также помочь лучше понять собственную природу и способность воспринимать и познавать мир вокруг нас.

Литература

1. Гуссерль Э. Феноменология // «Логос». – 1991. – № 1. – С. 12–21.
2. Гуссерль Э. Идея феноменологии. Пять лекций // Ступени. – 1991. – № 3; 1992.
3. Штрекер Э. Гуссерлевская идея феноменологии как обосновывающей теории науки // Современная философия науки. – М.: Логос, 1996.- С. 376-392.
4. Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. Введение в феноменологическую философию // Вопросы философии, 1992.- № 7. С.136.

ЖЕНСКИЕ АНТРОПОНИМЫ КАК РЕПРЕЗЕНТАНТЫ ГЕНДЕРНОСТИ В ПРАГМАТОНИМИИ ВИТЕБСКА

Елисеенко Ю.В.,
ст. 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Генкин В.М., канд. филол. наук, доцент

Данная работа представляет собой часть более широкого исследования, ставящего целью выявление особенностей репрезентации гендерности в сегменте городской прагматонимии. Понятие гендера и гендерной роли в современном мире и современных гуманитарных исследованиях имеет разное толкование, что обуславливает актуальность исследования. Мы исходим из того постулата, что гендерность является выразителем традиционных человеческих (культурных, семейных и др.) ценностей, а значит, ее актуализация, в том числе через прагматоним, выражает позицию номинатора и отвечает ожиданиям тех, кто выступает потенциальным потребителем товаров и/или услуг.

Материал и методы. В качестве материала исследования послужили 65 прагматонимов, представляющих собой названия торговых объектов, предприятий сферы общественного питания и обслуживания населения г. Витебск, Республика Беларусьа и содержащих в своем составе женские антропонимы.

В работе использовались следующие методы: семантический и этимологический анализ, описательно-аналитический метод, а также элементы количественных подсчетов.

Результаты и их обсуждение. Понятие ‘прагматоним’ является пока излишне широким и в определенной степени условным. Под этим термином «объединены различные категории имен собственных, имеющие денотаты в прагматической сфере деятельности человека, связанные с практикой, с предметной областью» [1, 110]. Особую группу прагматонимов составляют названия объектов сферы обслуживания, торговли, общественного питания, где, во-первых, особенно ярко отражаются искусственность и намеренность номинации и, во-вторых, четко прослеживаются (в большинстве случаев) номинативные приоритеты. Специфика именования таких объектов (особенно небольших и имеющих одного или нескольких индивидуальных владельцев) интересна и с ономастической, и с культурологической точек зрения. Помимо прочего, она

может рассматриваться и как отображение языковой личности владельца, его менталитета, иерархии ценностей. Очевидно, что, выбирая название для кафе, магазина, парикмахерской или другого предприятия, номинатор стремится сделать прагматоним привлекательным для потенциального покупателя или клиента, а значит, вынужден ориентироваться и на его предпочтения и вкусы. Как показывает практика, одним из продуктивных способов номинации объектов является использование («обыгрывание») в названии антропонимов различного типа и способа языкового оформления.

Из рассмотренных нами 65-и названий 60 представляют собой русскоязычные варианты женских антропонимов, 3 оформлены средствами латиницы («Azalia», «Elis», «Iliana»), два являются белорусскоязычными (сеть магазинов «Ганна», кафе «У Ганны»). При этом следует отметить, что сеть магазинов получила свое название путем сложения первых букв имен женщин, составляющих костяк руководства предприятия (*Галина, Анна, Надежда, Надежда*), т. е. представляет собой акроним – «имя, образованное путем сложения начальных букв слов, составляющих имя-словосочетание» [1, с. 26]. Тем не менее, акроним воспринимается покупателями как полноценное женское имя и оценивается ими как удачное название: женщина традиционно считается хранительницей домашнего очага, а *Ганна* (русск. *Анна*) – одно из наиболее распространенных женских имен у белорусов и русских, что объясняется, помимо прочего, повторяемостью имени в святцах (18 раз). Антропоним восходит к древнееврейскому *Hanna* – ‘грация, миловидность’ (толкование значений и этимологии имен здесь и далее приводятся по «Словарю русских личных имен» Н. А. Петровского [2]).

