

### Источники

3. Памятная книжка Витебской губернии на 1861 годъ (Съ картой губернии). – Витебскъ: Типографія Губернскаго Правленія, 1861. – 123 с.
4. Памятная книжка Витебской губернии на 1862 годъ. – Витебскъ: Типографія Губернскаго Правленія, 1862. – 209 с.
5. Памятная книжка Витебской губернии на 1863 годъ. – Витебскъ: Типографія Губернскаго Правленія, 1863. – 57 с.
6. Памятная книжка Витебской губернии на 1864 годъ / подъ ред. А.М. Сементовскаго. – САНКТПЕ-ТЕРБУРГЪ: Типографія К. Вульфа, 1864. – 417 с.
7. Памятная книжка Витебской губернии на 1865 годъ / подъ ред. А.М. Сементовскаго. – САНКТПЕ-ТЕРБУРГЪ: Типографія К. Вульфа, 1865. – 128 с.
8. Памятная книжка Витебской губернии на 1866 годъ / подъ ред. А.М. Сементовскаго. – САНКТПЕ-ТЕРБУРГЪ: Типографія К. Вульфа, 1866. – 144 с.
9. Памятная книжка Витебской губернии на 1867 годъ (Съ археологическою картой Витебской губернии) / подъ ред. А.М. Сементовскаго. – САНКТПЕ-ТЕРБУРГЪ: Типографія К. Вульфа, 1867. – 120 с.
10. Памятная книжка Витебской губернии на 1869 годъ. – Витебскъ: Типографія Губернскаго Правленія, 1869. – 182 с.
11. Памятная книжка Витебской губернии на 1878 годъ / сост. А.М. Сементовскимъ. – Витебскъ: Губернская типографія, 1878. – 416 с.
12. Памятная книжка Витебской губернии на 1881 годъ: изданіе Витебскаго статистическаго комитета. – Витебскъ: Типографія Губернскаго Правленія, 1881. – 176 с.

**У.Ю. Падеус**

Витебский государственный университет имени П.М. Машерова

e-mail: ya.madaranatsume@yandex.ru

Научный руководитель: Генкин В.М., кандидат филологических наук, доцент

УДК 81'276.5:79(476.5)

### Названия развлекательных заведений г. Витебска

Ключевые слова: *эргоним, номинация, структурно-грамматические типы, графическое оформление, лексико-семантические типы.*

*Предметом рассмотрения в статье являются названия развлекательных заведений г. Витебска. Анализируются структурно-грамматические и лексико-семантические особенности эргонимов, их графическое оформление. Устанавливаются номинативные приоритеты при выборе того или иного типа названия.*

**U.Y. Padzeus**

Vitebsk State University named after P.M. Masherov

### Names of entertainment venues in Vitebsk

Key words: *ergonym, nomination, structural and grammatical types, graphic design, lexical and semantic types.*

*The subjects of consideration in the article are the names of entertainment venues in Vitebsk. The structural-grammatical and lexical-semantic features of ergonyms, their graphic design are analyzed. Nominative priorities are established when choosing a particular type of name.*

Одним из наиболее активно развивающихся и перспективных направлений современной ономастики является эргонимика, в качестве основного предмета изучения которой выступает такой разряд имен собственных, как эргонимы. «Словарь русской ономастической терминологии» Н.В. Подольской дает следующее определение термину 'эргоним' – «разряд онима. Собственное имя делового объединения людей, в том числе союза,

организации, учреждения, корпорации, общества, заведения, кружка» [2, 151]. Совокупность эргонимов составляет эргонию (города, региона и т.д.). Эргонимия, в свою очередь, представляет собой важный компонент онимического пространства любого современного города. В широком смысле онимическое пространство – это «комплекс имен собственных всех классов, употребляемых в языке данного народа в данный период для именованья реальных, гипотетических и фантастических объектов» [2, 95]. В более узком смысле под онимическим (ономастическим) пространством понимают совокупность имен собственных того или иного региона.

Онимическое пространство «занимает довольно значительное место и в общей системе языковой картины мира, и в личных представлениях о составе и функционировании окружающей среды, которые воплощаются в лексических единицах и находятся во внутренних структурах человеческого мышления» [1, 7]. Не случайно, что оно в целом и его отдельные составляющие вызывают большой интерес у исследователей. Кроме того, в эргонимии довольно часто происходят изменения, отражающие особенности времени появления разного типа названий.

