Белорусский государственный университет

УДК 808.2 311

Сапегина Елена Олеговна

Названия культурно-бытовых учреждений: структура, номинация

10.02.02 — русский язык

Автореферат
диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Минск - 1999

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертации. В условиях урбанизации и повышения благосостояния людей увеличивается количество учреждений, способствующих совершенствованию культуры быта населения. Происходят политические, идеологические, экономические изменения в жизни общества. Всё это приводит к необходимости создания новых или замене уже имеющихся наименований культурно-бытовых учреждений. Однако выбор названия зачастую происходит случайно, без учёта языковых закономерностей, обусловливающих создание информативных, системных, удобопроизносимых, эстетичных, оригинальных имён. Развитие общества, экономики и культуры требует практического решения возникающих лингвистических и юридических проблем в области номинации, в частности, -- присвоения имён учреждениям, организациям, предприятиям разных типов.

Актуальность нашего диссертационного исследования определяется назревшей необходимостью комплексного описания эргонимной подсистемы ономастического пространства, которое позволит выявить характер процессов номинации в регионе (Республике Беларусь) и их связь с общественно-историческими условиями, с номенклатурным типом объекта, национально-культурными ценностями, прямо или опосредованно выраженными в названии.

Связь работы с крупными научными программами, темами. Диссертационное исследование является частью темы "Белорусское Поозерье: природные ресурсы, материальная и духовная культура", утвержденной в соответствии с планом научно-исследовательской работы Витебского государственного университета им. П.М.Машерова на 1996-2000 г. и согласованной с Министерством образования РБ.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является комплексный анализ системы названий культурно-бытовых учреждений Беларуси XIX-XX вв. в структурном, ономасиологическом, лексическом, семасиологическом аспектах. Поставленная цель потребовала последовательного решения следующих *задач*:

1) установить лингвистический статус названий культурно-бытовых учреждений;

2) выявить структурные типы и способы грамматического выражения названий культурно-бытовых учреждений Беларуси;

3) определить мотивы номинации и выделить тематические группы названий культурно-бытовых учреждений разных типов в разные исторические периоды;

4) охарактеризовать основные коннотативные семы, наиболее последовательно прослеживающиеся в названиях культурно-бытовых учреждений Беларуси;

5) выработать практические рекомендации по номинации культурно-бытовых учреждений Беларуси.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования в диссертации являются названия культурно-бытовых учреждений Беларуси, т.е. непроизводственные эргонимы XIX-XX вв. Предметом рассмотрения в работе стали структурные типы и способы грамматического выражения названий культурно-бытовых учреждений Беларуси, мотивы номинаций и тематические группы, коннотативные семы, наиболее последовательные прослеживающиеся в данной группе эргонимов.

Гипотеза. Эргонимия как совокупность самостоятельного разряда онимов должна обнаруживать в своём составе и функционировании то особенное, что отличало бы её от других разрядов онимов. Можно прогнозировать разнообразие структурных типов и лексико-семантических групп, реализованных в названиях культурно-бытовых учреждений, что обусловлено как лингвистическими (совмещение номинативной, информативной, рекламной функций в одном названии, учёт современных тенденций номинаций и др.), так и экстралингвистическими (значительное количество объектов, изменяющаяся историческая, политическая, идеологическая, экономическая ситуация в обществе) факторами.

Методология и методы проведённого исследования. Основой различных методов, использованных нами, является единая диалектико-материалистическая методология. В нашем диссертационном исследовании мы использовали дескриптивный; ареальный; сравнительно- исторический, позволяющий соотнести ономастические явления и процессы с общественно-историческими периодами; стратиграфический методы исследования, реализовать которые помогают конкретные научно-исследовательские приёмы: языковая атрибуция, классификация материала, выявление ономастических ареалов, элементы статистического анализа и др.

Научная новизна и значимость полученных результатов. Нами установлен лингвистический статус названий культурно-бытовых учреждений; впервые произведён комплексный анализ малоисследованной ономастической подсистемы, выявлены мотивы, способы, средства, тенденции номинации культурно-бытовых учреждений Беларуси в XIX-XX вв.; установлены их основные структурные типы и способы грамматического выражения; определены ведущие коннотемы, которые последовательно прослеживаются в названиях данного типа; выделены лексические группы, использованные для ономастической номинации в разные исторические периоды, отмечены причины появления и формы функционирования неофициальных наименований культурно-бытовых учреждений. Таким образом, научная значимость результатов диссертации состоит в развитии эргонимики как отрасли ономастики на материале

такого крупного региона, как Беларусь, охватывающем значительный исторический период (XIX-XX вв.).

Практическая значимость полученных результатов. Практическое применение результатов данного диссертационного исследования может иметь многоплановый характер. Во-первых, они могут быть использованы в практике вузовского и школьного преподавания: на лекциях, практических занятиях по современному русскому языку, общему языкознанию, лингвистическому анализу текста, спецкурсах и спецсеминарах, при написании курсовых и дипломных работ; на уроках, факультативах (кружках) по русскому языку, истории, при проведении краеведческой работы.

Во-вторых, результаты исследования можно использовать в административно-общественной практике для номинации культурно-бытовых учреждений Беларуси.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

-- названия культурно-бытовых учреждений составляют часть эргонимии, занимают промежуточное положение между апеллятивной и проприальной лексикой;

-- на основе анализа компонентов условно могут быть выделены шесть основных структурных типов названий культурно-бытовых учреждений: атрибутивный, генитивный, проприальный, генитивно-проприальный, нумеративный, нумеративно-проприальный;

-- многообразие мотивов, средств и способов номинаций свидетельствует о существовании разветвленной и гибкой ономастической подсистемы эргонимов: выбор универсального или частного мотивировочного признака (признаков) зависит от общественно-исторического периода, номенклатурного типа объекта, традиций и новых тенденций номинаций;

-- присвоение информативных, коммуникативно значимых, эстетичных названий культурно-бытовым учреждениям требует учёта ономасиологического и семасиологического подхода к созданию новой языковой единицы.

