сложносокращённым словам. Эллиптирование – способ образования эллиптированного имени, под которым мы, вслед за Н. В. Подольской, понимаем форму, возникшую «в результате опущения одного из слов или одной основы, входящих в дву- или многословное или дву-, многоосновное имя» [1, с. 150]. Сращение – способ образования сложного слова на базе словосочетания при одновременном действии процессов сложения и конверсии или сложения и аффиксации [34].

1. Аббревиация (3 ед.).

Выявлено 3 аббревиатуры: *R.O.C.S.*, *GS* и *T.A.J.*

2. Сложносокращённый способ (38 ед.).

Сложносокращённый способ – один из самых распространённых способов образования прагматонимов-наименований стоматологических товаров, например: *Splat*, *Lacalut*, *Remarsgel*, *Natusana*, *Protefix*, *Germadent*, *Spokar*, *DENTERRA*, *Oral-B*, *ApaCare*, *Mulsan*, *Buccotherm*, *Pepsodent*, *DENTA ROZ*, *Hismile*, *Curaprox* и некоторые другие.

Здесь могут быть выделены следующие группы.

1) Прагматонимы, образованные сокращением первого компонента и сложением сокращённого варианта с самостоятельным словом / корнем (25 ед.), при этом первый компонент может подвергаться различным сокращениям: усекается последняя, две или три последних буквы (*Natusana*, *Germadent*), или большая часть слова, так что в прагматоним входит только на-



чальная часть первого компонента (*Remadent*, *Remarsgel*, *Theodent*), например, прагматонимы *Remadent*, *Remarsgel* образованы сокращением слова **remineralising** (т.е. данные зубные пасты предназначены для реминерализации эмали) и сложением с компонентами *dent*, *gel* с использованием различных соединительных элементов. *Apacare* и *Apadent* – оба прагматонима образованы сокращением названия химического вещества гидроксиапатита (**hydroxyapatite**), входящего в состав данных зубных паст, и сложением их с соответствующими компонентами. Прагматоним *Pepsodent* образован сокращением слова **Pepsin**, обозначающего пищеварительный фермент, входящий в состав зубной пасты, и сложением с компонентом *-dent*. Прагматоним *Natusana* – результат сложения первой части латинского существительного **natura** и латинского прилагательного *sanus*, а, um в форме женского рода – **sana** (согласован с существительным *natura*, ae, f). *Protifix* – специальное средство для фиксации зубных протезов; название образовано сокращением существительного **Prothesis** и глагола **fix** ‘фиксировать’. В прагматониме *Germadent* первый компонент образован сокращением прилагательного **German**.

2) Прагматонимы, образованные сокращением второго компонента и сложением с первым элементом (7 ед.). Как и в первой группе, второй компонент может подвергаться различным сокращениям и усекается вплоть до одной буквы. Так, в прагматониме *Oral-B* до одной буквы в названии сокращено существительное *brush*. В прагматониме *Biomin* у финального компонента *mint* усекается последняя буква.

3) Прагматонимы с сокращением обоих компонентов (3 ед.): *Splat*, *Lacalut*, *Buccotherm*. Прагматоним *Splat* образован от латинского названия водоросли *Spirulina platensis*, входившей в состав одноимённой зубной пасты. Прагматоним *Lacalut* образован сокращением (с одновременным сложением) компонентов словосочетания «лактат алюминия» – наименования соединения, содержащегося в зубной пасте. В прагматониме *Buccotherm* первая часть сложного слова восходит к прилагательному латинского происхождения *buccolingual* (лат. **buccolingualis** от *bucca*, ae, f ‘щека’), а отрезок *therm* – сокращение словосочетания **thermal spring water** – термальные источники использовались для лечения поражений слизистой оболочки щёк и языка.

4) Прагматонимы с сокращением / наложением общего компонента (2 ед.): *DENTERRA* и *HISMILE*. *DENTERRA* – сокращение с одновременным наложением элемента, в результате чего возникает эффект языковой игры: *dent + terra*. Такой же эффект наблюдается в названии *HISMILE* – от английского *his smile*.

Отдельно рассмотрим раздельноформленный прагматоним *DENTA ROZ*, образованный сложением компонента *DENTA* с компонентом *ROZ*, представляющим собой написанное в латинской графике сокращённое русское название фирмы-производителя *Родник Здоровья*.

3. Эллиптирование (3 ед.).