Современный человек живет в мире названий: они помогают ориентироваться, получать и передавать информацию, запоминать ее, выполняют рекламную и коммерческую функцию и т.д. Помимо этого, система названий является важным элементом культуры, составляет значительную лексику языка, постоянно пополняет его словарный запас. Названия представляют собой результат импровизации, продуманной стратегии, направленной на реализацию тех функций, которые заложены в природе эргонима.

В качестве материала нашего исследования выступают названия развлекательных заведений г. Витебска, к которым мы также отнесли названия части предприятий общественного питания, являющихся не только местом принятия пищи, но и местом отдыха, проведения досуга. Общее количество проанализированных ономастических единиц составляет 104, среди них названия баров и пабов (35), кафе и ресторанов, включая антикафе и интернет-кафе (58), ночных клубов (9), кинотеатров (2). Город Витебск – один из крупнейших городов Беларуси, крупный образовательный центр с большим количеством молодежи. Вполне естественно, что он обладает развитой структурой отдыха и развлечений.

Анализ графического оформления материала показал, что в рассматриваемой группе эргонимов Витебска преобладают русскоязычные или передаваемые средствами русского языка (русской графики) названия. Таких имеется 85 единиц, что составляет 81,73%, например:

– «Аптека», «Золотая рыбка», «Малинки», «Погребок», «Ребро», «Эль» и др. (бары и пабы);

– «Амстердам», «Батькова хата», «Восход», «Кукуха», «Молодежное», «Двина», «Нино», «Северная столица», «Театральное» и т.д. (кафе и рестораны); «7 комнат» (антикафе);

– «Битлз-клуб Чердачок», «Марвин», «Мята», «Опера», «Планета», «Танцы» (ночные клубы);

– «Дом кино», «Мир» (кинотеатры).

На второй по количеству позиции находятся английские или оформленные латиницей названия (15 эргонимов, или 14,42%): «Bar 212», «Funny Chicken», «Humans», «KiberRoom», «NIRVANA», «Pandora», «Pushkin Time's», «Roki Pub», «Smoke Project», «Torvald» и т.д. Интересно отметить, что из 35-и названий баров и пабов 10 (28,57%) относятся к этой группе, тогда как в номинациях кафе и ресторанов только 4 эргонима (7,14%) оформлены на латинице, из девяти названий ночных клубов – 1 (11,11%).

Белорусскоязычные названия крайне немногочисленны (3 единицы, или 2,88%): кафе «Бульбяная», сетевые кафе «Васількі», кафе «Ля Ратушы». Выше был приведен пример, что даже белорусское по своей сути название сетевого витебского кафе «Батькова хата» передается средствами русской графики.

В четырех эргонимах буквенные элементы сочетаются с цифровыми: «BAR 212», «UGØL 90», «100 Грамм», «7 комнат». Дополнительное графическое обыгрывание элементов наблюдается только в названиях гастрономического бара «UGØL 90» и ночного клуба «NIRVANA» (все буквы прописные).

В структурно-грамматическом отношении основную группу составляют простые эргонимы (69 единиц, или 66,35%), представленные в виде русских, белорусских или заимствованных лексем, в том числе оформленных латиницей: «Галерея», «Васількі», «Город», «Мята», «Ребро», «Humans», «NIRVANA» и другие. В большинстве своем это имена существительные, хотя есть названия в форме прилагательных: «Бульбяная», «Молодежное», «Славянское», «Театральное». Названия-прилагательные чаще используются для именованья кафе, на что, соответственно, указывает форма среднего рода.

Каждое четвертое название (26 единиц, или ровно 25%) относится к группе составных. Здесь преобладают эргонимы, в составе которых препозитивное зависимое прилагательное сочетается по способу связи согласование с последующим существительным (14 названий): «Золотая рыбка», «Большой Тим», «Хмельная хата», «Витебский трактир», «Северная столица», «Апельсиновый рай», «Батькова хата» и др. Схожим является английское название «Golden Eagle» («Золотой орёл»).

Вторую позицию занимают конструкции, которые характеризуются таким типом связи, как именное примыкание: «Roki Pub», «Лапша ЦайЛу», «Дом Кино», «Кофе Брейк» и др. На основе беспредложного управления построены эргонимы «Остров сокровищ», «100 грамм» (название содержит разговорный, грамматический ненормативный вариант зависимого существительного; очевидно, номинаторы стремились обыграть именно разговорную форму). В одном случае составное название представляет собой словосочетание с предложным управлением: «Корчма на Покровке», где предлог *на* употребляется для обозначения места. Хотя подобный тип именованья достаточно распространен в эргонимии, в витебских названиях он представлен единичным примером.