Более того, среди русскоязычных имен, зафиксированных в прагматонимах, есть повторяющиеся. Так, название «Виктория» (лат. *victoria* – ‘победа’) носит сеть салонов парикмахерских, магазин косметики и ресторан. Если в первых двух случаях (относительно парикмахерских и магазина) можно говорить о трансонимизации как способе образования прагматонима, то название ресторана напрямую образовано путем онимизации соответствующего апеллятива: этот объект общественного питания расположен на площади Победы, входящей в соответствующий мемориальный комплекс, и своим названием органично вписывается в эту часть городского ландшафта. Антропоним *Виктория* широко употребителен в прагматонимии не только потому, что может быть именем самой владелицы, именем близкого человека владельца и т. д., но и благодаря своей семантике. Похожая номинативная идея зафиксирована и в прагматониме «Ника» – названии сети магазинов города, восходящем к имени греческой богини победы.

Повторяющимися также являются прагматонимы с женскими именами: *Ирина* (название парикмахерских и ателье): антропоним восходит к греческому существительному со значением ‘мир’ и входит в число наиболее частотных женских имен в разные периоды [3, 51]; *Ольга* (название торгового центра и парикмахерской): антропоним является результатом раннего заимствования из древнескандинавского; интерес номинаторов к данному имени объясняется еще и тем, что, согласно одной из исторических версий, его носила княгиня – основательница Витебска; *Людмила* (название парикмахерской и магазина мебели):

антропоним по происхождению является древнерусским, имеет прозрачную семантику и положительную коннотацию.

Тем не менее, другие случаи повторения обусловлены развитием бизнеса и открытием однотипных объектов. *Татьяна* (название свадебных салонов): антропоним заимствован из латинского языка (‘Tatius’ – имя сабинского царя или от греческого ‘tatto’ – устанавливать, определять, назначать); имя неоднократно входило в число частотных; «Диана» (название свадебных салонов): имя восходит к латинскому ‘deus’ – бог, в античной мифологии это имя носила богиня, покровительница охоты; в традиционном именнике белорусов и русских распространения не имело, популярность приобрело в последние десятилетия.

Исследование показало, что в числе неповторяющихся доминируют традиционные женские имена (формы имен), такие как *Алёна, Елена, Валентина, Зоя, Маргарита, Надежда, Наталья* и. т.д. В двух случаях прагматонимы фиксируют имена-деминутативы: «*Полинушка*» (магазин женской одежды), «*Катюша*» (кафе). Так как кафе является предприятием филиала «Военсервис», логично предположить, что данный прагматоним пришел через военную тематику: песня под названием «Катюша», гвардейский реактивный миномет БМ-13.

Очевидна также тенденция к использованию заимствованных, редких или ставших популярными только в последнее время имен: *Глория, Дана, Диана, Ирма, Камилла* и др.

Заключение. Таким образом, женские антропонимы в сравнении с мужскими именами представлены в прагмантонимии Витебска значительно шире и разнообразнее. Вероятно, по мнению номинаторов, женское имя является более привлекательным. Кроме того, преобладание женских имен в прагматонимах может быть объяснено тем, что многие предприятия ориентированы преимущественно на женскую аудиторию (парикмахерские, салоны красоты и т.д.) и их названия поддерживают тему женственности. Основу гендерно маркированной прагматонимии города составляют традиционные для жителей женские имена, зафиксированные в святцах и имеющие, как правило, положительную семантику.

Литература

1. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская; отв. ред. А.В. Суперанская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Наука, 1988. – 192 с.

2. Петровский, Н.А. Словарь русских личных имен: Более 3000 единиц / Н.А. Петровский. – 6-е изд., стереотип. – М. : Русские словари, Астрель, 2000. – 480 с.

3. Ономастика Беларуси. Антропонимия : учебник / А. М. Мезенко [и др.]. – Минск : РИВШ, 2017. – 398 с.