

## ЭРГОНІМЫ ГОРАДА МІНСКА НА БЕЛАРУСКАЙ МОВЕ

### ERGONYMS OF THE CITY OF MINSK IN THE BELARUSIAN LANGUAGE

Д. М. Чаранкевіч

D.M. Charankevich

Беларускі дзяржаўны педагагічны ўніверсітэт імя Максіма Танка  
(Мінск)

Навук. кір. – Н. П. Лобань, канд. філал. навук, дацэнт

У артыкуле разглядаюцца эргонімы – назвы дамоў, крам, гасцініц, кафэ, рэстаранаў, бараў, устаноў горада Мінска – на беларускай мове; вызначаюцца паняцці ўрбанонім, эргонім; падаюцца семантычныя тыпы беларускіх эргонімаў; акрэсліваецца значэнне беларускамоўных эргонімаў для культурнага гарадскога асяроддзя.

The article considers ergonomics – the names of houses, shops, hotels, cafes, restaurants, bars, institutions and others. the city of Minsk – in the Belarusian language; the concepts of an urbanonym, an ergonom are defined; semantic types of Belarusian ergonomics are given; the significance of Belarusian-language ergonomics for the cultural urban environment is outlined.

*Ключавыя словы:* урбанонім; эргонім; лексіка-семантычныя групы (семантычныя тыпы) эргонімаў; функцыя і значэнне эргонімаў.

*Keywords:* Urbanonym; ergonom; lexical-semantic groups (semantic types) of ergonomics; function and meaning of ergonomics.

Мова цесна ўзаемадзейнічае з усімі грамадскімі з’явамі і зменамі. У сувязі з гэтым узнікаюць новыя намінацыі прадметаў быту, прадуктаў харчавання, тэхнікі і г.д. Не з’яўляюцца выключэннем і назвы крам, бараў, рэстаранаў, кафэ і пад. Назва любой гарадской установы, як лічаць навукоўцы, павінна адпавядаць наступным якасцям: быць матываванай, лаканічнай і экспрэсіўнай.

У артыкуле звернем увагу на назвы кафэ, бараў, рэстаранаў, крам і іншых устаноў, якія бытуюць на беларускай мове і з’яўляюцца неад’емнай культурна-лінгвістычнай часткай горада Мінска.

Напачатку акрэслім некаторыя паняцці, непасрэдна звязаныя з тэмай даследавання. Вытлумачэння патрабуюць такія тэрміны, як *урбанонім* і *эргонім*.

*Урбанонім* (ад грэч. *urbanus* 'гарадскі' + *опута* 'імя') – разнавіднасць тапоніма, уласнае імя любога ўнутрыгарадскога аб’екта. Да ўрбанонімаў адносяцца назвы вуліц, плошчаў, завулкаў, кварталаў, мікрараёнаў, асобных дамоў, магазінаў, кафэ, рэстаранаў і г.д. Усю сістэму (сукупнасць) уласных імёнаў, што служаць для наймення ўнутрыгарадскіх аб’ектаў, называюць *урбананіміконам*. Навука, якая вывучае ўрбанонімы, атрымала назву *ўрбананімікі*. Таксама «*ўрбананімія* – 1) сукупнасць усіх назваў унутрыгарадскіх аб’ектаў, 2) раздзел тапаніміі» [2, с. 78–79].

*Эргонімы, або ойкадамонімы* (ад грэч. *erg* – 'праца, справа, твор' і *опута* – 'імя, назва') – найменні грамадскіх аб’яднанняў, прадпрыемстваў, арганізацый, якія ажыццяўляюць дзейнасць у разнастайных сферах жыцця соцыуму [2, с. 78–79]. Гэта назвы дамоў, крам, гасцініц, кафэ, устаноў і г.д. Тэрмін *эргонім* упершыню быў выкарыстаны Н.В. Падольскай у "Словаре русской ономастической терминологии" (1978) [4], а потым, пачынаючы з 80-х гг. XX ст., атрымаў шырокае распаўсюджанне пад уплывам працэсаў урбанізацыі, глабалізацыі і трансфармацыі гарадскога асяроддзя. Сёння ўрбанонімы – адзнака сучаснага

паўсядзённага жыцця мегаполісаў і адначасова адзінка гарадскога анамастыкона.