Личный вклад соискателя. Диссертация является самостоятельно выполненным исследованием, материалом для которого послужила индивидуальная картотека автора, насчитывающая свыше 10 тысяч единиц и составленная в результате: а) работы с печатными источниками--справочниками, путеводителями, туристскими картами-схемами, книгами, периодическими изданиями; б) знакомства с рукописными источниками - архивными материалами, анкетами Минского городского статистического управления; в) личных наблюдений, записей и бесед автора.

Научные работы, основные результаты, положения и выводы которых включены в представляемую диссертацию, написаны без участия соавторов.

Апробация результатов диссертации. Диссертация прошла обсуждение на заседании кафедры общего и русского языкознания Витебского государственного университета им. П.М.Машерова. По теме исследования были сделаны доклады и сообщения на конференциях: молодых учёных и аспирантов ВГПИ (Витебск, 1994, 1995); III международной конференции "Белорусско-русско-польское сопоставительное языкознание и литературоведение" (Витебск, 1994); научно-практической конференции "Двина-Даугава" (Витебск, 1995); VI научных чтениях "Е.Карский и современное языкознание" (Гродно, 1996); международной научно-практической конференции "История и культура Левобережной Украины" (Нежин, 1996); V республиканской научной конференции, посвящённой памяти проф. В.М.Никитевича "Словообразование и номинативная перивация в славянских языках" (Гродно, 1996); региональной научной конференции "Письменства і друк на Віцебшчыне: гісторыя і сучаснасць" (Витебск, 1996); международной научной конференции "Проблемы образования, науки, культуры Белорусского Полесья" (Мозырь, 1996); международной научной конференции "Язык, слово, действительность" (Минск, 1997);

IV международной научной конференции "Белорусско-русско-польское сопоставительное языкознание и литературоведение" (Витебск, 1997); международной конференции "Современные проблемы лексикографии" (Гродно, 1997); VII Всеукраинской ономастической конференции (Днепропетровск, 1997); международной конференции молодых учёных "Актуальные проблемы исследования языка и речи" (Минск, 1998); международная конференция "Русский язык в изменяющемся мире" (Минск, 1999); II международная научная конференция "Национально-культурный компонент в тексте и языке" (Минск, 1999).

Опубликованность результатов. Результаты диссертационного исследования опубликованы в 15 работах общим объемом 56 печатных страниц, в том числе в трёх статьях, 10 материалах научных конференций, 2 тезисах докладов конференций.

Структура и объём диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трёх глав, заключения, списка использованных источников, включающего 161 наименование; включает 9 таблиц. Полный объём диссертации 115 машинописных страниц.

Глава I "Теория и методика изучения эргонимии" начинается разделом, в котором освещается становление эргонимики как отрасли ономастики. Дается обзор основных работ, посвящённых изучению эргонимов разных типов.

Поскольку ономастика является лингвистической дисциплиной, она использует общефилологические методы, которые могут быть специфичными, что обусловлено особенностями объекта изучения. В нашем

диссертационном исследовании анализ материала осуществляется с помощью дескриптивного, ареального, стратиграфического, сравнительно-исторического методов.

В ономастической литературе встречается разная квалификация названий лиц по месту жительства, происхождению; названий предприятий, транспортных средств, товаров и др. Поскольку, по мнению современных исследователей, резкой границы между нарицательными и собственными именами не существует, указанные лексические группы следует считать пограничными разрядами между апеллятивной и ономастической лексикой. Мы считаем логичным признать такой же переходный характер названий культурно-бытовых учреждений. Это неоднословные конструкции, представляющие собой ономастические формулы нескольких типов. Название может состоять из нарицательного (термин-классификатор - ТК) и собственного имени -- кинотеатр "Беларусь"; сочетания нарицательных и собственных имён (иногда с номерной конструкцией или мемориальным компонентом *имени*) -- мастерская № 9 по ремонту будильников "Зязюля"; нарицательных имён, которые в целом в качестве названия становятся эргонимом -- Ателье военного пошива.

Объектом нашего исследования является часть эргонимии -- названия культурно-бытовых учреждений , для обозначения которых термин пока не установлен. Их специфика как фактов перекрещивающихся ономастических полей позволяет в ряде случае давать им дополнительную ономастическую квалификацию:

1. Если название культурно-бытового объекта имеет денотат в прагматической сфере деятельности человека (кинотеатр "Мир"), то его название является и прагматонимом; если в умственной или художественной, -- идеонимом (поэтическим эргонимом), например, "Рога и копыта".
2. Культурно-бытовой объект, как правило, занимает фиксированное положение в пространстве, т.е. его имя может быть топонимом (Полоцкий, Смоленский рынок). Однако эргоним не имеет такого статуса, если его денотат - передвижной объект (цирк, зоопарк, магазин, выставка, рестораны речных, морских судов, поездов).
3. Если объект расположен в городе, то его название можно квалифицировать и как урбаноним (Государственный театр оперетты), чего нельзя сделать, если объект расположен вне городской черты (кафе "Лесная сказка" на трассе Полоцк-Минск).

Культурно-бытовые объекты, как правило, располагаются в зданиях, поэтому имя учреждения переносится и на строение, становясь ойкодомонимом. Мы не считаем возможным употреблять для названий деловых объединений людей этот термин, так как, во-первых, культурно-бытовое учреждение часто занимает лишь часть помещения (комнату, этаж,

ателье, библиотеки, кафе, магазина, музея, страхового общества и т.п. не всегда становится именем здания, в котором они размещены. Во-вторых, ойкодомоним -- собственное имя любого здания, в том числе и такого, где вообще не размещено культурно-бытовое учреждение, -- жилого дома ("Выкрутасы", "Теремок", "Серп и молот"), памятника архитектуры (Парфенон, пирамида Хеопса, Пизанская башня). В-третьих, ойкодомоним может совпадать с эргонимом, только пока данное учреждение располагается в данном здании. В случае перемещения банка, больницы, магазина, музея, кафе в другое здание эргоним сохраняется, а ойкодомоним исчезает либо заменяется другим.

