

УДК 801.73

**НАЗВАНИЯ КАФЕ И КОФЕЕН Г. МИНСКА: ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ  
КЛАССИФИКАЦИЯ**

**NAMES OF CAFES AND COFFEE BARS OF MINSK: LEXICO-SEMANTIC  
CLASSIFICATION**

А. Р. Троицкая  
A. R. Troitskaya  
БГПУ (Минск)

Науч. рук. – Г. А. Камлевич, канд. филолог. наук, доцент

В статье рассматривается фрагмент языкового портрета г. Минска – названия кафе и кофеен. В результате анализа отобранного материала производится лексико-семантическая классификация эргонимов.

This article discusses a fragment of the language portrait of Minsk – the names of cafes and coffee bars. As a result of the analysis of the selected material, a lexico-semantic classification of ergonyms is performed.

Ключевые слова: эргоним; лексико-семантическая классификация эргонимов; названия минских кафе и кофеен.

Key words: ergonym; lexico-semantic classification of ergonyms; names of Minsk cafes and coffee bars.

Вопросы номинации различных объектов остаются актуальными для современной лингвистики, так как названия отражают изменения, которые наблюдаются в общественной жизни, воздействуют на целевую аудиторию, формируя определенные ассоциации. Выявление современных тенденций номинации, особенно в региональном аспекте, позволяет обеспечить успешность функционирования местных коммерческих предприятий.

Цель данной работы – установить лексико-семантические группы названий кафе и кофеен г. Минска, представленных на интернет-сайтах [1–3]. Лексико-семантическая классификация эргонимов позволяет определить основные принципы номинации и учитывать их при создании новых торговых имен, что будет способствовать конкурентоспособности торговых объектов.

На основе лексико-семантического анализа собранного материала с учетом мотивационного признака в названиях минских кафе и кофеен можно выделить несколько групп:

- названия, мотивированные топонимами (географическими названиями): «Бруклин», «Минск», «Сочи», «Новый Несвиж», «Раубичи», «Вавилон», «Монасо», «JAMAICA» и др.;

- эргонимы, созданные на основе антропонимов (личных имен, отчеств, фамилий, прозвищ): «Чехов», «Агінскі», «Пикассо», «Шекспир», «У Николаича», «Da Vinci», «James» и др.; в большинстве случаев эту группу представляют «говорящие», прецедентные антропонимы; есть названия, мотивированные фиктонимами – именами собственными из художественных произведений («Гудвин», «Sherlok», «Moby Dick» и др.), а также мифонимами («Веста», «Меркурий», «Астрея» и др.);

- эргонимы, связанные с разными видами искусства (литература, музыка, кинематография, театр): «Три мушкетера», «Пиковая дама», «Cinema Bar», «Кавказская пленница», «Опера», «Театро», «Комедия» и др.;

- названия, ассоциирующиеся с историческим контекстом; к этой группе относятся эргонимы, связанные с историческими реалиями, и номинации, включающие устаревшую лексику: «Скиф» – род гоночной лодки [3, с. 1064];

«Ренессанс» (эпоха Возрождения); «Перестройка» (начало коренного изменения в политике и экономике, направленного на установление рыночных отношений, на развитие демократии и гласности, на окончание холодной войны [4, с. 766]); «У Ратуши» (*ратуша* – в России 18–19 в: орган городского самоуправления [4, с. 991]); «Губерния» (*губерния* – до 1929 года: административно-территориальная единица [4, с. 231]); «Мануфактура» (*мануфактура* – форма производства, характеризующаяся применением ручных орудий труда и разделением труда между наемными рабочими) [3, с. 514]; «Пан Бровар» – традиционный кустарный цех по производству пива или выгону водки; «Дедова корчма» – трактир, постоянный двор (в Белоруссии, на Украине до революции) [3, с. 454], «Стары Менск» и др.;

- эргонимы, включающие пространственный (локальный) и временной признак: «Коммуналка», «Кафедра», «Балкон», «Поместье», «Хуторок», «Лес», «Проспект», «Универ», «У сяброў», «Владимирский очаг», «Райский уголок», «Цімохін двор», «The Office», «Loft cafe» (loft – чердак), «Утро» и др.; среди данной группы встречаем названия, которые связаны непосредственно с г. Минском: «Малиновка», «Зеленый луг», «Кирова 11» и др.;