Данным способом образованы прагматонимы, в которых опущено родовое название – зубная паста, а прилагательное субстантивируется: Семейная (Зубная паста семейная), Корейская (Зубная паста корейская), Освежающая (Зубная паста освежающая).

4. Сокращение и эллиптирование (1 ед.): *Remars* (Remineralizing tooth paste).

5. Сращение (3 ед.): *Glorysmile*, *Realdeal*, *Smilebe*.

Таким образом, среди морфолого-синтаксических способов доминирующее положение занимает сложносокращённый способ, при этом большинство прагматонимов образованы одновременным сокращением первого компонента и сложением с финальным элементом, представляющим собой основу / слово греческого или латинского происхождения. Многочисленные произвольные, т.е. неморфемные, сокращения снижают информативность наименований.

V. Комплексные способы (35 прагматонимов)

В данной группе рассматриваются прагматонимы, образованные одновременно несколькими группами способов.

1. Лексико-семантический + морфологические / морфолого-синтаксические / фонетические способы (18 прагматонимов).

1) Звукоподражание и онимизация (3 ед.): *Klatz*, *Тук-Так*, *Кря-Кря*.

2) Стяжение артикля и предлога с формой слова и онимизация (1 ед.): *Aldente*.

3) Онимизация с добавлением флексии (2 ед.): *Hilfen* (от нем. *Hilfe*, f + окончание -n), *das Experten*. Обратим внимание, что оба прагматонима стилизуются под немецкие существительные, но с точки зрения грамматики не



являются правильными. Так, слова *das Experten* в немецком языке не существует – есть слово *der Experte* (во множественном числе *die Experten*).

4) Онимизация с опущением финального компонента слова (1 ед.): *Absolut* (от англ. *absolute*).

5) Онимизация с последующим изменением основы (1 ед.): *Beiber* (от *Beißen*, восходящего к нем. глаголу *beißen* ‘кусать’). Данный прагматоним образован от немецкого существительного *Beißer*. В связи с тем что большинство потребителей российского рынка стоматологических продуктов воспринимали букву *ß* как *b*, производители приняли решение изменить основу слова, вследствие чего, однако, данный прагматоним потерял мотивированность.

6) Онимизация + лексический повтор (1 ед.): *Зуби зуби*.

7) Трансонимизация + сложение (2 ед.): *Altaibio*, *Argodent*. Первый прагматоним образован сложением топонима *Altai* и греческого корня; второе название – сложением мифонима *Argo* и латинского отрезка.

8) Трансонимизация + суффиксация (2 ед.): *Siberina*, *Listerine*. В прагматониме *Siberina* к несколько видоизменённой основе топонима Сибирь прибавлен суффикс *-in* и окончание *-a*. Прагматоним *Listerine* образован от фамилии хирурга Джозефа Листера путём прибавления суффикса *-in* и английской финали.

9) Трансонимизация + сложносокращённый способ (1 ед.): *Dabur*. Название предположительно происходит от словосочетания *Doctor S.K. Burman*, от искажённого **D**aktar **B**urman.

10) Трансонимизация + флексия (2 ед.): *Кедра*, *Levrana*. Название *Levrana* образовано от имени персонажа Леврана книги Е. Гуляковского «Чужие пространства» и оказалось схожим с названием одной из немецких торговых марок. Чтобы отстоять название бренда, его владельцы принимают решение сменить свою настоящую фамилию на фамилию Леврана. Таким образом прагматоним, образованный трансонимизацией от имени литературного персонажа, впоследствии переходит в иной разряд имён собственных и становится фамилией основателей бренда.

11) Трансонимизация + сингуляризация (1 ед.): *Himalaya*. Название образовано от названия горной системы Гималаи и в качестве названия зубной пасты употребляется в единственном числе в форме женского рода.

12) Трансонимизация + стилизация (1 ед.): *Siwakof* / *Siwak.f*. При производстве данной зубной пасты используется порошок мисвак, получаемый из дерева мисвак / сивак, произрастающего в Саудовской Аравии, Индии, Пакистане, Йемене. Название пасты стилизуется под фамилию производителя торговой марки.

2. Лексико-синтаксический + морфологические / морфолого-синтаксические способы и / или особые способы образования (17 ед.).

1) Сложносокращённый способ + лексико-синтаксический способ (11 ед.): *Doctor.el*, *Dr Kögel*, *Dr Hauschka*, *Dr Wild Tebodont*, *Dr Nano-To*, *D and Silver*. *Dr Dent*.

