

7. Кабушка, У. У. Мянуска як сродак выражэння эмацыянальна-экспрэсіўнай ацэнкі ў маўленні моладзі / У. У. Кабушка // Гістарычнае мовазнаўства ў кантэксце між-дyscyплінарных даследаванняў : зборнік артыкулаў Міжнароднай навуковай канферэнцыі (Мінск, 25–26 кастрычніка 2017 г.). – Мінск : Права і эканоміка, 2017. – С. 89–92.

8. Ляшкевіч, В. М. Імя-мянуска як крыніца экстралінгвістычнай інфармацыі / В. М. Ляшкевіч // Веснік Віцебскага дзяржаўнага ўніверсітэта. – 2004. – № 3 (33). – С. 92–96.

9. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.

10. Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы / уклад.: І. Л. Капылюў [і інш.] ; пад рэд. І. Л. Капылова. – Мінск : БелЭн, 2016. – 968 с.

*Алена Кавалёва*

## СЕМАНТЫЧНЫЯ ХАРАКТАРЫСТЫКІ ЭРГОНІМАЎ МАЗЫРШЧЫНЫ

Уласныя імёны характарызуюць традыцыйны пэўнага этнасу, захоўваюць традыцыйны матэрыяльнай і духоўнай культуры. Развіццё грамадства спрыяе стварэнню новых анамастычных класаў, якія знаходзяцца на перыферыі анамастычнай прасторы. Эрганімічныя адзінкі з’яўляюцца такім пластом онімнай лексікі, які пастаянна і дынамічна развіваецца. Пад эрганімамі традыцыйна разумеюцца назва любога гарадскога аб’екта, установы, карпарацыі, прадпрыемства, грамадскага аб’яднання людзей [2, с. 151].

У сучасны час даследаванням эрганімічнай лексікі прысвечаны асобныя працы М. В. Гарбанеўскага, Т. М. Мезенка, А. В. Супяранскай, І. Л. Капылова, А. В. Ціханенка і інш. Эрганімы Усходняга Палесся патрабуюць іх неадкладнага апісання і вызначэння іх лінгвістычных мадэлей з улікам экстралінгвістычных фактараў. Такія адзінкі можна разглядаць як згорнуты тэкст, які па-рознаму і ў няпоўным аб’ёме “актуалізуецца ў розных моўных сітуацыях і складаецца з некалькіх логіка-інфармацыйных модулей” [1, с. 6].

Нацыянальна-культурная спецыфіка гэтых адзінак выражаецца моўнымі сродкамі і зафіксавана ў назвах унутрыгарадскіх аб’ектаў. Эрганімы выконваюць асноўныя функцыі, якія ўласцівы поміна прагрія: ідэнтыфікацыйна-дыферэнцыруючую, намінацыйную, дэнагатыўную, сігніфікацыйную, а таксама інфармацыйную, рэкламную, мемарыяльную і агітацыйную. Гэтыя онімы з’яўляюцца штучна створанымі імёнамі, яны характарызуюцца семантычнай празрыстасцю, пэўнымі матывацыйнымі сувязямі паміж апелятывам, ад якога ўтвораны эрганім, і аб’ектам. Асноўнымі спосабамі намінацыі такіх адзінак з’яўляецца трансанімізацыя і анімізацыя, якая ўключае асацыятыўна-вобразную намінацыю.

Матэрыялам даследавання выступілі назвы камерцыйных аб’ектаў горада Мазыра. У 15% даследуемых адзінак назва аб’екта з’яўляецца лексемай, якая дакладна ўказвае на напрамак дзейнасці аб’екта: онім *Моги-*

*левмебель\** (рус.) (продаж мэблі), што змяшчае інфармацыю пра від паслуг, назва аб'екта *Чай и кофе* (рус.) інфармуе пра асартымент (продаж чая і кавы), эргонім *Охота и рыбалка* (рус.) матываваны лексемамі *паляванне і рыбалка*, онімы *Сантехника* (рус.) і *Канцтовары* (рус.) утвораны ад апелятываў *сантэхніка і канцтавары*. Найменне фотастудыі *Фоточка* (рус.) узыходзіць да лексемы *фота* з памяншальна-ласкальным суфіксам. Назва *Цветы в Мозыре* (рус.) указвае на лакалізацыю аб'екта.

