

## Эргонимикон современного города

*М.В. Дубовская, Е.А. Моложавская, III курс*

*Научный руководитель – Ю.А. Гурская, канд. филол. наук, доц.*

Расширение деловых и культурных контактов между странами, современные образцы поведения – все это находит отражение в сфере эргонимии. Под эргонимами, вслед за Н.В. Подольской, понимаются собственные имена делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка [1, с. 166], представляющие собой единицы лингвистического пространства города.

Актуальность темы исследования обусловлена активизацией искусственной номинации в современной лингвистике как явления ставшего объектом изучения лингвистики, культурологии, психологии. Целью работы является определение специфики и актуальных тенденций в наименованиях заведений современного белорусского города. В качестве объектов изучения выступают эргонимы двух крупных белорусских городов – Минска, столицы Республики Беларусь и административного центра Минской области, и Гродно, административного центра Гродненской области.

В ходе работы мы проанализировали 676 эргонимов (магазинов, ресторанов, кафе, баров, ночных клубов, парикмахерских, салонов красоты), обладающих определенной семантикой и грамматикой. Как показывает материал, эргонимикон современного белорусского города представляет особую группу языковых знаков, в которых совмещаются такие языковые явления, как метафорический и метонимический переносы, трансонимизация, заимствование (использование варваризмов, экзотизмов, вкраплений), использование лексики с национально-культурным компонентом значения, применение традиционных способов словообразования.

Наиболее очевидный метонимический характер номинации свойствен эргонимам, мотивированным топонимами (*Старовиленская корчма*, расположенная на улице Старовиленской, *Верхний город*, *У Ратуши*). По принципу “оживления” внутренней формы построен эргоним *Бессонница* (наименование бара, расположенного на улице *Немиге*), что задает особый характер отношений между номинатором и адресатом. Более сложно, сочетанием метонимического и метафорического переноса, мотивированы названия ресторанов национальной кухни. В таких именах особую роль играет образная составляющая, дополнительные коннотации, например, рестораны русской кухни *Губерния*, *Тостъ*, *Трактир на Парковой*, французской – *LaCrêted’Or*, *LaDamedePique*, итальянской – *Perfetto*, *Falcone*, *Bergamo*, немецкой – *Westfalia*, *Gaststätte*, индийской – *Taj*, грузинской – *Тифлисъ*, *Намврис Хе* и т.д.

В качестве отдельной группы выступают онимы с ярко выраженным белорусским национально-культурным компонентом, причем это могут быть как белорусские языковые знаки (*Папараць-кветка*, *Шляхеці маёнтак*, *Родны кут*,

*Славянскі кут, Ракаўскі бровар*), так и русские, т.е. созданные с использованием русской графики (*Радзивилловский, Панская усадьба, Рыцарский замок, Усадьба, Староместный пивовар*). Национально-культурный компонент может входить в ядро значения, в этом случае языковой знак является безэквивалентным (*Талака*), неполноэквивалентным (*Кухмістр, Камяніца, Папараць-кветка*), а может составлять фоновую часть значения, его коннотативную, аксиологическую сферу (*Сябры, У Барысыча, Васильки*).

Как показывает исследование, большой популярностью у номинаторов пользуются эргонимы, образованные с помощью языковой игры (*Фасоля, Веержа*), семантической онимизации (*Кружка, Кружки, Дрожжи*), трансонимизации (*Альцеста, Гамбринус, Гудвин, Джельсомино, Садко, Паллукс*), а также заимствований *Bierstrasse, BierKeller*, что способствует повышению оригинальности и привлекательности наименования.

Согласно полученным результатам, 71.1 % эргонимов являются стилистически нейтральными. На стилистически окрашенные эргонимы приходится 20.7%; при этом 4.7% составляют экзотизмы, варваризмы, вкрапления и словообразовательные элементы, пришедшие из других языков;

3.5% приходится на эргонимы, несущие в себе яркие следы литературных и мифологических концептов белорусского народа с целью сохранения и поддержания исторических и культурных традиций.

Таким образом, проанализированный эргонимикон отражает полиэтничность современного города, что обусловлено языковыми и межкультурными контактами. С точки зрения семиотического подхода эргонимы можно определить как свернутый поликультурный текст, создаваемый с целью воздействия на потребителя для успешной реализации товаров и услуг коммерческого предприятия.

#### *Литература*

1. Подольская, Н.В. словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. – М. : Наука, 1978. – 200 с.