- названия, мотивированные составляющими гастрономического дискурса: «Эклер», «Имбирь», «Корица», «Оливье», «ПиццаМания», «Шашлычный двор», «Закон бутерброда», «KeliH» (кубок, чаша, бокал), «KITCH'N» (кухня), «More Sushi» и др.; вполне логичны в языковом портрете г. Минска эргонимы, включающие слово *кофе* (и его производные), а также названия его сортов или способа приготовления: «Кофе Саунд», «Fresh Cafe», «Cofix», «Don coffeon», «Latte», «Rosso», «Арабика» и др.;

- эргонимы, созданные на основе зоонимической лексики: «Журавли», «Белочка», «Мустанг», «Желтый лось», «Черный лебедь», «Sokol coffe» и др.;

- номинации, мотивированные названиями растений: «Бамбук», «Базилик», «Имбирь», «Жасмин», «Лаванда», «LĚN» и др.;

- названия, включающие социально ориентированную лексику: «Буржуй», «Горожане», «Студенческое», «Товарищ» и др.;

- эргонимы, мотивированные положительными ассоциациями: «Очаг», «Традиции», «Вкуснissimo», «#Тепло», «Культурная жизнь», «Зеленый свет», «Моя дорогая», «Домашняя трапеза», «Good Burger», «Smile Coffe», «Tea Funny» и др.;

- номинации, основой которых являются астронимы (названиями, относящимися к космосу): «Орбита», «Планета», «Мираж» и др.

Некоторые эргонимы можно включить сразу в несколько групп. Например, именованная «Лисья нора», «Берлога» связаны и с животными, и с пространственной характеристикой. Название «Андерсон» связано с фамилией известного сказочника и в то же время может быть ассоциировано, благодаря переводу первого слова с английского языка, с буквальным «под сном»; то есть в этой кофейне можно отдохнуть и расслабиться.

Встречаются отапеллятивные именованья, требующие логической мотивировки их использования для названия кафе. Так, только увидев интерьер кафе «Телега», можно понять, почему оно так называется. Владельцы кафе «Саквояжъ» объясняют выбор эргонима тем, что указанный предмет является неизменным атрибутом настоящего джентльмена и позволяет ощутить атмосферу путешествий.

Отдельно можно выделить названия, которые содержат национально-культурный компонент, благодаря которому понятно, какая кухня представлена в данном заведении: «Васильки», «Спадчына», «Родны куток», «Шынок у Лявона»,

«Славянские традиции», «l'italiano!», «Сицилия», «Сулико», «Восток», «Ханум Базар» и др.

Следует отметить, что немалое количество эргонимов отражает белорусскоязычную специфику: «Лаўка», «Грай», «Гасцінец», «Мая кавярня», «Салодкі пачастунак», «Тры жаўнеры», «У гаспадыні», «Селі-Паелі» и др.

Представлены именованья, включающие иноязычные элементы: «ШЕФФ-БУФЕТ», «MariVanna», «Wake Up Coffe», «Coffe room», «CoffeLAB», «YOGURTY», «Kavka», «Buffet», «GARAGE», «Chocoland», «CoffeeLAB», «O.D.I.», «KFC» и др. Встречаются эргонимы, значение которых становится понятным при условии владения иностранным языком: «Индор» (в помещении), «Bad room», «Faces», «Cups», «Why Knot'» и др.

Среди названий кафе и кофеен г. Минска преобладают эргонимы с прозрачной мотивацией (сообщается о направленности заведения), что позволяет им выполнять информационную функцию. Номинаций, включающих оценочную характеристику и выполняющих рекламную функцию, гораздо меньше. Наиболее экспрессивными являются эргонимы, соединяющие две указанные функции и созданные на основе языковой игры, что увеличивает их привлекательность для посетителей: «КОМПОТ», «ПабЕда», «Сытый папа» и др.

Таким образом, именованья кафе и кофеен г. Минска различаются своей семантикой, создавая специфический языковой портрет города. Нейминг, или процесс создания названий торговых брендов, – процесс словотворчества, который подчиняется потребностям современного общества, определяет актуальность связи маркетинга и лингвистики в создании рекламного текста. Маркетинг выступает «заказчиком», а лингвистика – исполнителем, обеспечивающим эффективность воздействия на сознание потребителя, что особенно важно в условиях современной конкуренции.

#### *Литература*

1. Кафе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://afishaminsk.by/places/cafe.html>. – Дата доступа: 25.02.2020.
2. Кафе в Минске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.relax.by/cat/ent/cafe/>. – Дата доступа: 21.02.2020.
3. Кофейни Минска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belarus-travel.by/coffee/page/2/>. – Дата доступа: 22.02.2020.
4. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов ; под ред. проф. Л. И. Скворцова. – 27-е изд., испр. – М. : АСТ : Мир и Образование, 2014. – 1360 с.