

NOMINA LOCI С НАСТАВКА *-НИЦ(А)* В БЪЛГАРСКИЯ ЕЗИК (ПРОДУКТИВНА В МИНАЛОТО И ДНЕС)

Диана К. Иванова

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“

ivanovadk@abv.bg

Названията за места (Nomina loci) в българския език представляват много интересен изследователски обект както в диахронен, така и в синхронен план. Словообразователният тип на производните, образувани с форманти *-ниц(а)*, както и с разширените варианти *-арниц(а)*, *-ачниц(а)*, *-илниц(а)*, *-джийниц(а)*/*-чийниц(а)*, и обозначаващи главно места, в които се извършва дейността, упражнява се занаятите, посочено в мотивиращия глагол, както и места/вместилища, където се съхраняват същностите, обозначени от мотивиращото съществително, е представен от значителна в количествено отношение група субстантиви. Тя отчетливо отразява динамиката в езика – прехода на лексеми от активния в пасивния пласт, ревитализацията на някои от пасивните лексеми, възникването на неологизми, следващи утвърдените словообразователни модели, развитието на неосемантизми, проприализацията, чийто резултат са фирмонимите. Ново явление е инкорпорирането на Nomina loci в интернет пространството – без да съществуват физически, тези места изпълняват сходни практически функции. С разглежданите форманти са образувани както еднокоренни, така и композитни субстантиви. Емпиричният материал доказва продуктивността на словообразователния формант *-ниц(а)* и в настоящия етап от развитието на българския език.

Ключови думи: названия за места; български език; наставка *-ниц(а)*

NOMINA LOCI WITH THE SUFFIX *-НИЦ(А)* IN BULGARIAN (A PRODUCTIVE PATTERN IN THE PAST AND PRESENT)

DIANA K. IVANOVA

ST. KLIMENT OHRIDSKI SOFIA UNIVERSITY

ivanovadk@abv.bg

Place names (nomina loci) in Bulgarian represent a very interesting research subject both in a diachronic and synchronic perspective. The word-formation type of the nouns derived by attaching the ending *-ниц(а)* or the extended suffixes *-арниц(а)*, *-ачниц(а)*, *-илниц(а)*, *-джийниц(а)*/*-чийниц(а)* to designate the places where the activity or occupation denoted by the motivating verb is performed or exercised (or the places/homes where the entities denoted by the motivating noun are stored), is represented by a

significant number of substantives. This group of derivatives clearly reflects the dynamics of the language as observed in the transition of words from the active to the passive lexical layer, the revival of lexical items belonging to the passive lexis, the emergence of neologisms following the established derivational patterns, the development of neosemantics, the propriation resulting in the formation of firmonyms. A recent phenomenon attested in the language has been the incorporation of nomina loci into the internet space: without actually existing, these places perform similar functions to their physical counterparts. The suffixes under discussion are used in the derivation of both simple and compound substantives. The empirical material confirms the productivity of the ending *-ниц(a)* in contemporary Bulgarian.

Keywords: nomina loci; Bulgarian language; suffix *-ниц(a)*

Мястото е една от константите, съпътстващи човека през целия му живот. Място на раждане, местоживеене, месторабота, място на сключване на гражданския брак и т.н. – неизменна част от личните документи и актовете за гражданското състояние, която индивидуализира и конституира човека като част от обществото. Мястото е жалон, архетип, метафора, вълнуващи индивида от самото създаване на света, каращи го да търси, да се връща, да си спомня. С различните димензии на понятието *topos* (гр. τόπος ‘място, местоположение’) боравят логиката, класическата реторика, социологията, културологията, литературата. *Локусът* (лат. locus ‘място, местоположение’) е термин, с който работи генетиката, но също така математиката и психологията.

Уседналият начин на живот задържа човека на едно място, което той започва да култивира и изпълва с необходимите за оцеляването му материални блага. Така постепенно абстрактното място се конкретизира и мултиплицира в ред отделни ограничени в пространството места с конкретно предназначение. Съществена част от конкретизацията представлява именуването. Номинативната функция на езика е в пряка връзка с комуникативната. Формулираните в езиковото съзнание на хората от една общност езикови модели, включващи начините и средствата за именуване, за мотивиране на структурно и смислово по-сложни езикови единици, за създаването и функционирането на обществено по-приемливи или неприемливи вариантни/синонимни названия, за времето като фактор при употребата на определени езикови единици, не остават единствено в рамките на езиковото производство. Те се влияят от много извънезикови фактори (политически, икономически, културни и религиозни, взаимодействия и конфликти със съседни общности и под.), т.е. деривацията и процесът на номинация се определят от нуждите на комуникацията и възможностите на езика (Радева/Radeva 2007: 30).

Обект, предмет, цел и методология на изследването

Предмет на нашето изследване са съществителните имена за обозначаване на места (Nomina loci), а обектът ни е словообразователният тип, образуван с наставка *-ниц(a)* и разширените ѝ варианти *-ачниц(a)*, *-арниц(a)*, *-илниц(a)*, *-джийниц(a)*/*-чийниц(a)*¹.