Устанавливать ономастическую квалификацию названия объекта необходимо с учетом основного свойства его денотата: для торгового объекта (магазина, рынка) характеризующей особенностью является осуществление торговой деятельности в различных формах, а отведенная для этого территория или помещение из-за возможных изменений могут быть лишь вторичным основанием ономастической номинации (т.е. магазин "Детский мир", Полоцкий рынок -- прежде всего эргоним, хотя дополнительно может квалифицироваться как топоним, ойкодомоним и др.). *Парк* же (культуры и отдыха, им. Челюскинцев) прежде всего топоним, т.е. имя ландшафтного объекта, и только в случае размещения в нем культурно-бытового объекта может дополнительно квалифицироваться как эргоним.

Как правило, апеллятив (ТК) и проприатив функционируют как единый эргонимный комплекс. Он может быть представлен несколькими структурными моделями с различными типами связи:
а) сочинительной -- магазин *"Охотник и рыболов"*; б) бессоюзной -- магазин *"Спорт-туризм"*; в) подчинительной -- *магазин "Берёзка"*. Синтаксическую связь в такого типа аппозитивных словосочетаниях мы определяем как примыкание.

Обязательным структурным компонентом названия в эргонимии является ТК -- апеллятив, устанавливающий номенклатурный статус объекта. В диссертации рассматриваются различные способы образования ТК в эргонимии.

Предметом рассмотрения в **главе II** являются структурные типы названий культурно-бытовых учреждений.

Стремление к дифференциации однородных объектов находит отражение в одной из общих тенденций развития языка -- тенденции к регулярности. На нашем материале она проявляется в формировании нескольких основных структурных типов. При всем многообразии вариантов соединения структурных компонентов в единый эргонимный комплекс, мы считаем возможным представить их в виде обобщённых схем, наиболее последовательно, по нашим наблюдениям, реализованных в

названиях культурно-бытовых учреждений Беларуси и состоящих из обязательных и факультативных элементов.

Учитывая отличительные особенности обязательных элементов схем, можно условно квалифицировать их следующим образом: схема А -- атрибутивная (Альтернативный театр), схема Б -- генитивная (Дом обуви, ресторан Т.Григоровича), схема В -- проприальная (магазин "Негоциант"), схема Г -- генитивно-проприальная (гостиница Министерства промстройматериалов "Гранит"), схема Д -- нумеративная (парикмахерская № 4), схема Е -- нумеративно-проприальная (мастерская №4 по ремонту обуви "Темп").

С помощью данных схем в диссертации проанализирована структура названий: 1) кредитно-финансовых и страховых учреждений; 2) предприятий службы быта; 3) торговых объектов; 4) предприятий общественного питания; 5) учреждений культуры.

В **главе III** исследуются особенности номинации культурно-бытовых учреждений. Опираясь на теоретические работы В.Г.Гака, Е.С.Куберяковой, Н.Д.Голева, М.В.Горбаневского, М.Э.Рут, мы классифицировали названия культурно-бытовых учреждений на основе следующих мотивов:

-- *отсубъектной* номинации:

1) форма собственности (для тех объектов, где она может быть различной) -- Гродненский государственный историко-археологический музей, Частный строительный банк Андрея Климова. Этот мотив номинации используется для указания на принадлежность самому крупному и влиятельному собственнику -- государству или на иную форму собственности для некоторых типов объектов (банков, магазинов и др.) и отсутствует в названиях учреждений, где форма собственности является единственно возможной или её декларирование было коммуникативно и идеологически необязательным, например, в названиях кинотеатров, парикмахерских, фотостудий;

2) прямое или условно-символическое указание на конкретного собственника -- Еврейская библиотека дочери купца М.С.Клионской (Велиж, 1902), Библиотека Треста № 9, магазин "Тамара". Чаще всего отмечалось в до- и постсоветское время как отражение частной собственности на объект;

3) выражение государственно-административных установок в области:

а) идеологии - названия мемориально-революционной, советской, коммунистической тематики: гостиницы "Советская", "Октябрьская", библиотеки имени К.Маркса, В.И.Ленина, кинотеатры "Спартак", имени В.Воровского, М.И.Калинина, С.М.Будённого; Брестский областной драматический театр имени Ленинского комсомола Белоруссии. Идеологические ориентиры общества могут быть выражены в виде указания на: событие ("Октябрьская"), символ ("Аврора", "Красная звезда"), праздник ("1 Мая"), организацию (Ленинский комсомол), реальное или общественно-символическое лицо (Н.К.Крупская, "Комсомолец") и т.п. Данный мотив почти не использовался при номинации объектов

выполняющих преимущественно бытовые функции: ателье, пунктов проката, химчисток, парикмахерских, магазинов, предприятий общественного питания, б) политики -- названия, раскрывающие межгородские, межреспубликанские (межгосударственные) связи: для периферийных населённых пунктов -- названия своего государства (кинотеатр "Беларусь" в Витебске, гостиницы "Беларусь" в Бресте, Гродно), для столицы -- названия, указывающие на топонимы периферийных территорий своего государства (минские универсамы "Могилёвский", "Гродно", "Брест", "Заславль"); -- топонимы соседних (бывших советских) республик: универсамы "Брянский", "Черниговский" (Гомель), магазины "Таллин", "Рига", "Вильнюс" (Минск); -- топонимы городов-побратимов: ресторан "Франкфурт-на-Одере" (Витебск), рестораны "Габрово", "Янтра" (Могилёв). Этот мотив характерен для названий гостиниц, кинотеатров, предприятий общественного питания, магазинов; в) науки и техники -- названия, свидетельствующие о последних достижениях, главным образом, в освоении космического пространства: гостиницы, кинотеатры, кафе, рестораны "Орбита", "Планета", "Спутник", "Космос", "Луна", "Галактика", "Ракета", "Электрон", г) военно-патриотического воспитания - названия, связанные с защитой интересов страны, победой в Великой Отечественной войне: гостиница "40 лет Победы" Министерства обороны РБ, кинотеатры "Мир", "Победа", "Салют", "Партизан". Для номинации объектов преимущественно бытовой деятельности данный мотив не используется;