2) Сложносокращённый + префиксация (1 ед.): *Exoden*.

3) Сложносокращённый + суффиксация (1 ед.): *Curaprox*. *Curaprox* – сложение латинского существительного *cura* с сокращённым прилагательным **professional** с присоединением суффиксоподобного элемента в конце слова.

4) Аббревиация + лексико-синтаксический способ (1 ед.): *D.I.E.S. – 7 days*. Данный прагматоним представляет собой параллельное название, первой частью которого является аббревиатура *D.I.E.S. – dental innovation expert system*, а второй частью – словосочетание, при этом фиксируется языковая игра – буквы аббревиатуры образуют знаменательное слово *dies* (лат. ‘день’), и это же слово на английском языке представлено во второй части названия.

5) Лексико-синтаксический способ + нумерализация (2 ед.): *Зубная нить № 1*, *Dental Clinic 2080*.

6) Аббревиация + нумерализация (3 ед.): *SP 4*, *Oksa 1100*, *AB 1918*.

Таким образом, можно видеть большое разнообразие комплексных способов образования прагматонимов, условно объединённых в две равнозначные по количеству входящих в них единиц группы. Каждый из способов представлен небольшим количеством примеров. Наибольшее число онимов образовано одновременно действием сложносокращённого и лексико-синтаксического способов.

VI. Особые способы (3 прагматонима)

1) Нумерализация (1 ед.): *Ora²*.

2) Использование пунктуационных знаков (1 ед.): *Nak!D*.

3) Лексико-синтаксический способ с использованием математического символа (1 ед.): *Edel + White*.



Немотивированные названия (14 прагматонимов)

В отдельную группу могут быть выделены прагматонимы, определить способ образования которых не представляется возможным ввиду непрозрачности их внутренней формы: *Vian, Emra, Vivaton, Elmex, MontCarotte, Veriton, Willo, Pesitro, HIPZO, Vitis, Vilsen, Paro, EXXE, Marvis*.

Подведём итоги.

1. Способы образования прагматонимов-наименований стоматологических товаров разнообразны и отражают специфику объекта номинации – промежуточное положение между товарами широкого потребления и медицинскими товарами. В связи с этим для образования прагматонимов, с одной стороны, довольно широко используются лексико-синтаксический и лексико-семантический способы, распространённые в создании прагматонимов других групп товаров, с другой стороны, доминируют морфологические и морфолого-синтаксические способы, типичные для медицинского терминообразования, включая номенклатуру лекарственных средств.

2. Наибольшей продуктивностью характеризуются морфологические способы (26,4% от общего количества наименований). Сложением образованы 71,6% прагматонимов данной группы, при этом 3/4 наименований содержат греко-латинские отрезки. Использование греко-латинских компонентов является одной из ведущих тенденций в нейминге стоматологических товаров.

3. Чуть меньшей продуктивностью характеризуется синтаксический способ (22,5%). Большинство прагматонимов представляет собой словосочетания, 70,6% которых построены по двум доминирующим моделям – «Существительное + прилагательное» и «Существительное + существительное».

4. Третье место по количеству образованных прагматонимов занимают морфолого-синтаксические способы (17,1%). Среди данной группы преобладает сложносокращённый способ (79,2%), являющийся наряду со сложением одним из продуктивных в создании наименований стоматологических товаров.

5. Доля прагматонимов, образованных сложением и сложносокращённым способом, составляет 32,5% от общего количества онимов и более 50,0% от количества выявленных однословных наименований. Распространённость прагматонимов-сложных слов может

быть объяснена стремлением к краткости наименования, сочетающейся как с точностью и информативностью онима, так и с его индивидуализацией.

6. Лексико-семантическими и комплексными способами в совокупности образовано чуть менее 1/3 прагматонимов. В группе лексико-семантических способов лидирует онимизация.

7. Среди комплексных способов наибольшее количество прагматонимов образовано одновременно лексико-синтаксическим и сложносокращённым способами.

8. Отдельную группу (5,0%) составляют прагматонимы с непрозрачной внутренней формой, в связи с чем определить способ их образования представляется затруднительным.

9. Доля особых способов (нумерализация, использование графических и математических символов) в образовании прагматонимов-стоматологических товаров незначительна (1,0% онимов).

