

12. Uniszewska, A. The nature of linguistic processes determining the applicability of nominalizations applied to strings NP-COP-AP / A. Uniszewska // *Glotto-didactica.* – 2001. – Vol. 29. – P. 139–147.
13. Vychodilová, Z. Elipsa jako jeden ze způsobu neexplicitního vyjadřování obsahových prvků v jazyce / Z. Vychodilová, R. Zimek ; Masarykova univ. – Olomouc : [s.n.], 1988. – 231 s.
14. Wiśniewski, M. Przegląd równoważników zdania znamiennych dla współczesnej polszczyzny / M. Wiśniewski // *Acta Univ. Nicolai Copernici. Nauki Humanistyczno-społecz. Filologia Polska.* – Toruń, 1995. – T. 46. – S. 115–150.

ЭРГОНИМЫ ГОРАДА МІНСКА: СТРУКТУРА І СПАСАБЫ ЎТВАРЭННЯ

Д. М. Чаранкевіч (Мінск, Беларусь)

У артыкуле разглядаюцца эргонімы – назвы дамоў, крам, гасцініц, кафэ, рэстаранаў, бараў, устаноў і інш. горада Мінска – на беларускай мове, акрэсліваецца значэнне беларускамоўных эргонімаў для культурнага гарадскога асяроддзя, апісваюцца іх функцыі, структура і асноўныя спосабы ўтварэння эргонімаў, падаюцца статыстычныя падлікі; прыводзяцца прыклады простых, складаных і састаўных эргонімаў паводле структуры; вызначаюцца найбольш прадуктыўныя спосабы ўтварэння беларускамоўных эргонімаў.

Ключавыя словы: эргонім; урбанонім; функцыі эргонімаў; структура эргонімаў; спосабы ўтварэння эргонімаў.

Тэрмін **эргонім** (ад грэч. *ergon* – ‘праца, дзейнасць’ + *опута* – ‘імя, назва’) у лінгвістыцы служыць для абзначэння найменняў разнастайных дзелавых аб’яднанняў – саюзаў, арганізацый, устаноў, карпарацый, прадпрыемстваў, суполак, якія дзейнічаюць у палітычнай, навуковай, культурнай, вытворчай, гандлёвай, банкаўска-фінансавай і іншых сферах [3, с. 78–79]. У лік эргонімаў таксама ўключаюць найменні культурна-бытавых устаноў, назвы фірм, так званыя рэкламныя ўрбанонімы, г. зн. уласныя імёны рэкламнага характару, якія належаць унутрыгарадскім аб’ектам, аб’яднаным функцыяй рэалізацыі тавараў і паслуг і таму пад.

У сучаснай лінгвістыцы на першы план выходзяць праблемы функцыянавання мовы ў грамадстве як інструмента зносін паміж людзьмі, мова пачала вывучацца з функцыянальна-камунікатыўнага боку. Найменні розных тыпаў гарадскіх аб’ектаў адлюстроўваюць розныя сацыяльныя працэсы: з’яўленне новых відаў тавараў, гандлю і індустрыі забав. Не з’яўляюцца выключэннем і назвы крам, бараў, рэстаранаў, кафэ і г. д. Назва любой гарадской установы, як лічаць навукоўцы, павінна адпавядаць наступным якасцям: быць матываванай, лаканічнай і экспрэсіўнай. Эргонім можа аказваць на аўдыторыю пэўнае ўздзеянне, іншымі словамі валодае прагматыкай. Гэта невыпадкова, бо ва ўмовах канкурэнцыі кожны жадае зрабіць свой брэнд, установу прывабнай і запамінальнай для людзей. У навуковай літаратуры вызначаюцца тры тыпы прагматычнай накіраванасці эргонімаў: інфармацыйны, сімвалічны, інфармацыйна-сімвалічны [2, с. 106].

Эргонімы адрозніваюцца ад іншых онімаў структурна-семантычнай разнастайнасцю (у якасці назвы можа выкарыстоўвацца любая моўная адзінка – ад асобнага графічнага знака да цэлага сказа), слабай структураванасцю, зменлівасцю. Эргонімамі могуць стаць не толькі назоўнікі, а і словы розных часцін мовы (прыметнікі, дзеясловы, прыслоўі, займеннікі, выклічнікі і інш.), якія ў выніку субстантывацыі выступаюць у ролі назоўнікаў.