4) национально-культурные реалии, образы, характерные для общественного сознания. Лексические средства выражения его наиболее разнообразны:

-- антропонимы: банк "Алеся", пивной бар "Нестерка", ателье "Купалинка", "Лявониха", "Золушка", парикмахерские "Ясь і Янина", библиотеки имени А.С.Пушкина, Я.Коласа, Белорусский государственный академический театр имени Янки Купалы и др.;

-- названия животных: страховое общество "Медведь", ателье "Журавушка", "Зязюля", "Зубренок", магазин "Чайка", кафе "Ласточка" и др.;

-- названия растений: а) цветов -- ателье "Тюльпан", "Ландыш", "Незабудка", кафе "Красный мак", рестораны "Подснежник", "Пралеска", "Папараць-кветка", б) ягод - ресторан "Журавінка", ателье "Марошка", в) деревьев -- ателье "Черёмуха", "Ивушка", рестораны "Сосны", кафе "Берёзка", "Ёлочка", "Рябинка";

-- названия природных объектов и явлений: ателье "Дождик", "Зорька", "Утро", "Дубравушка", парикмахерская "Раница", магазин "Росинка", "Сытанак", кафе "Бережок", "Крыніца", "Сосновый бор", "Раница", "Реченька"; кинотеатры "Зорька", "Радуга";

-- конкретно- и абстрактно-символическая лексика: гостиница "Дружба", магазин "Фрегат", кафе "Вянок", "Спорт", бар "Батлейка", ресторан

"Спадчына", кинотеатры "Грезы", "Чары", "Бригантина", "Ветразь", театры "Лялька", "Жалейка". Этот мотив универсален: он используется для номинации всех типов культурно-бытовых учреждений Беларуси, что свидетельствует о стремлении социума декларировать национально-культурные ценности, а разнообразие лексических средств его выражения позволяют сделать вывод о высоком интеллектуально-нравственном уровне общества;

-- *адресатной* номинации:

1) прямая или условно-символическая характеристика потребителя (покупателя, клиента, зрителя и т.д.) с учетом:

а) возраста: ателье "Аленка", "Молодёжная мода", магазины "Дюймовочка", "Ровесник", фотография "Малыш", Белорусский республиканский театр юного зрителя, кафе "Аленький цветочек", парикмахерская "Винни Пух", кинотеатры "Малютка", "Юность";

б) социальной группы: "Элитбанк", "Магнатбанк", Дворянский Земельный банк, страховое общество "Богач", гостиницы "Купеческая", "Коммерческая", "Сейбит", магазины "Ветеран", "Школьник";

в) пола: ателье "Брестчанка", "Красуня", прачечная "Агнесса", парикмахерские "Александрына", "Ясь і Яніна", магазины "Гаспадыня", "Охотник и рыболов",

г) профессиональной и любительской деятельности: гостиница "Спортивная", Дом учителя, магазины "Книголюб", "Турист", "Рыболов-охотник", "Юный техник", "Товары для умельцев", Дворец культуры "Трикотажник";

д) национальности (гражданства): гостиницы "Интурист", Еврейская библиотека;

е) иных свойств адресата: магазины "Богатырь", "Лакомка", "Диета", "Счастье" (по продаже товаров для молодоженов), фотография "Выпускник";

2) название сферы или времени применения товаров, предлагаемых объектом: ателье "Времена года", Дом проката "Отдых", магазины "Спорт и туризм", "Сад и огород", "Товары для рукоделия".

Эти мотивы номинации не используются, если состав клиентов данного учреждения универсален.

-- *отобъектной* номинации:

1) регион создания, деятельности в национально-государственном и административном отношении: Белорусско-литовское страховое СП "БАСО", Всесоюзный кооперативный банк, Республиканская научная сельскохозяйственная библиотека имени И.С.Лупиновича;

2) отнесённость объекта к определённому населенному пункту: гостиница "Витебск", Минская центральная библиотека имени А.С.Пушкина;

3) внутригородское размещение объекта по отношению к:

а) району : кинотеатр "Центральный", Дом торговли "Первомайский", магазин "Зеленый Луг";
б) другому внутригородскому природному или искусственному объекту: гостиница "Вокзальная", универсам "Сельмашевский", кинотеатр "Юбилейный" (расположен на Юбилейной площади), гостиницы "Двина", "Ветразь" (на берегу Двины), кафе "Театральное", "Антракт";
в) сторонам света: магазин "Северный", кафе "Южное", "Восток", универсам "Юго-Запад";
4) предмет деятельности, специализация данного учреждения: Балтийское страховое от огня общество, Городская нотно-музыкальная библиотека, Государственный театр музыкальной комедии, магазин "Башмачок", кафе "Блинная", "Бульбяная";
5) характер (особенности) деятельности учреждения: магазины "Комиссионный", "Ночной", ателье "Темп", кафе "Экспресс", "На хвілінку", кинотеатр "Летний";
6) приоритетный характер объекта в своей отрасли, регионе: Национальная библиотека РБ, Центральная городская библиотека (Пинск), Государственный академический Большой театр оперы и балета Беларуси, Дом обуви;
7) положительная характеристика какой-либо стороны деятельности объекта в рекламных целях: "Сервисбанк", гостиницы "Гранд Отель", "Рояль", отель "Эридан", торговый дом "BEST" (англ. "лучший"), парикмахерские "Чародей", "Фантазия", магазины "Ветливасць", "Все для дома", кафе "Уют", Альтернативный театр, кинотеатры "Эдем", "Модерн" и др.;
8) национальная специфика, присутствующая в работе продукции, интерьере данного учреждения как отличительная особенность объекта: Беларускі тэатр "Ляльки", Государственный русский драматический театр им. М.Горького, магазин "Павлинка", ресторан "Папараць-кветка", кафе "Старый Томас", "Дастархан";
9) архитектурные и интерьерные особенности объекта: ресторан "Хата лесника", кинотеатры "Гигант", "Полёт" (в салоне самолёта), кафе "Блакітнае" и др;
10)порядок ввода объекта в эксплуатацию -- магазин № 2 "Книги".