Целта ни е да проследим какво е съвременното състояние на тези субстантиви в езика и да установим продължава ли посочената наставка да функционира като продуктивен словообразователен формант, обуславя ли стилистична маркираност на производните, откриват ли се нови/особени езикови явления при този словообразователен тип, отбелязват ли се някакви езикови отклонения.

По отношение на методологията възприемаме ономаσιологичния подход, разработен от Докулил (Dokulil 1962), прилаган и развиван в българските изследвания по словообразуване от Кочев (Кочев/Kochev 1972), Кяева, Домусчиева (Кяева Домусчиева/Кяева, Domuschieva 1986; Кяева Домусчиева/Кяева, Domuschieva 1987), Радева (Радева/Radeva 2003), Аврамова (Аврамова/Avtamova 2003) и др. Този подход позволява стройна идентификация, класификация и анализ на производните лексикални номинации (каквито са разглежданите) с оглед на словообразователните модели и средства, използвани при образуването им, както и извеждането на изводи за езиковите и извънезиковите фактори, влияещи върху избора на семантичния мотив.

Екскерпираният материал се състои от 138 лексикални единици, а негови източници са академичният *Речник на българския език* (РБЕ/RBE), *Обратен речник на българския език* (ОРБР/ORBE), *Речник на новите думи в българския език* (РНДБЕ/RNDBE), научни публикации по темата и названия, събирани от авторката през последните няколко години.

Имената за места в научната литература

Nomina loci са обект на постоянен интерес в езиковедските изследвания по словообразуване. Те са включвани както в цялостната класификация на съществителните имена, така и в отделни частни студии и монографии, посветени конкретно на ономаσιологичната субкатегория. В диахронен план Nomina loci са изследвани в старобългарския език (Шатковски/Siatkowski 1987) и в диалектите (Кяева/Кяева 1989; Кяева/Кяева 2011). Р. Бело (Бело/Belo 2011) разглежда имената в българския и в албанския език в съпоставителен план.

В по-старите изследвания словообразуването не се разглежда в отделен дял, а образуването на (производните) съществителни имена се поставя в рамките на морфологията. Словообразователните форманти се посочват кратко и с по няколко примера. Л. Андрейчин (Андрейчин/Andreychin 1978: 95–96) представя Nomina loci като нарицателни и собствени названия за места, а за образуваните с наставка *-ниц(а)* посочва, че обичайно тя се добавя към производни субстантиви с наставки *-ач*, *-ар*, *-джия*. Получените производни имат значение ‘заведения от съответните глаголи и съществителни имена (според занятието, което се упражнява в тях)’. Примерите са обособени в три кратки групи, образувани с три *лични* (както ги нарича ав-

торът) наставки – девербативи, образувани с *-(ач)ниц(a)*, девербативи и субстантиви, образувани с *-(ар)ниц(a)*, и субстантиви, образувани с *-(джий)ниц(a)/-(чий)ниц(a)*. Отбелязва се също, че суфиксът *-ниц(a)* се свързва по-рядко с основи без посочената лична наставка (*кланица, мелница, пивница* и др.).

Ст. Стоянов (Стоянов/Stoyanov 1977: 33) разглежда Nomina loci в т. 5 „Имена на заведения, учреждения и други места, където се извършва дейност“, като наставка *-ниц(a)* е представена с примери сред останалите наставки от словообразователната категория, без да се дават пояснения за видовете основи, с които се свързва, или за словообразователното значение на образуваните производни. По-късно авторът разширява заглавието на частта за Nomina loci с думата „работилници“, като изброява само по-важните според него словообразователни форманти, сред които е *-ниц(a)* (Стоянов/Stoyanov 1999: 221–222). Идентично е съдържанието на частта за образуване на имена за места в Граматика (Граматика/Gramatika 1977).

В. Радева (Радева/Radeva 1987; Радева/Radeva 2007) последователно прилага в своите изследвания принципа за разделно разглеждане на словообразователната проблематика като важен и съществен лингвистичен дял. Тя определя субстантивите за означаване на места като ономасиологична мутационна субкатегория, реализирана чрез няколко словообразователни категории, с най-фреквентен словообразователен начин суфиксация. Произвеждащите основи са девербални и десубстантивни, а към вече известните словообразователни форманти са добавени *-лница, -арниц(a), -ачниц(a)*, както и *-джийниц(a)/-чийниц(a)*. Със субкатегорията Nomina loci се означава субстанция, конкретизирана чрез понятийния клас място. Субстанцията се характеризира чрез ономасиологичен признак, който отразява отношение към действие, към друга субстанция или към признак (Радева/Radeva 1987: 25, 45–47; Радева/Radeva 2007: 118–120).

Nomina loci с наставка *-ниц(a)*

Общото словообразователно значение на анализирания словообразователен тип е ‘места, в които се осъществява дейност или се упражнява занятие, означени чрез произвеждащата основа, респ. се съхранява, намира се субстанция, означена чрез произвеждащата основа’. Предметните места представляват създадени от хората закрити помещения (търговски обекти – магазин, заведение, обекти за производство и услуги – работилница, предприятие, магазин), вместилища за съхранение (място, помещение), като тук не се включват природни форми. Единствено при субстантива *сълница* имаме създадено в природата място, но там се извършва човешка дейност. Произвеждащите основи са девербативни и десубстантивни, характерни за цялата субкатегория. Значително по-рядко е композитното словообразуване. От анализа изключваме диалектната лексика.