Наступныя адзінкі матываваны лексемамі, што сведчаць пра якасць паслуг і іх характарыстыкі. Онім *Обувь мастер* (рус.) (рамонт абутку) матываваны лексемамі *абутак і майстар*. Онім *Мебель по индивидуальным заказам* (рус.) утвораны ад апелятываў, якія сведчаць пра характар дзейнасці аб'екта (па індывідуальных заказах). Найменні турагенцтваў *Сладкий тур* (рус.) і *Улетный тур* (рус.) складаюцца з лексем *тур, салодкі і ўлетны*. Назва *Фарсаж* (рус.) (крама аўтазапчастак) матывавана лексемай *фарсаж*. Эргонім *Искусство камня* (рус.) змяшчае інфармацыю пра дзейнасць аб'екта – дызайн кватэр з элементамі каменя. Сцім *Удачный магазин* (рус.) (усё для сада і агарода) матываваны апелятывамі *крама і Удачный* (рус.), пры гэтым графічнае афармленне назвы аб'екта выклікае асацыяцыю са спалучэннем *каля дачы*. Назва *Успех рыбака* (рус.) узыходзіць да лексем *поспех і рыбак*. Эргонім *Цветы для любимых* (рус.) змяшчае ўказанне на мэтавую аўдыторыю. Назвы крам жаночага адзення *Мельница моды* (рус.) і *Интрига* (рус.) суадносяцца з апелятывамі *млын, мода, інтрыга*.

Найменні касметычных салонаў або салонаў прыгажосці ўзыходзяць да лексем, якія абазначаюць прыгажосць, змену іміджа: онім *Грация* (рус.) матываваны лексемай *грэцыя*, найменне *Персона* (рус.) суадносіцца з рускамоўнай лексемай *персона*, эргонім *Имидж* (рус.) утвораны ад лексемы *імідж*.

Беларускамоўныя лексемы ў якасці апелятываў зафіксаваны пераважна ў назвах прадуктовых крам і ўказваюць на від прадуктаў і іх якасці: *Ласунак* (ад апелятыва *ласунак*), *Духмяны хлеб* (ад лексем *духмяны і хлеб*). Найменні *Папараць-кветка, Аксаміт, Пралеска, Старажытны* ўзыходзяць да апелятываў *папараць-кветка, аксаміт, пралеска, старажытны*, але не змяшчаюць характарыстык аб'екта. Эргонім *Хвілінка* суадносіцца з лексемай *хвілінка*, што сведчыць, магчыма, пра якасць абслугоўвання.

Адметнай рысай эрганіміі рэгіёна з'яўляецца наяўнасць іншамоўнага элемента ў складзе эргонімаў. Так, найменне *EuroSport* (адзенне для спорта і адпачынку) матывавана англійскімі лексемамі *euro* 'еўра' і *sport* 'спорт'. Кампанент *euro* ў спалучэнні з апелятывам *lady* 'жанчына'

---

\* Тут і далей прыклады прыводзяцца ў тым выглядзе, у якім яны засведчаны на інфармацыйным партале.

фіксуецца ў назве *Euro lady* (адзенне для жанчын). Эргонімы *Top Secret* (мужчынскае і жаночае адзенне), *TOPkids* (дзіцячае адзенне) утрымліваюць кампанент *top* 'першы, а таксама лексемы (*top*) *secret* 'вельмі сакрэтна' і *kids* 'дзеці'. Трэба адзначыць, што першая частка апошняй назвы прадстаўлена вялікімі літарамі. Онім *Elita* суадносіцца з лексмай *эліта*, якая транслітаравана лацінскімі літарамі. Назва цэнтра аўтатэхналогій *Elite Car* матывавана лексмай *elite* 'элітны' і *car* 'машына', што ўказвае на від паслуг. У складзе эргоніма *ProfAir* (продаж кандыцыянераў) выяўляецца скарачэнне *profAir* ад лексем *professional* 'прафесійны' і *air* 'паветра'. Эргонім *Me&You* (жаночае адзенне) уяўляе спалучэнне англійскіх лексем *me* 'я' і *you* 'ты'.

У наступных найменнях англійскія лексемны перадаюцца транслітараваныя або спалучаюцца з рускамоўнымі лексмай. Найменне *Бьюты* (рус.) суадносіцца з лексмай *beauty* 'прыгажосць'. Онім *Лайт сити* (рус.) матываваны лексмай *light* 'святло' і *city* 'горад'. Назва *ГрінМаркет* (тавары для сада) паходзіць ад лексем *green* 'зялёны' і *market* 'рынак'. Эргонім *Айты лавка* ўяўляе транслітараваную англійскага скарачэння *IT* і лексемны *лаўка*. Найменне *New centr* (аўтапаслугі) ўтворана спалучэннем іншамоўнай лексемны *new* і лексемны *цэнтр* пры дапамозе транслітараванні. Онім *TURBO камп'ютар* (рус.) складаецца з лексем *турба* і *камп'ютар*.

Часам без пэўнага ўдакладнення або апісання складана вызначыць характар аб'екта. Назва крамы мужчынскага адзення *Пантера* (рус.) узыходзіць да лексемны *пантэра*, эргонім *Імперія* (рус.) (продаж дзвярэй) матываваны апелятывам *імперыя*, онім *Кінарыс* (рус.) (жаночае і дзіцячае адзенне) суадносіцца з лексмай *кінарыс*, найменне *Розовый слон* (рус.) (дзіцячыя тавары) матываваны лексмай *ружовы* і *слон*.