При определении мотива номинации необходимо принимать во внимание возможность двойной (и более) мотивировки: одно и то же название может реализовывать разные мотивы номинации, например: "Охотник и рыболов" указывает на пол и на любительскую деятельность адресата, "Ясь і Яніна" -- на пол адресата и национально-культурные образы общественного сознания, ателье "Брестчанка" -- на пол адресата и отнесённость объекта к населённому пункту.

Однако название может быть не мотивированным свойствами субъекта, объекта, адресата. В этом случае оно носит условный характер и выражается: а) лексикой с нейтральной коннотацией(страховое общество "Скиф", гостиница "Альфа"), б) заимствованной лексикой и варваризмами (страховое общество "Акколада", гостиница "Гарни"), в) словами и аббревиатурами, не понятными адресату (магазины "Колтавос", "Игюс", "М.С.С."). Такого рода условные названия используются по трём причинам: 1) нежелание субъекта давать информацию любого рода о своём объекте и вынужденное использование каких-либо словесных знаков, служащих только для юридической регистрации и делопроизводства; 2) низкая культура номинатора, приводящая к использованию неудачного названия для конкретного объекта; 3) неумение учесть наиболее важную для потенциального клиента сторону деятельности объекта и выбрать название, вызывающее положительные ассоциации, базирующиеся на национально-культурных установках адресата.

В третьем разделе данной главы названия культурно-бытовых учреждений рассматриваются в семасиологическом аспекте. Поскольку эргонимы, как правило, результат вторичной номинации, в них в той или иной степени сохраняется остаточная семантика тех слов, от которых они образовались. Поэтому коннотация может способствовать или препятствовать успешному функционированию имени в качестве эргонима. Интегральные для определённого класса объектов коннотативные семы в основном характерны для условно-символической номинации. Мы посчитали возможным выделить в самом общем виде коннотативные семы оценочного характера, которые наиболее последовательно прослеживаются в названиях культурно-бытовых объектов Беларуси. Перечислим некоторые из них:

-- идеологическую: а) советскую, социалистическую (коммунистическую), характерную для названий гостиниц ("Советская", "Октябрьская"), кинотеатров ("1 Мая", "Красная звезда"), библиотек (имени К.Маркса, В.И.Ленина), театров (Брестский областной драматический театр имени Ленинского комсомола Белоруссии); б) капиталистическую (буржуазную), характерную для названий банков ("Капитал", "Магнатбанк"), страховых обществ ("Богач"), гостиниц ("Купеческая"), ресторанов ("Чикаго", Т.Григоровича, "Метрополь"), магазинов ("Конкурент", "Негоциант"). Русский ассоциативный словарь (РАС) приводит, в частности, следующие реакции на слово-стимул БУРЖУАЗНЫЙ: капиталистический, идеология, капитал, магазин, богатство, богач, Европа, США, иностранец, Америка, монарх, предприниматель, рай;

-- надёжности, характерную прежде всего для названий любых типов объектов с элементом *государственный* (-ая, -ое), подразумевающих принадлежность самому крупному и стабильному собственнику

(Государственный банк промышленного строительства СССР, страховые общества "Якорь", "Финансовые гарантии", мастерская по ремонту часов "Профессионал");

-- приоритетности, общественной значимости, характерную для названий: с элементом *национальный* (Национальный банк РБ), с ТК *Дом* (Дом обуви), с указанием на республику и её столицу (гостиницы, кинотеатры, банки, магазины, рестораны "Беларусь", "Минск"), с элементом *государственный* (Государственный универсальный магазин), *центральный* (Центральная научная библиотека имени Я.Коласа) и некоторыми другими (Государственный академический Большой театр оперы и балета БССР);

-- красоты, выраженную в названиях предприятий службы быта (ателье "Веснянка", парикмахерские "Красота", "Грация", "Молодость"), общественного питания (ресторан "Папараць-кветка", кафе "Блакітнае");

-- доброты, выраженную в некоторых названиях страховых обществ ("Помощь", "Радушие", "Медведь") предприятий службы быта (ателье "Золушка", Дом проката "Калі ласка", парикмахерская "Винни-Пух"). По данным РАС, слово ДОБРЫЙ вызывает следующие ассоциации: человек, хороший, зверь, волк, волшебник, мама, Золушка, милосердие, радушие, религия и др.

Ряд названий позволяет установить несколько коннотем, например: МЕДВЕДЬ - сильное, доброе, неуклюжее, национально-своеобразное (для славян), не случайно это животное было символом Московской Олимпиады 80, однако в инонациональных культурах воспринимается как "злое", "страшное", "коварное", "свирепое". Название "Золушка" воспринимается как красивое, доброе, сказочное.

Чрезвычайно редки названия с отрицательной коннотемой тревожности, опасности -- магазины "Конкурент", "Скорпион". Причина их выбора - учёт номинатором прагматических свойств языковых средств для рекламы объекта. Причина их существования -- игнорирование номинатором особенности менталитета адресата.

У большинства названий вне конкретной языковой ситуации коннотему можно квалифицировать как нейтральную (либо отсутствующую). В основном это касается названий прямой номинации (магазин "Молоко", "Одежда").

С течением времени и изменением идеологической, экономической ситуации в обществе сопутствующее коннотативное значение названия может: а) исчезать, например, коннотема "современности" перестаёт выделяться в названиях "космической" тематики ("Орбита", "Спутник", "Космос"), б) меняться (как правило, это приводит к утрате самого названия), например, названия гостиниц "Рояль", "Коммерческая", "Купеческая", объединённые положительной коннотемой "богатство", "престижность" после 1917 г. исчезли, так как коннотема изменилась на

"буржуазное", "социально враждебное", в) возникать: "Фирменный" воспринимается как "положительное", "престижное".