1. Производни субстантиви, ексцерпирани от лексикографски и други източници (123 бр.)

1.1. Еднокоренни производни (103 бр.)

1.1.1. Класификация според произвеждащата основа

а) девербативи със словообразователно значение:

- ‘място, където се извършва дейността, означена чрез произвеждащата основа’: *бояджийница, бръснарница, ваксаджийница, гладачница, гостилница, кланица, лечебница, мелница, наблюдателница, пекарница, перачница, печатница, пивница, плетачница, подвързвачница, продавница;*
- ‘място, където се практикува занаятието, означено чрез произвеждащата основа’: *ковачница, кроячница, подковачница, шивачница;*

б) десубстантиви със значение ‘място, в което се произвежда, добива/съхранява/продава предметът, означен чрез произвеждащата основа, респ. се предоставя услуга’: *абаджийница, антикварница, бакалница, баничарница, барутчийница, берберница, бозаджиица, брадварница, бубарница, бъчварница, варджийница, варница, винарница, въглищарница, въжарница, гайтанджиица, геврекчийница, гробница, грънчарница, даракчийница, дрехарница, дърварница, железарница, житница, забавачница, зарзаватчийница, звънчарница, златарница, игуменарница, казанджиица, калпакчийница, катранджиица, кафеджийница, кацарница, кебапчийница, керемидчийница, килимарница, книжарница, кожухарница, колбасарница, колбасница, коларница, костница, магерница, масларница, мекичарница, месарница, митница, млекарница, монетарница, налбантница, обуцарница, оръжейница, ракиджийница, рибарница, сарачница, седларница, свецарница, сиренарница, сладкарница, солница, стъklarница съкровищница, тенекеджийница, тухларница, халваджийница, хлебарница, цветарница, цигларница, цървулджийница, часовникарница, четкарница, чехларница, шапкарница, шекерджийница, шкембеджиица, яйчарница.*

Ексцерпираният материал потвърждава наблюденията, че производните субстантиви с десубстантивна произвеждаща основа значително превишават мотивите с девербална произвеждаща основа. Някои от лексемите са включени в разглеждания тип не с първото си лексикално значение, а с някое от следващите: *варджийница* и *варница*, *митница* (с 2 значение).² Специално ще отбележим субстантива *антикварница*, чието образуване може да се тълкува и като резултат от универбизация + суфиксация. Мотив за подобно разсъждение е много по-често употребяваното в практиката словосъчетание *антикварна книжарница*.

1.1.2. Класификация според словообразователния формант

В рамките на разглеждания словообразователен тип можем да обособим няколко подтипа въз основа на словообразователната наставка. Наставката

-ниц(а) е свързана с проблема за опосредстваната мотивация в случаите, когато се присъединява към производни основи с наставки *-ар*, *-ач*, *-джий(а)/-чий(а)*. Възниква въпросът дали полученият субстантив е мотивиран непосредствено от съществителното, към което се присъединява *-ниц(а)*, или от непроизводната основа. Според Радева (Радева/Radeva 2007: 118–119) семантичната мотивация следва да се свързва с мястото, характеризирано според дейността или предмета, за който е предназначено, посочен от мотивиращото съществително. Смятаме обаче, че бихме могли да говорим за семантична полимотивация – от една страна, според извършваната дейност, а от друга – според вършителя ѝ. Факт е, че тези места са се явявали/се явяват работно място на посочените лица (в съвременните квартални хлебопекарници или баничарници предлаганите артикули се произвеждат на място). Освен това наличието на мотивати като *колбасница* показват възможности за образуване на производни и без агентивната основа (друг е въпросът, че без нея може да се получат омонимни номинации, които със сигурност ще причинят комуникативни проблеми). С времето едната семантична връзка се деактуализира и се стига до т.нар. преразлагане на думата (Радева/Radeva 2007: 47). В нашето изложение приемаме суфиксите *-арниц(а)*, *-ачниц(а)*, *-джийниц(а)/-чийниц(а)* като удължени вследствие на такова преразпределение. Прямо тях класифицираме подтиповете мотивати:

а) мотивати с наставка **-ниц(а)**: *бакалница*, *берберница*, *варница*, *гробница*, *кланица*, *лечебница*, *житница*, *колбасница*, *костница*, *магерница*, *мелница*, *митница*, *налбантница*, *наблюдателница*, *оръжейница*, *печатница*, *пивница*, *продавница*, *сълница*, *съкровищница*;

б) мотивати с наставка **-лниц(а)**: *гостилница*;

в) мотивати с наставка **-арниц(а)**: *антикварница*, *баничарница*, *брадварница*, *бръснарница*, *бубарница*, *бъчварница*, *винарница*, *въглищарница*, *въжарница*, *грънчарница*, *дрехарница*, *дърварница*, *железарница*, *звънчарница*, *златарница*, *игуменарница*, *кацарница*, *пекарница*, *килимарница*, *книжарница*, *кожухарница*, *колбасарница*, *коларница*, *масларница*, *мекичарница*, *месарница*, *млекарница*, *монетарница*, *обущарница*, *рибарница*, *седларница*, *свещарница*, *сиренарница*, *сладкарница*, *стъklarница*, *тухларница*, *хлебарница*, *цветарница*, *цигларница*, *часовникарница*, *четкарница*, *чехларница*, *шапкарница*, *яйчарница*;