Як сведчыць фактычны матэрыял, большая частка ўстаноў г. Мінска падаецца на дзяржаўнай мове, а паколькі ў Беларусі дзве дзяржаўныя мовы – беларуская і руская, то адпаведна ў беларускім эрганіміконе абавязкова прысутнічаюць як беларускія, так і рускія назвы. Сярод іх можна вылучыць таксама такія найменні, якія спалучаюць у сабе элементы дзвюх моў: рускай і беларускай, беларускай і рускай, рускай і замежнай, беларускай і замежнай, выкарыстоўваюцца так званыя інтэрнацыяналізмы. Усё больш актыўным стала выкарыстанне замежных моў у назвах розных устаноў, у першую чаргу ў назвах месцаў грамадскага харчавання. Сёння ў назвах кафэ, рэстаранаў, бараў выкарыстоўваюцца запазычаныя з англійскай, нямецкай, французскай, італьянскай, іспанскай, японскай, кітайскай і іншых моў свету. Гэта сведчыць пра тое, што Мінск – адкрыты, талерантны мегаполіс, у якім суседнічаюць розныя культуры («GRANATE», «Bistro o'Da!»). Але, на нашу думку, праблема ў тым, што запазычаныя назвы аўдыторыя можа ўспрыняць па-рознаму, у залежнасці ад валодання той ці іншай замежнай мовай. Прадметам нашай увагі з'яўляюцца эргонімы г. Мінска на беларускай мове.

Вялікую цікавасць для лінгвістаў уяўляюць структура і спосабы ўтварэння ўрбанонімаў. Іх аналіз дазваляе выявіць асаблівасці гарадской намінацыі і ахарактарызаваць спецыфіку моўнай карціны свету жыхароў той ці іншай мясцовасці, у нашым выпадку – горада Мінска.

Вылучаюцца розныя прынцыпы намінацыі і спосабы ўтварэння эргонімаў: словаўтваральны (марфемная дэрывацыя, субстантывацыя, складанне), лексічны (семантычная анімізацыя, запазычанне, трансанімізацыя, з выкарыстаннем стылістычна-афарбаваных лексічных адзінак), сінтаксічны (эргонімы-словазлучэнні, эргонімы-сказы).

Самы прадуктыўны спосаб утварэння эргонімаў – лексіка-семантычная анімізацыя [1, с. 13–14]. Сутнасць яго заключаецца ў выкарыстанні лексічнага значэння ўжо наяўнага ў мове слова без змены яго фармальнай структуры («Шынок у Лявона», «Дранікі вясковыя», «Зялёная крама», «Хутка і смачна», «Беларуская Карчма»).

Лексіка-семантычны спосаб, у аснове якога ляжаць метафара і метанімія, розныя віды моўнай гульні, з'яўляецца прадуктыўным: «Шпаркія вілкі», «Зялёная крама», «Салодкі фальварак», «Панна Кава», «Пан хмелю», «ЦіКава», «Kavka».

Паводле структуры найменні горада Мінска на беларускай мове з'яўляюцца простымі, складанымі і састаўнымі. Большасць назваў з боку структуры простыя. Гэта можна раслумачыць імкненнем да лаканічнасці, якая садзейнічае актуалізацыі прынцыпу эканоміі маўленчых намаганняў у цэлым і пры фарміраванні гарадской намінацыі ў прыватнасці.

Простыя назвы складаюцца з аднаго кампанента: «Бульбачка», «Крыніца», «Палессе», «Пераможны», «Прадвесне», «Кавалачак», «Кумпячок», «Смачны», «Крышталь», «Таямніца», «Чаравікі», «Світанак», «Насенне», «Ласунак», «Блакiт», «Верас», «Сонейка», «Раздолле», «Камяніца», «Узвышша», «Заходні», «Кірмаш», «Рамонак», «Жбан», «Заслонаў», «Стравінскі», «Скарлет», «Агінскі», «Ямайка», «Манхэтэн», «Марсэль», «Палессе», «Лiтвіны», «Зубраня», «Буслік», «Калінка», «Талака», «Ў», «Смачны», «Хатні», «Таямніца»; iнтэрнэт-крама «Сонейка», «Магнат», «Прыгажуня»; «Памешчык», «Госці», «Мілавіца», «Фарбы», «Magnat», «Draniki», «Veska», «L'EN», «Belarusachka», «Voka», «Kavka», «Kelih», «Kavjarnja», «ЦiKava», «Ганна», «Вершы», «Купалінка», «Спадчына», «РэнеСанс».

Агульная колькасць назваў у групе – 63, працэнт ад агульнай колькасці – 68,67 %.

Складаных найменняў, што ўяўляюць сабой адно слова, якое ўключае дзве і больш асноў, менш, чым простых. Прыкладзём прыклады складаных эргонімаў: «ЭкаЕжа», «ФанЕжа», «БелМаркет», «БелАбутак», «БелМёд», «Грай-кафэ», «Селі-Паелі». Усе складаныя эргонімы валодаюць семантычнай цэласнасцю. Агульная колькасць слоў у групе – 7, працэнт ад агульнай колькасці (109) – 7,63 %.