Список литературы

1. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд., перераб. и доп. / отв. ред. А. В. Суперанская. М. : Наука, 1988. 192 с.
2. Подольская Н. В. Проблемы ономастического словообразования // Вопросы языкознания. 1990. № 3. С. 40–53.
3. Полевая А. Ю. Онимизация как способ образования нижегородских годонимов // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 2 (69). С. 611–612. EDN: XNVJHN
4. Лазарева О. Ю. Пути и способы создания современных русских прагматонимов // Русский язык: система и функционирование (к 70-летию филологического факультета) : сб. материалов IV Международ. науч. конф., г. Минск, 5–6 мая 2009 г. : в 2 ч. / редкол. : И. С. Ровдо (отв. ред.) [и др.]. Минск : РИВШ, 2009. Ч. 1. С. 187–190.
5. Романова Т. П. Система способов словообразования рекламных собственных имен // Вестник Самарского государственного университета. 2007. № 5-2 (55). С. 204–214. EDN: WCDFZZ
6. Быкова О. И. Этнокультурный репертуар немецких прагматонимов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. № 2. С. 5–15. EDN: JWWTFR
7. Фоменко О. С. Морфологические трансформации прагматонимов-глобализмов: узуальные способы отпрагматонимного словообразования // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2014. № 10 (95). С. 63–67. EDN: TSEPKD



8. Врублевская О. В. Модные тенденции в прагматонимии // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2017. Т. 6, № 2. С. 16–22. <https://doi.org/10.12737/24871>, EDN: YGGRID
9. Бакърджиева Г. Статус на прагматонимите в езиковата система // Научни трудове. 2017. Т. 55, Кн. 1, сб. А. Филология. С. 78–89.
10. Прокопчук К. А. Иностраные прагматонимы в современной русской литературе. Латиница или кириллица? // Studi Slavistici XIV. 2017. S. 309–327. https://doi.org/10.13128/Studi_Slavis-21949
11. Исакова А. А. Вариативность торговых марок в лингвистическом пространстве современной России // Russian Linguistic Bulletin. 2020. № 4 (24). С. 13–17. <https://doi.org/10.18454/RULB.2020.24.4.32>
12. Rathmayr R., Schimpfössl E. Lebensmittelnamen als Spiegel oder Zerspiegel der Kultur: Parallelen und Unterschiede bei motivierten und nicht motivierten Lebensmittelnamen am Beispiel des Russischen und Deutschen // Slavistische Linguistik 2003. Referate des XXIX Konstanzer Slavistischen Arbeitstreffens. Bamberg, 15.-19.9.2003 / Hrsg von S. Kempgen. München: Verlag Otto Sagner, 2005. S. 223–244.
13. Яковлева О. Е. Семиотические типы прагматонимов современного русского языка (на материале номинаций продуктов питания): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2006. 21 с. EDN: ZNSVTN
14. Омеляненко В. А. Отонимные прагматонимы с национально-культурным компонентом в российской рекламе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. Т. 9, № 3. С. 712–728. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2018-9-3-712-728>, EDN: YBJJBJ
15. Осипова Н. Д. Реализация приёма фонетической языковой игры в современных отонимных прагматонимах // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2020. № 1 (36). С. 24–32. EDN: ADIPPP
16. Осипова Н. Д. Отантропонимные наименования конфет в синтаксическом аспекте // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2021. Т. 25, № 2. С. 77–86. <https://doi.org/10.18522/1995-0640-2021-2-77-86>, EDN: FEQWMI
17. Осипова Н. Д. Отонимные прецедентные наименования конфет в лингвосомиотическом аспекте // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2021. Т. 43, № 1. С. 60–67. <https://doi.org/10.15393/uchz.art.2021.568>, EDN: JGPTDW
18. Исангузина И. И. Прагматонимы в ономастическом пространстве: семантический, лингвокультурологический и синтаксический аспекты (на примере названий кондитерских изделий) // Вестник Башкирского университета. 2008. Т. 13, № 4. С. 990–993. EDN: KLTSTH
19. Славкина И. А. Вторичные онимы как отражение региональной идентификации // Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования: сб. науч. ст. Витебск: Витебский гос. ун-т им. П. М. Машерова, 2022. С. 40–44. EDN: BRURNM
20. Михалкова Л. Место эмпоронимов в лексической системе языка (на материале названий русских молочных продуктов) // Opera Slavica XIII. 2003. Роѝ. 13, ѝ. 2. С. 37–46.
21. Горяев С. О. Прагматонимы: опыт ономастиологической интерпретации // Ономастика и диалектная лексика: сб. науч. тр. / под ред. С. Г. Галиновой. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 1999. Вып. 3. С. 97–105.
22. Ермакова Л. Р. К вопросу об употреблении прагматонимов в рекламных текстах // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 24 (221). С. 100–103. EDN: VHNTSL
23. Фатеева И. М. Когнитивные объективации коммуникативно-прагматического пространства прагматонимов в современной отраслевой терминологии // Культура и цивилизация. 2016. № 1. С. 273–291. EDN: VTIQLJ
24. Болеста-Врона Б. Прагматоним и жизненный цикл товара // Язык и динамическая картина мира: материалы Междунар. науч. конф., Минск, 7–8 апреля 2017 г. Минск: МГЛУ, 2018. С. 71–75.
25. Банько А. Н. Функционирование прагматонимов сферы «Банковская деятельность» в центральных и региональных СМИ // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2010. № 2 (12). С. 186–190. EDN: NWZPXV
26. Алистанова Ф. Ф. Особенности образования современных эргонимов лексико-синтаксическим способом и аббревиацией // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 5, ч. 1 (71). С. 56–58. EDN: YLPYDR
27. Алистанова Ф. Ф. Образование эргонимов с помощью языковой графической игры с внутренней формой слова // Актуальные проблемы переводоведения и лингводидактики в контексте межкультурного взаимодействия: сб. науч. ст. Междунар. науч.-практ. конф., Брянск, 17–19 сентября 2021 г. Брянск: Брянский гос. ун-т им. академика И. Г. Петровского, 2021. С. 212–217. EDN: YDRBIN
28. Алистанова Ф. Ф. Семантическая трансонимизация в эргономическом пространстве Махачкалы // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. ст. LV Междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 15 апреля 2022 г. Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г. Ю.), 2022. С. 118–120. EDN: MCSJYAN
29. Курбанова М. Г. Эргонимы современного русского языка (семантика и прагматика): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2015. 22 с. EDN: ZPOQEP