Эргонімы выконваюць дзве асноўныя функцыі: інфармацыйную і рэкламную, аднак некаторыя не нясуць у сабе ніякай інфармацыі, а выконваюць чыста сімвалічную або інфармацыйна-сімвалічную функцыю. На аснове лексіка-семантычнага аналізу сабранага матэрыялу з улікам матывацыйных прымет можна выдзеліць наступныя групы (семантычныя тыпы) эргонімаў на беларускай мове:

- эргонімы, якія ўвасабляюць сімволіку і нацыянальную адметнасць Беларусі і беларускай лексікі. Гэта пераважна назвы крам: “Бульбачка”, “Крыніца”, “Палессе”, “Пераможны”, “Прадвесне”, “Цудоўны смак”, “Кавалачак”, “Кумпячок”, “Родны кут”, “Смачны”, “Салодкі фальварак”, “Два Буслы”, “Крышталь”, “Калі ласка”, “Таямніца”, “Чаравічкі”, “Світанак”, “Добрыя падарункі”, “Насенне”, “Ласунак”, “Блакiт”, “Верас” (крама спецыяльнага адзення); інтэрнэт-крам: “Сонейка”, “Хатні Бровар”; рэстаранаў і эка-рэстаранаў: “Гасцінны Маёнтак”, “Шынок у Лявона”, “Раздолле”, “Камяніца” (рэстаран беларускай кухні); універсамаў: “Узвышша”, “Заходні”; гандлёвых цэнтраў і дамоў гандлю: “Кірмаш”, “Рамонак”; кафэ: “Дранікі вясковыя”; аптэк “Зялёная крама”; дастаўкі ежы: “Хутка і смачна”, “Беларуская Карчма”, “Жбан”;

- эргонімы, якія з’яўляюцца назвамі філіялаў прадпрыемстваў, што звязаныя з месцам вырабу прадукта: “Ашмянскі пачастунак”, “Пачастунак з Ваўкавыска”, “Ракаўскі бровар”;

- эргонімы, створаныя на аснове антрапонімаў (гэта пераважна назвы кафэ і рэстаранаў): рэстараны “Шынок у Лявона”, “Заслонаў”, “У Янкі”, “У Францыска”, “Стравінскі”, “Скарлет”; кафэ “Агінскі”;

- эргонімы, утвораныя шляхам транслітарацыі: рэстараны “Мерсі Баку”, “Magnat”, “Draniki”; крамы “Veska”, “Belarusachka”, “Voka”; кавярні “Kava і Kvetki”, “Kavka», “KeliH”, “LĚN”, “Kavjarnja”;

- эргонімы, матываваныя тапонімамі (геаграфічнымі найменнямі): кафэ “Ямайка”, “Стары Менск”, “Ля Менска”; салоны прыгажосці “Манхэтэн”, “Марсэль”, універсам “Палессе”;

- эргонімы, у аснове якіх ляжыць прыналежнасць да пэўнай нацыянальнай адзнакі: рэстаран “Літвіны”;

- эргонімы, якія ўказваюць на месца размяшчэння аб’екта: кафэ “Ля Кургана” (знаходзіцца каля Кургана Славы);

- эргонімы, у назве якіх выкарыстоўваюцца найменні жывёл: крамы “Зубраня”, “Буслік”, кафэ “Файны Ліс”;

- эргонімы, у аснове якіх ляжыць каламбур – гульня слоў: крама адзення “Мой модны кут” (параўн. з радкамі Якуба Коласа “Мой родны кут...”);

- эргонімы, матываваныя назвамі раслін: крамы “Бульбачка”, “Рамонак”, “Верас”, “Калінка”;

- эргонімы, якія ў сваёй структуры маюць іншамоўныя (запазычаныя) словы: крамы “ЭкаЕжа”, “ФанЕжа”;

- эргонімы, матываваныя славутымі назвамі твораў (вершы, песні, тэатральныя пастаноўкі), а таксама назвамі пэўнай гістарычнай эпохі: крама “Купалінка”, крама і кафэ “Спадчына”, крама “Родны Кут”, рэстаран “РэнеСанс”;

- эргонімы, за аснову якіх узяты намінацыі асобы ў сацыяльна-бытавым кантэксце: рэстараны “Магнат”, “У Гаспадыні”; салон “Прыгажуня”; кафэ “Памешчык”, “Госці”, “У Сяброў”; бар “Тры жаўнеры”; крама “Мілавіца”; крама мэблі “Пан Кухарскі”;

- эргонімы, утвораныя шляхам абрэвіяцыі: крамы “БелМаркет”, “БелАбутак”, “БелМёд”;

- эргонімы, што адлюстроўваюць асаблівасці беларускай графікі: бар “Ў”;