Састаўныя назвы складаюцца з двух і больш слоў, як самастойных, так і службовых. Уяўляюць сабой спалучэнні, у структуру якіх часцей за ўсё ўваходзіць назоўнік (уласны назоўнік) і прыметнік, займеннік, радзей – лічэбнік, прыслоўе: «Цудоўны смак», «Родны кут», «Салодкі фальварак», «Два Буслы», «Добрыя падарункі», «Хатні Бровар»; «Гасцінны Маёнтак», «Шынок у Лявона», «Дранікі вясковыя», «Зялёная крама», «Хутка і смачна», «Беларуская Карчма», «Ашмянскі пачастунак», «Пачастунак з Ваўкавыска», «Ракаўскі бровар», «Файны Ліс», «Тры жаўнеры», «Пан Кухарскі», «Мой модны кут», «Стары Менск», «Салодкі пачастунак», «Залатое яйка», «Дзіцячае кафэ», «Мая кавярня», «Шпаркія вілкі»; спалучэнні назоўніка з назоўнікам: «Панна Кава», «Пан хмелю», «Kava і Kvetki». Да састаўных спалучэнняў (прыназоўнікава-склонавых канструкцый) можна аднесці і найменні, у структуры якіх вылучаецца прыназоўнік з назоўнікам: «У Янкi», «У Францыска», «Ля Менска», «Ля Кургана», «У Гаспадыні», «У Сяброў». З ліку састаўных спалучэнняў-назваў нельга не адзначыць устойлівыя выразы тыпу «Калі ласка!», «Мерсі Баку». Састаўныя эргонімы вылучаюцца высокай інфарматыўнай каштоўнасцю. Агульная колькасць слоў у групе – 39, працэнт ад агульнай колькасці (107) – 42,51 %.

Сучасныя эргонімы, як і ў цэлым урбанонімы, найчасцей утвараюцца лексіка-семантычнымі спосабамі і шляхам абрэвіяцыі.

Лексіка-сінтаксічны спосаб у анамастыцы знайшоў прымяненне пры стварэнні эргонімаў у форме асобных словазлучэнняў і цэлых сказаў. Шматслоўныя найменні шырока выкарыстоўваюцца ў рэкламнай намінацыі. Яны

маюць вялікія магчымасці для рацыянальнай і эмацыйнай характарыстыкі аб'екта намінацыі, хоць і прайграюць аднаслоўным уласным імёнам у кампактнасці формы. Часцей выкарыстоўваюцца словазлучэнні з двух слоў.

Аналіз эргонімаў паказвае, што яны маюць розную структуру, кампаненты назвы могуць звязвацца як гіпатаксіснай, так і паратаксіснай сувяззю:

– субстантыўныя словазлучэнні: «Зялёная крама», «Салодкі фальварак», «Родны кут», «Добрыя падарункі», «Кніжная шафа», «Kava і Kvetki»;

– субстантыўна-пранамінальныя словазлучэнні: «Мая кавярня», «Мой модны кут»;

– нумаратыўныя словазлучэнні: «Два буслы», «Тры жаўнеры»;

– адвербіяльныя словазлучэнні: «Хутка і смачна»;

– прыназоўнікава-склонавыя канструкцыі: «У Янкі», «У Францыска», «У Гаспадыні», «У Сяброў» і інш.

Такім чынам, лексіка-сінтаксічны спосаб хоць і супярэчыць актуальнаму на дадзены момант скарачэнню маўленчых сродкаў выражэння інфармацыі ў мове, але ў XXI стагоддзі набывае ўсё большую папулярнасць (асабліва гэта тычыцца назваў-сказаў: «Калі ласка!»).

Прааналізаваны матэрыял сведчыць, што эргонімы выконваюць вялікую ролю ў нашым жыцці і маркетынгу. Яны выяўляюць інфармацыйную і рэкламную функцыі, з'яўляюцца часткай гарадской нацыянальнай прасторы, адлюстроўваюць культурныя і каштоўнасныя арыенцыры гарадскіх жыхароў, актыўна ўдзельнічаюць у захаванні гістарычнай спадчыны і ў стварэнні культурнага аблічча горада Мінска. Асабліва яркай стылістычнай афарбоўкай і запамінальнай семантыкай на фоне іншых вылучаюцца эргонімы, якія ўзніклі на беларускамоўнай аснове: «Бульбачка», «Крыніца», «Палессе», «Пераможны», «Прадвесне», «Кавалачак», «Кумпячок», «Смачны», «Крышталь», «Таямніца», «Чаравічкі», «Світанак», «Насенне», «Ласунак», «Блакіт», «Верас» і інш.

Бібліяграфічны спіс

1. Земскова, С. В. Лексико-семантический и словообразовательный анализ эргонимов г. Тольятти Самарской области Российской Федерации: автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / С. В. Земскова. – М., 1996. – 22 с.
2. Кондратова, А. В. Функции эргонимов в аспекте их классифицирующей характеристики / А. В. Кондратова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов. – 2018. – № 9 (87). – Ч.1. – С. 105–108.
3. Мезенко, А. М. Белорусская ономастика. Топонимия : учеб. пособие / А. М. Мезенко и [др.] ; под общ. ред. А. М. Мезенко. – Минск : Элайда, 2012. – 260 с.