30. Чжао Ч., Васильева Т. В. Морфологическое словообразование эргонимов (на материале названий коммерческих предприятий г. Хабаровска) // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира : материалы VIII Междунар. студ. науч.-практ. конф., Комсомольск-на-Амуре, 20 апреля 2017 г. : в 2 ч. Ч. 2. Комсомольск-на-Амуре : Амурский гуманитарно-педагогический гос. ун-т, 2017. С. 111–115. EDN: YPYAUB
31. Данилина Н. И. Трансонимизация и смежные явления в эргонимии // Ономастика Поволжья : материалы XX Междунар. науч. конф., Элиста, 05–07 октября 2022 г. / сост. и ред. Н. А. Кичикова, В. И. Супрун. Волгоград : ПринТерра-Дизайн, 2022. С. 18–22. EDN: DPBVMO
32. Веденева Е. В. Медицинские эргонимы Саратова и Саратовской области: особенности словообразования // Ономастика Поволжья : материалы XXI Междунар. науч. конф., Рязань, 03–05 октября 2023 г. Рязань : Рязанский гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2023. С. 170–173. EDN: QCSUNGU
33. Мадиева Г. В., Супрун В. И. Теория и практика ономастики. Алматы : Қазақ университеті ; Волгоград : Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2015. 280 с.
34. Носачёва М. И., Данилина Н. И. Способы образования сложных слов в медицинской терминологии (на материале немецкого языка) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2019. Т. 18, № 4. С. 145–156. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2019.4.11>, EDN: VHDMGR
35. Данилина Н. И. Словообразование в фармацевтической терминологии (опыт системного изложения студентам-фармацевтам) // Классические языки в современном профессиональном образовании : сб. ст. Всерос. науч.-метод. конф. (с междунар. участием), Казань, 05–06 мая 2022 г. / под ред. Н. Г. Николаевой, А. В. Ермошина. Казань : Казанский гос. мед. ун-т, 2022. С. 73–81. EDN: ALEWLJ
36. Носачёва М. И. Особенности немецкого субстантивного композитного терминообразования на основе греко-латинских терминоэлементов в сопоставлении со словообразовательными особенностями русских клинических терминов // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2017. № 4. С. 183–189. EDN: ZHMXBB
37. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов М. : Советская энциклопедия, 1966. 608 с. EDN: IMNYVY

Поступила в редакцию 18.03.2025; одобрена после рецензирования 08.05.2025; принята к публикации 01.09.2025
The article was submitted 18.03.2025; approved after reviewing 08.05.2025; accepted for publication 01.09.2025