- эргонімы, якія суадносяцца з гістарычным кантэкстам і ў сваім складзе маюць пэўныя ўстарэлыя, даўнія словы або безэквівалентную лексіку: “Талака”, дзе *талака* – ‘сумесная праца, звычайна дабрачынная ў сваёй аснове’ (ад *сталкавацца, згаварыцца, прыйсці да нейкага толку*: талакой беларусы будаваліся, талакой жалі і касілі), *талака* – зборны назоўнік, *перан.* ‘група людзей’ (З клуба студэнты таксама выходзілі разам. Яны ішлі ўпоперак усёй вуліцы талакой і пелі знаёмую студэнцкую песню) [5]; “Ля Менска” і “Стары Менск”, дзе *Менск* – назва горада Мінска да 29 ліпеня 1939 года [3]; “Кірмаш”, дзе *кірмаш* – ‘продаж тавараў, які праводзіцца ў пэўную пару года ў вызначаным месцы і часта звязаны з выстаўкай’ (*Вясенні Лейпцыгскі кірмаш*); таксама – ‘вялікі святочны базар, звычайна з народным гулянням’ (*Зранку праз пераезд грукалі фурманкі з далёкіх сёл, кіруючыся ў мястэчка, на нядзельны кірмаш; ішлі пешыя, несучы, хто што мае, на продаж. Навуменка*); *перан. разм.* ‘пра шумнае, ажыўленае зборышча людзей’ (*Хлопцы не заўважылі, як з настаўніцкага пакоя ўвайшла ў клас і апынулася ў самым кірмашы іх выхавацелька. Брыль*); *уст.* ‘прастольнае свята пры царкве, касцёле, манастыры’ [1];

- эргонімы, матываваныя станоўчымі асацыяцыямі: крамы “Смачны”, “Хатні”, “Таямніца”; інтэрнэт-крама “Сонейка”;

- эргонімы з празрыстай (не метафарычнай) матывацыяй (у назве паведамляецца пра накірунак установы: адзенне, кандытарскія вырабы, мясныя вырабы, курыныя вырабы, абутак для дзяцей і г.д.): крамы “Мой модны кут”, “Салодкі пачастунак”, “Кумпячок”, “Залатое яйка”, “Чаравічкі”; кафэ “Дзіцячае кафэ”, “Мая кавярня”, “Панна Кава”, “Пан хмелю”; цырульня “Фарбы”; дастаўка ежы “Шпаркія вілкі”;

- эргонімы з двайной, складанай назвай: кафэ “Грай-кафэ”, “Селі-Паелі” і інш.

Прааналізаваны матэрыял сведчыць, што эргонімы выконваюць вялікую ролю ў нашым жыцці і маркетынгу. Эргонімы, якія ўзніклі на беларускамоўнай аснове, вылучаюцца на фоне іншых сваёй яркай стылістычнай афарбоўкай і запамінальнай семантыкай, бо ва ўмовах канкурэнцыі кожны жадае зрабіць свой брэнд, установу прыцягальнай (а значыць і запамінальнай) для людзей. Дзеля гэтага і з’яўляюцца новыя назвы, у тым ліку беларускія, якія выяўляюць не толькі інфармацыйную і рэкламную функцыі, а і з’яўляюцца часткай гарадской нацыянальнай прасторы, адлюстроўваюць культурныя і каштоўнасныя арыенціры жыхароў горада, актыўна ўдзельнічаюць у захаванні гістарычнай спадчыны і ў стварэнні культурнага аблічча горада Мінска.

#### Літаратура

1. Кірмаш [Электронны рэсурс] // skarnik: моўны скарб. – Рэжым доступу: <https://www.skarnik.by/tsbm/33190>. – Дата доступу: 10.04.2021.
2. Мезенко, А. М. Белорусская ономастика. Топонимия : учеб. пособие / А. М. Мезенко и [др.] ; под общ. ред. А. М. Мезенко. – Минск : Элайда, 2012. – 260 с.
3. Минск [Электронный ресурс] // Википедия: Свободная энциклопедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA>. – Дата доступа: 10.04.2021.
4. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Отв. ред. А. В. Суперанская; рец. Х. Ф. Исхакова; Институт языкознания АН СССР. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Наука, 1988. — 192 с.
5. Талака [Электронны рэсурс] // skarnik: моўны скарб. – Рэжым доступу: <https://www.skarnik.by/tsbm/82580>. – Дата доступу: 10.04.2021.