Поэтому при актах номинации необходимо учитывать и прагматический аспект, выделяемый при семасиологическом подходе к анализу материала.

В четвертом разделе анализируется выбор языка при номинации культурно-бытовых учреждений Беларуси в различные исторические периоды. Сложившиеся общественно-исторические условия обусловили преимущественное использование русского языка для их номинации. Однако в периоды активизации белорусской культуры (например, в 20-30-е гг. XX в.) количество названий на белорусском языке резко увеличивалось. В до- и постсоветское время отмечается активное использование слов французского, английского и др. языков. Как известно, это объясняется большей социальной престижностью иноязычного слова по сравнению с исконным или ранее заимствованным.

В пятом разделе обращается внимание на существующие лингвистические и юридические проблемы номинации культурно-бытовых учреждений и даются практические рекомендации для их решения.

В заключении излагаются основные выводы проведённого исследования:

1. Названия культурно-бытовых учреждений составляют часть эргонимии и занимают промежуточное положение между апеллятивной и проприальной лексикой. Их специфика как фактов перекрещивающихся онимических полей позволяет в ряде случаев давать им дополнительную ономастическую квалификацию: а) если название культурно-бытового объекта имеет денотат в прагматической сфере деятельности человека, то оно является и прагматонимом; если в умственной или художественной, — идеонимом; б) если культурно-бытовой объект занимает фиксированное положение в пространстве, то его имя квалифицируется и как топоним (ойкодомоним), однако эргоним не имеет такого статуса, если его денотат-передвижной объект; в) если культурно-бытовой объект расположен в городе, то его название представляют собой и урбаноним и т.д. Устанавливать ономастическую квалификацию названия объекта необходимо с учётом основного свойства его денотата: для торгового объекта характеризующей особенностью является осуществление торговой деятельности в различных формах, а отведённая для этого территория или помещение из-за возможных изменений могут быть лишь вторичным основанием ономастической номинации. Имя же ландшафтного объекта — прежде всего топоним, и только в случае размещения в нем культурно-бытового объекта может дополнительно квалифицироваться как эргоним (см. список работ: 3).

2. На основе анализа многообразных вариантов соединения компонентов в единый эргонимный комплекс могут быть выделены шесть основных структурных типов названий культурно-бытовых учреждений: атрибутивный (А), генитивный (Б), проприативный (В), генитивно-проприальный (Г), нумеративный (Д), нумеративно-проприальный (Е).

Установлена зависимость выбора структурного типа названия от номенклатурной отнесённости объекта, политико-экономического этапа жизни общества и связанных с ним языковых тенденций в номинационном процессе. Она проявилась: 1) в использовании определённого набора структурных схем для номинации объектов разного профиля: кинотеатров, ресторанов, страховых обществ -- В, Б, А; театров -- Б, А, В; парикмахерских - Д, Е, В, Б; магазинов -- Д, Е, В, Б, Г, А; ателье -- Д, Б, Г, Е, Б, А и др. На выбор структурной схемы названия оказывает влияние характер деятельности, принадлежность объекта, количество однотипных объектов на определенной территории (города, республики), традиции и современные тенденции номинации в обществе и номенклатурной системе; 2) в построении названий объектов одного типа по разным структурным схемам в различные периоды жизни общества (досоветский, советский, постсоветский): так, названия кредитно-финансовых и страховых учреждений в советский период не строились по проприальной схеме В, как в до- и постсоветское время, так как это не соответствовало номинационным установкам государства -- собственника. И только в советское время для номинации гостиниц, ресторанов стали использовать нумеративную схему Д, что отвечало идеологическим установкам эпохи; 3) в присвоении условно-символического наименования, включенного в проприальную (В), генитивно-проприальную (Г) и нумеративно-проприальную (Е) схемы, объектам, для которых ранее использование данной структурной модели было не характерно, - банкам, парикмахерским, театрам, так как при либерализации общественной жизни развитие экономики и культуры наблюдается тенденция давать собственные имена расширенному кругу эргонимов.

Анализ показал многообразие грамматических средств выражения проприальной части (имена существительные в различных формах, субстантивированные прилагательные, глагол, словосочетания, бессоюзные и сочинительные конструкции, предложения и др.). Однако отмечается преобладание имён существительных женского и мужского рода, субстантивированных прилагательных и словосочетаний, что отражает, на наш взгляд, закономерности номинационного процесса, проявляющиеся прежде всего в использовании кратких и частотных грамматических средств языка (см. список работ: 4, 8, 9).

3. В определенные исторические периоды для названий культурно-бытовых учреждений используется ряд мотивов номинации, реализуемых

лексикой различных тематических групп прямым или условно-символическим способом. Установлено, что преобладает отобъектная номинация, представленная следующими мотивами: предмет, характер, особенности деятельности, специализация данного учреждения, отнесённость к населённому пункту и внутригородское размещение объекта, регион создания, масштаб деятельности, приоритетный характер в своей отрасли, регионе, национальная специфика, архитектурные и интерьерные особенности объекта, рекламно-положительная характеристика, порядок ввода объекта в эксплуатацию и др.

Отсубъектная номинация отражает форму собственности и указывает на конкретного владельца; государственно-административные и общественные установки в области идеологии, политики, науки и техники, военно-патриотического воспитания; национально-культурные реалии, образы, характерные для общественного сознания. Мотивы номинации, учитывающие адресат, представляют собой: характеристику потребителя по возрасту, полу, социальной группе; профилю или любительской деятельности, национальности, иным свойствам.

Лексические средства выражения этих мотивов разнообразны: антропонимы, мифонимы, топонимы, названия растений, животных, природных объектов и явлений, конкретно и абстрактно-символическая лексика различных тематических групп.

Многообразие мотивов, средств и способов номинации свидетельствует о существовании разветвленной и гибкой ономастической подсистемы эргонимов. Ряд названий имеет множественную мотивацию.