г) мотивати с наставка **-ачниц(а)**: *гладачница*, *забавачница*, *перачница*, *плетачница*, *подвързвачница*, *сарачница*;

д) мотивати с наставка **-джийниц(а)/-чийниц(а)**: *абаджийница*, *барутчийница*, *бозаджийница*, *бояджийница*, *ваксаджийница*, *варджийница*, *гайтанджийница*, *геврекчийница*, *даракчийница*, *зарзаватчийница*, *казанджийница*, *калпакчийница*, *катранджийница*, *кафеджийница*, *кебапчийница*, *керемидчийница*, *ракиджийница*, *тенекеджийница*, *халваджийница*, *цървулджийница*, *шекерджийница*, *шкембеджийница*.

Най-многобройна е групата, съдържаща мотивати с удължените наставки *-арниц(а)* и *-джийниц(а)/-чийниц(а)*, а най-малобройни – с наставки *-лниц(а)* и *-ачниц(а)*. Този резултат е свързан и с продуктивността на наставките на *Nomina agentis*, като говори в полза на факта, че не бива да се пренебрегва семантичната връзка с вършителите на действието при образуването на имената за места.

1.2. Композитни субстантиви (20 бр.)

Макар и по-ограничено, композиционно образувани субстантиви се срещат и при разглеждания тип *Nomina loci*: *балнеолечебница, водолечебница, вълнопредачница, гостоприемница, дърводелница, дъскорезница, калолечебница, книговезница, корабостроителница, месопродавница, металолеярница, млекопродавница, пивоварница, питиепродавница, розоварница, свецолеярница, свецоливница, странноприемница, хлебопекарница, хлебопродавница.*

Опорна е втората по ред, девербалната основа, която посочва характеризиращото действие. Основите *-лечебниц(а)*, *-предачниц(а)*, *-продавниц(а)*, *-леярниц(а)*, *-ливниц(а)* и *-пекарниц(а)* се употребяват и самостоятелно. Основите *-приемниц(а)*, *-делниц(а)*, *-резниц(а)*, *-везниц(а)*, *-строителниц(а)* и *-варниц(а)* са свързани (Радева/Radeva 2007: 46) поради невъзможността за самостоятелна употреба. Субстантивите *приемница, делница* и *варница* са омоними. Първата в структурата, десубстантивната основа, конкретизира действието чрез отношението му към предмета, който е денотат на десубстантивната основа. Словообразователното значение е ‘място, в което се осъществява дейността, означена в предмета на десубстантивната основа’.

В случаите, когато първата основа завършва на консонант, двете основи се съединяват с интерфикс. В един пример композитумът е хибридно образувание с първа основа чужда дума (лат. *balneum*) и втора основа българска дума.

1.2.1. Класификация според словообразователния формант

а) мотивати с наставка **-ниц(а)**: *балнеолечебница, водолечебница, гостоприемница, дъскорезница, калолечебница, книговезница, корабостроителница, месопродавница, млекопродавница, питиепродавница, свецоливница, странноприемница, хлебопродавница;*

б) мотивати с наставка **-арниц(а)**: *металолеярница, пивоварница, розоварница, свецолеярница, хлебопекарница;*

в) мотивати с наставка **-ачниц(а)**: *вълнопредачница.*

В групата на композитните мотивати наблюдаваме най-много случаи с формант *-ниц(а)* и значително по-малко – с *-арниц(а)*. Не се регистрира нито един пример за композитен мотиват, образуван с наставката *-джийниц(а)/-чийниц(а)*.

Стилистични особености

Разглежданите производни не са еднородни по отношение на стилистичната си окраска. Със стилистичен квалификатор *разг.* са обозначени лексемите *бакалница, зарзаватчийница, килимарница, кожухарница* (във 2 зн.), *кроячница, пекарница, подвързвачница, продавалница, рибарница*, като *простонар.*: *налбантница*. Като редки по отношение на честота на употреба спрямо варианти с други словообразователни форманти са определени: *дърварница* (в 1 зн.), *златарница, колбасница, коларница, кръчмарница*. Разговорният характер е отчетлив в случаите, когато по-често се използват синоними, образувани с други форманти (*пекарна* : *пекарница*), други основи (*колбасарница* : *колбасница*) или словосъчетания (*кожухарница* : *магазин за кожени облекла*).

Значително по-малкият брой композитни производни обуславя и по-високата степен на еднородност от гледище на стилистичните характеристики. Единствено *розоварница* е маркирана като разговорна форма спрямо синонима си *розоварна*.

Архаизация на лексиката

Като остарели са означени производните: *берберница, въглицарница* (3 зн.), *гостилница* (2 зн.), *дрехарница* (1 зн.), *кафеджийница, масларница, млекарница* (2 и 3 зн.), *оръжейница, перачница*.