У складзе невялікай часткі эргонімаў засведчаны антрапанімічны кампанент: найменне *Арыана* (рус.) суадносіцца з антрапонімам *Арыана*, назва *Ткани у Таня* (рус.) змяшчае жаночае імя *Таня*.

У некаторых найменнях выяўляюцца графічныя асаблівасці: назва копісалона *OK* суадносіцца са скарачэннем *all correct* (*ок*), назва крамы клуба настольных гульніў *ИГРиК* (рус.) прадстаўлена вялікімі літарамі і можа быць патлумачана як кампанія для гульні.

На пэўныя фонавыя веды разлічаны, верагодна, наступныя найменні: назва крамы *Прованс* (рус.) суадносіцца з лексмай *праванс*, якая характарызуе пэўны стыль у мастацтве і архітэктуры. Эргонім *Бахус* узыходзіць да ўласнага імя *Бахус*, бога расліннасці, найменне *Юнона+* (вясельны салон) суадносіцца з онімам *Юнона*, багіней шлюбу і сям'і, назва крамы жаночага адзення *Версаль* – з тапонімам *Версаль*, што знаходзіцца ў Францыі, якая, як вядома, з'яўляецца сімвалам моды і прыгажосці. Эргонім *12 стульев* (рус.) (продаж мэблі) суадносіцца з назвай мастацкага твора, найменне крамы жаночага адзення *Малибу* (рус.) – з назвай горада ў

ЗША, у якім пражываюць шматлікія знакамітыя асобы.

Такім чынам, найменні аб'ектаў гандлю характарызуюць іх культурную спецыфіку. У склад гэтых адзінак уваходзіць лексема, якая ўказвае на тып аб'екта, змяшчае яго пэўныя характарыстыкі. Сярод адапелятыўных найменняў засведчаны пераважна назвы, якія змяшчаюць указанне на характар паслуг на характар аб'ектаў (*Канцтовары*), лакалізацыю аб'ектаў (*Цветы в Мозыре*), у некаторых назвах неабходны пэўныя фонавыя веды (*Юнона*). Наменклатурны тэрмін *крама* амаль не засведчаны ў складзе эргонімаў Мазыра. У даследуемых адзінках выяўляецца імкненне намінара выдзеліць аб'ект з шэрага падобных, прыцягнуць увагу.

#### *Літаратура*

1. Горбаневский, М. В. Русская городская топонимия: проблемы историко-культурного изучения и современного лексикографического описания : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / М. В. Горбаневский ; Ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина. – М., 1994. – 39 с.
2. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1988. – 199 с.
3. Mlife. Портал города Мозыря [Электронный ресурс]. – Мозырь, 2018. – Режим доступа: <https://mlife.by>. – Дата доступа: 03.06.2018.

*Ірына Кандрацэня*

### **СТРУКТУРНАЯ АРГАЊЗАЦЫЯ МІКРАПАЛЁЎ “ГОРА” / “ГОРЕ” Ў РУСКАЙ І БЕЛАРУСКАЙ МОВАХ\***

Лексічныя сродкі рэпрэзентацыі адной з базавых эмоцый *гора* ў блізкароднасных мовах можна структураваць, з улікам полевага падыходу [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7], па асобным ЛСП у складзе мікрапалёў, якія могуць выступаць у кожнай мове сегментамі больш буйных лексічных аб'яднанняў – ЛСП “Эмоцыі” / “Эмоцыя”.

Імёнамі назваў мікрапалёў (далей – МП) у беларускай і рускай мовах выступаюць назўнікі *гора* / *горе*, паколькі ў дэфініцыях гэтых архілексем прысутнічаюць агульныя для слоў названай семантычнай групойкі інтэгральныя семы ‘душэўная пакута’, ‘бяда, ‘няшчасце’: *Гора*. ‘Стан глыбокага смутку, душэўнага болю, выкліканы якім-н. няшчасцем’ // ‘Няшчасце, бяда, якія выклікаюць такі стан’. 2. Жыццёвыя нягоды, мукі, нястача. 3. ... // *безас*. Цяжка, бяда каму-н.’ / *Горе*. ‘1. Душевное страдание, глубокая печаль, скорбь. 2. Событие, обстоятельство, вызывающее душевные страдания, скорбь; беда, несчастье. 3. Плохо, нехорошо; беда’. У

---

\* Асноўныя прынцыпы і параметры супастаўляльнага даследавання лексічных сістэм рускай і беларускай моў, якое ажыццяўляецца аддзелам беларуска-рускіх моўных сувязей Інстытута мовазнаўства імя Якуба Коласа НАН Беларусі, выкладзены ў артыкуле В. М. Нікалаевай “Да пытання аб кантрастыўным даследаванні лексічных сістэм рускай і беларускай моў” (Беларуская лінгвістыка, вып. 71, с. 9–19).