Кафе «Сели-поели» имеет сложное по структуре название, сочетающее два глагола в одной форме.

По своей семантике эргонимы достаточно разнообразны. Нужно подчеркнуть, что только небольшая их часть прямо или косвенно указывает на отношение к городу, где они расположены: «Витебск», «Витебский трактир», «Витебский экспресс», «Двина», «Двинский бровар», «Северная столица» (перифраз, активно используемый для именованья в белорусских СМИ города Витебска), «Bar 212» (212 – телефонный код города). Некоторые названия отражают внутригородское положение именуемых объектов: кафе «Театральное» расположено возле театра имени Якуба Коласа, «Корчма на Покровке» (по названию Покровской улицы), «Граф Суворов» (на улице Суворова), ресторан и ночной клуб «Континент» располагается в одноименном торгово-деловом центре, а кафе «Айс» (с англ. – *лед*) в ледовом дворце спорта. К этой же группе, очевидно, следует отнести и название ресторана «Виктория», расположенного на площади Победы (лат. *victoria* – победа).

Единичными являются названия, связанные с Беларусью, с ее национальной символикой: «Белая Русь», «Васількі» (цветок василек, наряду с зубром и аистом, представляет собой один из символов страны).

Семь эргонимов образовано путем трансонимизации топонимов: «Амстердам», «Будапешт», «Зелена Гура», «Камчатка», «Тифлис», «Шварцвальд» (*Schwarzwald* – «чёрный лес», горный массив в юго-западной Германии), «Ямайка». Из них наиболее информативным является эргоним «Тифлис». Тифлис – бывшее (до 1936 года) название столицы Грузии (ныне Тбилиси), кафе специализируется на грузинской кухне. Остальные эргонимы этой группы выполняют скорее рекламную функцию.

Заметим, что указание на характер кухни (не всегда прямое), особенности предлагаемых в заведениях блюд является одной из актуальных идей, отражаемых в названиях: «Золотой дракон», «Лапша ЦайЛу» (заведения специализируются на блюдах китайской кухни), «Мапао» (тайская кухня), «Нино» и «Тифлис» (грузинская кухня), «Тальш» (кавказская кухня), «Хабиби» (арабская кухня), «Funny Chicken», «Ребро» (специализируется на мясных блюдах), «Эйлат» (по названию города, расположенного на юге Израиля, специализируется преимущественно на блюдах израильской кухни), «Эль», «Двинский бровар» (название ресторана повторяет название пивоваренного предприятия; *бровар* – старое белорусское слово, которое использовалось для обозначения предприятия, занимавшегося пивоварением и изготовлением водки), «Бульбяная», «Славянское», кофейный бар «Кекс» (предлагает в своем меню выпечку и сладкие блюда).

Помимо указания на характер кухни в эргонимах, используемых для обозначения предприятий общественного питания, отражается и тип самого заведения, причем обычно стилизованный под более древний вариант именования: «Корчма на Покровке» (корчма – «постоялый двор, трактир в дореволюционной России (гл. образом на Украине, в Белоруссии и Польше) [3, 109]), «Витебский трактир» (трактир – «1. гостиница с рестораном; 2. ресторан низшего разряда; закусочная со спиртными напитками» [4, 396], «Roki Pub» (англ. *pub*, рус. *паб* – название питейных заведений в Англии, Ирландии и других англоязычных странах).

Существительное ‘хата’, являющееся частью составных эргонимов («Батькова хата», «Хмельная хата», ранее существовавшего названия «Хата лесника»), нельзя напрямую рассматривать как название именно типа заведения общественного питания, тем не менее, функционально оно сближается с этой группой: хата – «крестьянский дом в украинской, белорусской и южнорусской деревне» [4, 593]. Слово призвано акцентировать внимание на домашнем уюте, кроме того, название обыгрывается в интерьере, способах сервировки и т.д. Название бара «Аптека» тоже отражает особенности сервировки: напитки подаются в стаканах, похожих на баночки для лекарств.

В эргониме «KiberRoom» (букв. *кибер-комната*) содержится указание на специфику заведения (интернет-кафе).