Названия, не мотивированные свойствами объекта, субъекта, адресата, могут быть удачными (ретроспективного, романтического, положительно-ориентирующего характера) и неудачными (неблагозвучные, неграмматичные слова и аббревиатуры, неясные потребителю) и др.

Ряд мотивов номинации имеет универсальный характер: информация о местоположении и предмете (специфике) деятельности объекта представлена в названиях всех типов культурно-бытовых учреждений в различные исторические периоды.

Отдельные мотивы используются только в определённые исторические периоды и для номинации объектов одного номенклатурного типа: идеологический мотив номинации использовался только в советское время; указание на конкретное лицо-собственника было возможным в названиях до - и постсоветского периода (см. список работ: 2, 4, 5, 6, 12, 15).

4. Поскольку эргонимы, как правило, результат вторичной номинации, в них в той или иной степени сохраняется остаточная семантика тех слов, от которых они образовались. Поэтому их коннотация может способствовать или препятствовать успешному функционированию имени в качестве названия культурно-бытового учреждения. Большинство

проанализированных названий имеет нейтральную коннотему с потенциальной возможностью преобразования её в ненейтральную. Значительная часть названий (как правило, условно-символических) обладает коннотемами положительной оценки -- силы, доброты, красоты, романтичности, волшебства, современности и др. Единичны названия, в которых выделяются отрицательные коннотативные семы -- тревожности, опасности. Причина их существования -- игнорирование номинатором особенностей менталитета адресата (см. список работ: 1).

5. Присвоение информативных и/или эстетичных названий требует учёта ономасиологического и семасиологического подхода к созданию новой языковой единицы. При создании мотивированного названия номинатор может отразить сведения о местоположении, предмете (специфике) деятельности и др. Необходимо учитывать и прагматические свойства языковых средств для рекламной характеристики объекта: название должно содержать положительные коннотативные семы. При выборе немотивированного названия сохраняются требования к его благозвучности, краткости, грамматичности. Отвечающее данным требованиям, название успешно функционирует в обществе, выполняя номинативную, информативную, эстетическую, рекламную функции. При игнорировании законов номинации официальное наименование заменяется при актах коммуникации неофициальным. Целесообразно руководствоваться лингвистическими и юридическими требованиями при номинации культурно-бытовых учреждений (см. список работ: 7).

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Сапегина Е.О. Названия культурно-бытовых учреждений Беларуси в семасиологическом аспекте // Веснік Віцебскага дзяржаўнага універсітэта. -- 1997. -- № 1. -- С. 17-22.
2. Сапегина Е.О. Ономасиологический подход к изучению названий культурно-бытовых учреждений Беларуси // Веснік Віцебскага дзяржаўнага універсітэта. -- 1998. -- № 1. -- С. 60-64.
3. Сапегина Е.О. Лингвистический статус названий культурно-бытовых учреждений // Веснік Віцебскага дзяржаўнага універсітэта. -- 1998. -- № 3. -- С. 66-70.
4. Сапегина Е.О. Структура и семантика названий кинотеатров Белоруссии и Левобережной Украины // Література та культура Полісся. Вип. 8: Матеріали міжн. конф. -- Ніжин, 1997. -- С. 202-206.
5. Сапегіна А.А. Матывы намінацыі беларускіх бібліятэк // Пісьменства і друк на Віцебшчыне: гісторыя і сучаснасць: Матэрыялы навук. канф. -- Віцебск, 1996. -- С. 134-136.

6. Сапегина Е.О. Национально-культурная информативность эргонимов Беларуси . Национально-культурный компонент в тексте и языке: Материалы науч. конф. -- Минск. 1999. -- Ч. 3. -- С. 48-49.
7. Сапегина Е.О. Лингвистические и юридические проблемы номинации культурно-бытовых учреждений // Актуальные проблемы исследования языка и речи: Материалы научн. конф. -- Минск, 1998. -- Ч. 2. -- С. 25-28.
8. Сапегина Е.О. Структурно-семантические особенности названий гостиниц Белоруссии и соседних регионов // Беларуска-руска-польскае супастаўляльнае мовазнаўства і літаратуразнаўства: Мат-лы дакл. канф. -- Вішебск. 1994. -- Т.2. -- С. 97-100.
9. Сапегина Е.О. Структура названий кредитно-финансовых и страховых учреждений Белоруссии // Е.Карский и современное языкознание: Материалы науч. чтений. -- Гродно. 1996. -- Т. 2. -- С. 164-168.
10. Сапегина Е.О. Лексическая и синтаксическая деривация как средство образования термина-классификатора в эргономике // Словообразование и номинативная деривация в славянских языках: Материалы науч. конф. -- Гродно, 1996. -- С. 76-78.
11. Сапегина Е.О. Топоним Полесье и его производные в белорусской эргонимии // Праблемы адукацыі. навукі. культуры Беларускага Палесся: Матэрыялы навук. канф. - Мазыр. 1996. -- Ч. 1. -- С. 109-110.
12. Сапегина Е.О. Ономасиологические основы классификации эргонимов // Беларуска-руска-польскае супастаўляльнае мовазнаўства літаратуразнаўства: Матэрыялы навук. канф. -- Вішебск. 1997. -- Ч.3. -- С. 422-426.
13. Сапегина Е.О. Принципы отбора и описания материала для "Справочника условно-символических наименований Витебщины" // Vocabulum et vocabularium: Сб. научн. трудов по лексикографии /Отв. ред. В.В.Дубичинский. -- Вып. 5. -- Гродно, 1998. -- С. 163-166.
14. Сапегина Е.О. Западная Двина (Даугава) в ономастическом пространстве // Язык. слово, действительность: Тез.докл.науч. конф. -- Минск, 1997. -- С. 157-159.
15. Сапегина Е.О. Мотивы номинации эргонимов Белоруссии // Дослідження з ономастики: Тези за материалами ономаст. конф. -- Дніпропетровськ, 1997. -- С. 50-51.