Като историзъм е определена единствено *монетарница*, въпреки че и други от представените единици назовават изчезнали от битието ни реалии. В Лексикология (Лексикология/Leksikologiya 2013: 121–123) се посочва, че историзмите представляват безсинонимни названия на реалии, престанали да съществуват изцяло поради екстралингвистични причини, т.е. предметът им на номинация се отличава с функционална ограниченост и темпорална отдалеченост. Въз основа на това и други лексеми от разглежданата група биха могли да бъдат отнесени към историзмите (вж. напр. Велева/Veleva 2017: 78). Липсата на единни критерии обаче все още пречи да се синхронизират лексикографското представяне и изследователското тълкуване на историзмите.

При композитните мотиви се отбелязва по-висока еднородност: с квалификатор *остар.* е отбелязана *пивоварница* спрямо синонимния еднокоренен мотив *пивоварна*.

Системни отношения

Производните от разглеждания словообразователен тип могат да влязат в синонимни отношения както с думи от същия тип (еднокоренни и композити), така и с мотиви от друг словообразователен тип. При това, както отбелязахме, наставката *-ница(a)* може да придава разговорен характер на

лексемата спрямо неутралния синоним (*розоварница : розоварна*), да бъде с по-рядка употреба от фреквентния синоним (*винарница : винарна* (но също *винарска изба*), да е остаряла (*пивоварница : пивоварна*) или да са пълни синоними (*месопродавница : месарница*).

Среща се и полисемия, а отделните значения могат да се отличават стилистично, темпорално, с преносна употреба или да няма такава маркираност (*въглищарница* ж. 1. Място, където се приготвят дървени въглища, 2. Място, където се продават въглища, 3. *Остар.* Помещение, навес, където се държат въглища; *кланица* ж. 1. Сграда, предназначена за клане на добитък, 2. *Прен.* Място, където се извършва масово избиване на хора, масово клане).

2. Производни неологизми (15 бр.)

2.1. Класификация според произвеждащата основа

2.1.1. Енокоренни производни неологизми (13 бр.)

а) девербативи със словообразователно значение ‘място, в което се извършва дейността, означена чрез произвеждащата основа’: *Копирницата*³, *продавалница*, *творилница*;

б) десубстантиви със значение ‘място, в което се произвежда, добива/съхранява/продава предметът, означен чрез произвеждащата основа, респ. се предоставя услуга’: *бензинджийница*, *Билкарница*, *Бонбониерница*, *вестникарница*, *Вкусотилница*, *Гозбаджийница*, *гумаджийница*, *дюнерджийница*, *Книгофилница*, *Курабийница*, *маникюрница*, *масларница*, *Мръвкарница*, *Сладкишница*, *сокаджийница*, *сръчкотилница*, *Учебникарница*, *чалгарница*, *Чорбаджийница*, *шоколатиерница*.

2.1.2. Композитни неологизми (2 бр.): *Сладкопекарница*, *Хлебоизкусителница*.

И при неологизмите се потвърждава фактът, че мотиватите с десубстантивна произвеждаща основа преобладават значително над тези с девербална основа.

2.2. Класификация според словообразователния формант

а) мотивати с наставка **-ниц(а)**: *Книгофилница*, *Копирницата*, *Курабийница*, *маникюрница*, *Сладкишница*, *Хлебоизкусителница*;

б) мотивати с наставка **-арниц(а)**: *Билкарница*, *вестникарница*, *Мръвкарница*, *Сладкопекарница*, *Учебникарница*, *чалгарница*;

в) мотивати с наставка **-джийниц(а)**: *бензинджийница*, *Гозбаджийница*, *гумаджийница*, *дюнерджийница*, *сокаджийница*, *Чорбаджийница*;

г) мотивати с наставка **-лниц(а)**: *Вкусотилница*, *продавалница*, *сръчкотилница*, *творилница*;

д) мотивати с наставка **-ерниц(а)**: *Бонбониерница*, *шоколатиерница*.

Екскерпираният материал показва, че и при новообразуваните мотивати се използват широко възможностите на обичайните за словообразователния тип форманти. При производните, образувани с удължените наставки *-ар-ниц(а)* и *-джийниц(а)*, можем да твърдим, че семантичната мотивация категорично сочи връзка с предмета, означен чрез произвеждащата основа.

При новообразуванията се появява нов формант. Доколкото чуждият суфикс *-иер(а)* (напр. *фр. Bonbonnière*), който се среща в названия на вместилища според субстанцията, която се съхранява в тях (*сосиера, салатиера, фруктиера*, напоследък и *бисквитиера*), в случая с *бонбониерница* и *шоколатиерница* няма значение на магазин или заведение, които предлагат бонбонери и шоколатиери, а които предлагат богат набор от бонбони и шоколадови изделия изобщо, без значение дали са в насипно състояние, или опаковани. Затова смятаме, че тук също може да се говори за преразпределение между базата и признака, т.е. получила се е нова удължена наставка.

2.3. Производни неосемантизми

Открихме някои случаи на неосемантизми – вече съществуващи мотивати от разглеждания словообразователен тип, които се използват с изцяло ново значение или са развили производно ново значение.