Несколько названий унаследовано от советской эпохи. Для них, в частности, характерно использование абстрактной лексики, типичной для номинации того периода: кафе «Восход» (открыто в 1964 году), «Заря» (1986 г.), кинотеатр «Мир» (1961 г.). Название кафе «Молодёжное» (открыто в 1958 году) указывает на возраст потенциального клиента, а ресторана «Двина» (работает с 1961 года) связано, во-первых, с названием гостиницы, в которой он расположен, и, во-вторых, указывает на близость к главной водной артерии г. Витебска. Аналогична ситуация с названием ресторана «Витебск», расположенного в одноименной гостинице. Кафе-мороженое «Аврора», открытое в 1972 году вместе с одноименным рестораном, который сегодня называется «Северная столица», носит название-идеологему: крейсер Балтийского флота «Аврора» является одним из символов Октябрьской революции. Ресторан «Зелена Гура», работающий с 1986 года, был именован в честь польского города-побратима. Традиция называть предприятия и организации таким образом была достаточно распространена в советское время. Например, с 1963 года в течение тридцати с лишним лет в Витебске функционировал ресторан «Франкфурт-на-Одере», повторявший название города-побратима из ГДР.

Информацию о владельце косвенно несут в себе названия «Витебский экспресс» (ресторан принадлежит белорусской железной дороге), нескольких мини-кафе и магазинов разливного пива «Филипок» (по фамилии владельца *Филиппов*), «Николаевский хуторок» (от имени Николая Мартынова – предпринимателя, основавшего обувное предприятие «Марко», и владельца пивоваренного завода «Двинский бровар», на котором варится, в том числе, пиво под названием «Николаевское»).

Часть названий не содержит прямого указания на идею мотивации и, вероятнее всего, оказалась номинаторам привлекательной по тем или иным причинам.

### Литература

1. Ономастика Беларуси. Антропонимия: учебник / А.М. Мезенко [и др.]. – Минск: РИВШ, 2017. – 398 с.
2. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М.: Наука, 1988. – 192 с.
3. Словарь русского языка: в 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; год ред. А. П. Евгеньевой. – 3-е изд., стереотип. – Т. 2. К – О. – М.: Русский язык, 1986. – 736 с.
4. Словарь русского языка: в 4-х т. /АН СССР, Ин-т рус. яз.; под ред. А.П. Евгеньевой. – 3-е изд., стереотип. – Т. 4. С – Я. – М.: Русский язык, 1988. – 800 с.

**А.Д. Панкратова**

Российский университет дружбы народов  
e-mail: pankratova.nastya2016@yandex.ru

Научный руководитель: Чулкина Н.Л., доктор филологических наук, профессор

УДК 811.161.1

### **Коммерческие названия, используемые в качестве урбанонимов (на материале коммерческих наименований в России и Беларуси)**

Ключевые слова: *топонимика, имя собственное, урбаноним, эргоним, коммерческие организации, коммерческое название, лингвокреатив.*

*В статье выявляется тема выделения топонимики в качестве отдельной науки, а также определяется место урбанонима в её структуре. Также затрагивается проблемный для топонимики вопрос вхождения названий организаций, рассчитанных на привлечение потребителей и получение прибыли – эргонимов – в состав урбанонимики, а следовательно, и топонимики. Дается определение такому понятию, как коммерческие названия, обозначаются их основные характеристики и функции. Особое внимание уделяется явлению лингвокреатива как средства достижения основной цели эргонимов как коммерческих элементов. Завершает статью анализ названий различных организаций в городских пространствах Республики Беларусь и Российской Федерации.*

**A.D. Pankratova**

Peoples' Friendship University of Russia

### **Commercial names used as urbanonyms (based on the materials of the commercial names of Russia and Belarus)**

Key words: *toponymy, proper name, urbanonym, ergonym, commercial organizations, commercial name, linguistic creativity.*

*The article is focused on the topic of the toponymy being a separate science, and also determines the place of the urbanonym in its structure. The article shows the problematic issue of ergonyms' entry into urbanonymy and toponymy. The definition of such a concept as commercial names is given, their main characteristics and functions are indicated. Special attention is paid to the phenomenon of linguistic creativity as one of the means of achieving the main goal of ergonyms – making a profit. The article concludes with an analysis of the names of various organizations in the urban spaces of the Republic of Belarus and the Russian Federation.*

Топонимика, изначально существующая как раздел ономастики (на что указывает ономастический словарь Подольской Н.В. [9, 144]) и во второй половине XX века постепенно выделившаяся в самостоятельную науку, на протяжении всего её существования