РЕЗЮМЕ

Сапегина Елена Олеговна

Названия культурно-бытовых учреждений: структура, номинация

Ключевые слова: названия культурно-бытовых учреждений, эргонимы, лингвистический статус, поликомпонентная структура названия, термин-классификатор, пропрциальная часть, структурные типы, ономасиологическая классификация, субъект, объект, адресат номинации, мотивы, способы, средства номинации, условно-символическое наименование, коннотативные семы.

Объект исследования — названия культурно-бытовых учреждений Беларуси.

Предмет исследования — структурные типы, способы грамматического выражения названий культурно-бытовых учреждений, мотивы номинации, тематические группы лексики, коннотативные семы, характерные для данной подсистемы эргонимов.

Цель работы — комплексный анализ системы названий культурно-бытовых учреждений в структурном, ономасиологическом, лексическом, семасиологическом аспектах.

В диссертации определен лингвистический статус названий культурно-бытовых учреждений: выделены их основные структурные типы, способы грамматического выражения. На основе ономасиологической классификации, разработанной автором, установлены основные мотивы отсубъектной, отобъектной, адресатной номинации. Особенности структуры и номинации выявлены в каждой номенклатурной группе объектов в разные общественно-исторические периоды - досоветский, советский, постсоветский. Определены основные коннотативные семы, наиболее последовательно прослеживающиеся в названиях культурно-бытовых учреждений Беларуси. Раскрыты причины появления немотивированных названий. Объясняется выбор языка при номинации культурно-бытовых объектов Беларуси в различные исторические периоды. Обращается внимание на необходимость юридического решения проблем номинации.

Результаты исследования будут способствовать дальнейшей разработке теории эргонимики, найдут применение как в практике преподавания курса современного русского языка, общего языкознания, лингвистического анализа текста, так и в административно-общественной практике.

РЭЗЮМЕ

Сапегіна Алена Алегаўна

Назвы культурна-бытавых устаноў: структура, намінацыя

Ключавыя словы: назвы культурна-бытавых устаноў, эргонімы, лінгвістычны статус, полікампанентная структура назвы, тэрмін-класіфікатар, прапрыяльная частка, структурныя тыпы, анамасіялагічная класіфікацыя, суб'ект, аб'ект, адрасат намінацыі, матывы, спосабы, сродкі намінацыі, умоўна-сімвалічнае наймянне, канататыўныя семы.

Аб'ект даследавання — назвы культурна-бытавых устаноў Беларусі.

Прадмет даследавання — структурныя тыпы, спосабы граматычнага выражэння назваў культурна-бытавых устаноў, матывы намінацыі, тэматычныя групы тэрмінаў, канататыўныя семы, характэрныя для гэтай падсістэмы эргонімаў.

Мэта работы — правесці комплексны аналіз сістэмы назваў культурна-бытавых устаноў у структурным, анамасіялагічным, лексічным, семасіялагічных аспектах.

У дысертацыі вызначаны лінгвістычны статус назваў культурна-бытавых устаноў, выпучаны іх асноўныя структурныя тыпы, спосабы граматычнага выражэння. На аснове анамасіялагічнай класіфікацыі, распрацаванай аўтарам, устаноўлены асноўныя матывы адсуб'ектнай, адаб'ектнай, адрасатнай намінацыі. Асаблівасці структуры і намінацыі выяўлены у кожнай наменклатурнай групе аб'ектаў у розныя грамадска-гістарычныя перыяды – дасавецкі, савецкі, постсавецкі. Вызначаны асноўныя канататыўныя семы, якія найбольш паслядоўна прасочваюцца ў назвах культурна-бытавых устаноў Беларусі. Высвятляюцца прычыны з'яўлення нематываваных назваў. Тлумачыцца выбар мовы пры намінацыі аналізуемых – аб'ектаў Беларусі ў розныя гістарычныя перыяды. Звяртаецца ўвага на неабходнасць юрыдычнага рашэння праблем намінацыі.

Вынікі даследавання будуць садзейнічаць далейшай распрацоўцы тэорыі эргонімікі, знойдуць прымяненне як у практыцы выкладання курса сучаснай рускай мовы, агульнага мовазнаўства, лінгвістычнага аналізу тэксту, так і ў адміністрацыйна-грамадскай практыцы.

SUMMARY

Sapeghina Elena Olegovna

NAMES OF THE SOCIAL-CULTURAL INSTITUTIONS: STRUCTURE, NOMINATION

Key words: names of the social-cultural institutions, ergonims, linguistic status, polycomponent structure of names, term-classifier, proprietorial part, structural types, onomasiological classification, subject, object, addressee of nomination, motives, methods, means of nomination, nominal-symbolic designations, connotative semes.

Object under investigation: names of the social-cultural institutions of Belarus.

Subject under investigation: structural types, ways of grammatical expression of the names of social-cultural institutions, motives of nomination, thematic groups of lexis, connotative semes propered to the subsystem of ergonims. .

Aim of the thesis: linking analysis of the system of social-cultural institutions names in structural, onomasiological, lexical and semasiological perspectives

In the dissertation the linguistic status of the names of the social-cultural institutions was specified; their general structural types and the ways of grammatical expression were found. On the base of the onomasiological classification, elaborated by author, the main motives of the subject-, object- and addresseebased nomination was indicated. The peculiarities of the structure and nomination in each nomenclative group of the objects during the different social-historical periods – the pre-Soviet, the Soviet and the post-Soviet – were showed up. The main manifested in series connotative semes of the names of the Belarusian social-cultural institutions were indicated. The reasons of the appearance of nonmotivated names were made known as well. The choice of the languages for the nomination of social-cultural objects in Belarus during the different historical periods was explained. The author underlined the necessity of the legal regulation of the nomination problems.

The results of the investigation will contribute greatly to the amplification of the theory of ergonomics and be useful in the teaching area of the Modern Russian Language, General Linguistics, the Linguistic Analysis of Text, as well as in the social-administrative practice.