От първия тип е субстантивът *масларница*, който вече не се използва в значението си ‘работилница за производство на масло’ (за консумация), а в съвсем ново значение: ‘автосервиз, място, където се сменя маслото на автомобилите’ (денотатът е различен – консуматив за автомобил). Лексемата е с разговорен характер.

При *гостоприемница* първоначалното, вече възприемано като остаряло, значение ‘кръчма и гостилница с легла за пътници и обор за добитък’ е деактуализирано и вместо него се е развило ново значение: ‘място, предлагащо подходяща атмосфера за развиване на различни дейности, напр. литературна или друга дейност’: *Литературна гостоприемница*.

Първото значение на *перачница* е неосемантизъм (‘предприятие, което чрез дейността си узаконява пари от незаконна дейност’), а следващото, с което е синоним на *пералня*, се характеризира като остаряло.

Ново значение се е развило при субстантива *бояджийница*, който освен ‘работилница за боядисване на прежди, платове, дрехи и др.’ означава и ‘магазин за бои, лакове, бояджийски инструменти, тониране на бои’.

Освен основното значение на *работилница*: ‘1. Работно помещение за ръчна, главно занаятчийска работа’, са отразени и две нови, обозначени в РБЕ/РВЕ като преносни: ‘3. *Прен.* Творчески колектив, група, обединение, обикн. в някаква област на изкуството, за създаване на произведения, творчески продукти, 4. *Прен.* Работен семинар, курс и под., посветен на някакви проблеми’.

Ново значение е развил субстантивът *оръжейница* ('работилница, в която се поправя оръжие'). Той вече се използва в значение 'предприятие от военнопromишления комплекс за производство на оръжие и боеприпаси', с разговорен характер.

Възникването на неологизмите и неосемантизмите е обусловено от две основни причини. На първо място – необходимостта от назоваване на новопоявили се в живота реалии (*дюнерджийница*) под влиянието на различни екстралингвистични фактори. Втората причина е прагматична (маркетингова): стремеж да се привлече вниманието на клиентите или на участниците в определено мероприятие. Езиковите средства, съчетани по оригинален начин, позволяват предлаганият продукт да се отличи сред останалите, да стане видим. Ето защо се появява *сладкишница* вместо *сладкарница*, *мръвкарница* вместо *месарница*, но и *творилница*, *сръчкотилница*, *вкусотилница* и др.

Важна роля в словотворческия процес изиграва стремежът към езикова икономия: вместо *билков магазин/аптека* идва по-кратката *билкарница*, вместо *салон за маникюр* – *маникюрница*, вместо *будка за вестници* – *вестникарница*.

Няколко актуални тенденции

1. Активизиране на номинациите за места за продажба с производни от разглеждания словообразователен тип.

В Лексикология (Лексикология/Leksikologiya 2013: 125) се посочва, че тези субстантиви са в отстъпление за сметка на мултивербалните единици. Причините според авторите са екстралингвистични и лингвистични (мода, промяна в семантиката на понятията, окрупняване на търговията и под.) Десет години по-късно наблюдаваме съвсем различна тенденция. Тя също има прагматичен характер – търговците все по-масово предпочитат да използват еднословни мотивати – *млекарница*, *месарница*, *хлебарница*, *хлебопекарница*, *хлебопродавница*, а както установихме – и нови производни като *мръвкарница*. Мотив за подобно решение е налагането на малките квартални магазини, предлагащи стоки от първа необходимост и подхранващи носталгията на клиентите към вкусните и значително по-здравословни храни от миналото и към домашно приготвените продукти. Съзнателното номинационно архаизиране цели да убеди купувачите, че в посочените търговски обекти се предлагат храни с качество, традиционен вкус и персонална грижа към клиента.

2. С тази тенденция е пряко свързана и тенденцията към проприализация и употреба на производните като фирмоними или части от фирмоними.

Най-често фирмонимите (наименования на фирми, т.е. стопански субекти) са всъщност търговската марка, под която оперират тези субекти, но и самата фирма (*Зарзаватчийница ЕООД*, *Златарница Пе Спа*). Изписват се с главна буква: *Млекарница Костадинови*, *Наш'та млекарница*, *Месарница*

При *Кирето*, също: *Гумаджийница*, *Стъklarница*, *Чорбаджийница* (ресторант), *Яйчарница* При *Радко* и под. Фирмонимът често е съставен от производно съществително със суфикс *-ниц(а)* и съгласувано или несъгласувано определение, чрез което се цели да се подсили ефектът и атрактивността на името и да се повиши доверието у клиентите (определението понякога може да е доста екзотично): *Питиепродавница* *Му се цока* (София). Ревитализират се остарели думи като *берберница* – със засилване на емигрантския поток от арабски граждани в последните две години се откриха много бръснарници, които привличат вниманието на клиентите с остарялата форма *Берберница* (или с английското *Barber Shop*).

3. Индивидуализацията, уникалността се подчертават още повече, когато въпросните фирмоними са членувани: *Бояджийницата*, *Колбасарницата*, *Странноприемницата*, *Цветарницата*, *Кръчмарницата*.

Стремежът към оригиналност може да доведе и до объркване, когато съдържанието на предлагания продукт няма нищо общо с номинацията: *Ракиджййницата* всъщност е къща за гости с механа в с. Свежен, *Кафеджййницата* – къща за гости в с. Ичера. Освен че се поражда комуникационен шум, желанието за оригиналност откроява и прояви на езикова неграмотност. Стремежът към архаизиране, доказване на установени традиции в дълъг времеви период подтиква някои собственици да изписват фирмите си с красловен „џ“: *Бръснарницатъ*, *Хлебарницъ* *Нико* и др. Ерът не е на етимологичното си място, вероятно е объркан с ятовата гласна. Явно авторите са се вдъхновили от старите фирмени табели, без да се консултират със специалисти.

Грешка има и при фирмонима *Вкусотилница* – авторите са използвали като мотивираща основа неправилното *вкусоти-я* вместо *вкусноти-я*.

4. С развитието на информационните технологии и масовото използване на социалните мрежи се появи нов феномен – виртуалното пространство, където също се оформят места.

Те, разбира се, нямат физическо измерение, но в голяма степен копират съществуващите места – позволяват да се извършат действия, водещи до реална дейност, например продаване и купуване на всякакви предмети (*Продавалница*), учебници (*Учебникарница*) и под. Виртуалните места, по подобие на физическите, получават име (*Здравословна продавалница* е и физически магазин).

Изводи

Представените производни субстантиви доказват, че наставката *-ниц(а)* и нейните удължени варианти не са загубили продуктивността си. Тези форманти продължават да се използват при образуването на имена за означаване на места, където се осъществява някаква дейност, или се използват като вместилища за предмети. Десубстантивните произвеждащи основи доминират над девербалните, а като най-продуктивни се очертават формантите

-ниц(а), -арниц(а) и -джийниц(а). Производните с последната наставка се усещат като разговорни. Не открихме примери за употребата на наставка -ачниц(а) при новообразуванията.

Традиционно съществуващите производни с наставка -ниц(а) имат различна съдба в зависимост от реалиите, които назовават. Някои от тях са в пасивния езиков пласт, употребата на други е актуализирана, което бележи обрат в тенденцията отпреди десетилетие. Доказателство за това е активната употреба на редица мотивати като фирмоними, стремежът към индивидуализация чрез тяхното членуване и към съзнателна архаизация чрез неправилното поставяне на краесловен ер („ъ“).

Тенденцията, която със сигурност ще се засилва през следващите години, е виртуализирането на пространството, най-вече по отношение на търговията – и в момента много магазини предлагат свой онлайн вариант. А за да се чувстват клиентите по-комфортно, ще се търси все по-голямо подобие с физическите магазини, включително и чрез езиковите средства на номинацията. Образоването на Nomina loci с посочените наставки спомага за постигане на езикова икономия.

По-задълбочените изследвания на субкатегорията Nomina loci несъмнено ще открият и още интересни наблюдения, а съпоставката със ситуацията в други славянски езици – и (може би) неочаквани изводи.

БЕЛЕЖКИ / NOTES

¹ Наставките -джийниц(а) и -чийниц(а) са в отношение на допълнителна дистрибуция.

² Значенията посочваме според *Речник на българския език* (<https://ibl.bas.bg/rbe/>).

³ Примерите, изписани с главна буква, са фирмоними.

ЛИТЕРАТУРА

- Аврамова 2003: *Аврамова, Цв.* Словообразователни тенденции при съществителните имена в българския и чешкия език в края на XX век. София, Херон Прес.
- Андрейчин 1978: *Андрейчин, Л.* Основна българска граматика. София, Наука и изкуство.
- Бело 2011: *Бело, Р.* Nomina loci в българския и албанския език. Велико Търново, Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“.
- Велева 2017: *Велева, М.* Историзмите в българския език. Велико Търново, Знак' 94.
- Грамматика 1977: *Андрейчин, Л., К. Попов, Ст. Стоянов.* Грамматика на българския език. София, Просвета.
- Кочев 1972: *Кочев, Ив.* Диалектни категории и типове при словообразуването на съществителното име (съпоставително изследване върху материал от три български говора). – *Известия на Института за български език*, кн. 20, с. 107–185.

- Кяева 1989: *Кяева, Ел.* Имена за места (nomina loci) в българските говори. – *Български език*, № 6, с. 526–534.
- Кяева 2011: *Кяева, Ел.* Диалектно богатство 2. Имена за места в българските диалекти. Nomina loci. София, Пропелер.
- Кяева, Домусчиева 1986: *Кяева, Ел., Л. Домусчиева.* Имена за места (nomina loci) с наставка -ло в българските говори. – *Български език*, № 1, с. 58–67.
- Кяева, Домусчиева 1987: *Кяева, Ел., Л. Домусчиева.* Сложни имена за места в българските говори. – В: *Исторически развой и типологическа характеристика на българския език*. София, БАН, с. 131–140.
- Лексикология 2013: *Крумова-Цветкова, Л. и кол.* Българска лексикология и фразеология. Т. 1. Българска лексикология. София, Академично издателство „Марин Дринов“.
- ОРБЕ 2011: *Мурдаров, Вл. и кол.* Обратен речник на българския език. София, Изток–Запад.
- Радева 1987: *Радева, В.* Българското словообразуване. София, Университетско издателство „Климент Охридски“.
- Радева 2007: *Радева, В.* В света на думите. Структура и значение на производните думи. София, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
- РБЕ: Речник на българския език (онлайн). <<https://ibl.bas.bg/rbe/>> [22.02.2024].
- РНДБЕ 2021: *Благодеева, Д. и кол.* Речник на новите думи в българския език (от първите две десетилетия на XXI в.). София, Наука и изкуство.
- Стоянов 1977: *Стоянов, Ст.* Словообразуването в българския език. I. Имена. София, Народна просвета.
- Стоянов 1999: *Стоянов, Ст.* Граматика на българския книжовен език. Велико Търново, Абагар.
- Шатковски 1987: *Шатковски, Я.* Nomina loci в старобългарския език. – В: *Кирило-Методиевски студии*. Кн. 4. София, БАН.
- Dokulil 1962: *Dokulil, M.* Tvoření slov v češtině. 1. Teórie odvozování slov. Praha, Nakladatelství Československé akademie věd.

REFERENCES

- Andreychin 1978: *Andreychin, L.* Osnovna balgarska gramatika. Sofia, Nauka i izkustvo.
- Avramova 2003: *Avramova, Tsv.* Slovoobrazovatelni tendentsii pri sashtestvtelnite imena v balgarskiya i cheshkiya ezik v kraya na XX vek. Sofia, Heron Press.
- Belo 2011: *Belo, R.* Nomina loci v balgarskiya i albanskiya ezik. Veliko Tarnovo, Universitetsko izdatelstvo “Sv. sv. Kiril i Metodi”.
- Gramatika 1977: *Andreychin, L., K. Popov, St. Stoyanov.* Gramatika na balgarskiya ezik. Sofia, Prosveta.
- Dokulil 1962: *Dokulil, M.* Tvoření slov v češtině. 1. Teórie odvozování slov. Praha, Nakladatelství Československé akademie věd.
- Kochev 1972: *Kochev, Iv.* Dialektni kategorii i tipove pri slovoobrazovaneto na sashtestvitelnoto ime (sapostavitelno izsledvane varhu material ot tri balgarski govora). – *Izvestiya na Instituta za balgarski ezik*, kn. 20, s. 107–185.

- Кыаева 1989: *Кыаева, El.* Imena za mesta (nomina loci) v balgarskite govori. – *Balgarski ezik*, N 6, s. 526–534.
- Кыаева 2011: *Кыаева, El.* Dialektno bogatstvo 2. Imena za mesta v balgarskite dialekti. Nomina loci. Sofia, Propeler.
- Кыаева, Domuschieva 1986: *Кыаева, El., L. Domuschieva.* Imena za mesta (nomina loci) s nastavka -lo v balgarskite govori. – *Balgarski ezik*, N 1, s. 58–67.
- Кыаева, Domuschieva 1987: *Кыаева, El., L. Domuschieva.* Slozhni imena za mesta v balgarskite govori. – *Istoricheski razvoy i tipologichna charakteristika na balgarskiya ezik*. Sofia, BAN, s. 131–140.
- Leksikologiya 2013: *Krumova-Tsvetkova, L. et al.* Balgarska leksikologiya i frazeologiya. T. 1. Balgarska leksikologiya. Sofia, Akademichno izdatelstvo “Marin Drinov”.
- ORBE 2011: *Murdarov, Vl. et al.* Obraten rechnik na balgarskiya ezik. Sofia, Iztok-Zapad.
- Radeva 1987: *Radeva, V.* Balgarskoto slovoobrazuvane. Sofia, Universitetsko izdatelstvo “Sv. Kliment Ohridski”.
- Radeva 2007: *Radeva, V.* V sveta na dumite. Struktura i znachenie na proizvodnite dumi. Sofia, Universitetsko izdatelstvo “Sv. Kliment Ohridski”.
- RBE: Rechnik na balgarskia ezik (online). < <https://ibl.bas.bg/rbe/> > [22.02.2024].
- RNDBE 2021: *Blagoeva, D. et al.* Rechnik na novite dumi v balgarskiya ezik (ot parvite dve desetiletiya na XXI vek). Sofia, Nauka i izkustvo.
- Siatkowski 1987: *Siatkowski, J.* Nomina loci v starobalgarskiya ezik. – In: *Kirilo-Methodievska studii*. N 4. Sofia, BAN.
- Stoyanov 1999: *Stoyanov, St.* Gramatika na balgarskiya knizhoven ezik. Veliko Tarnovo, Abagar.
- Veleva 2017: *Veleva, M.* Istorizmite v balgarskiya ezik. Veliko Tarnovo, Znak' 94.

✉ Гл. ас. д-р Диана К. Иванова

Катедра „Славянско езиковзнание“, Факултет по славянски филологии
Софийски университет „Св. Климент Охридски“
бул. „Цар Освободител“ № 15, 1504 София, България

✉ Assist. Prof. Diana K. Ivanova, PhD

Department of Slavic Linguistics
Faculty of Slavic Studies, Sofia University St. Kliment Ohridski
15 Tsar Osvoboditel Blvd., Sofia 1504, Bulgaria