

Е.В. Ковалёва, А.В. Цапова
Мозырский государственный педагогический университет
имени И.П. Шамякина
e-mail: alena.kavaliova@gmx.de

УДК 811.161.1'373

НОМИНАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭРГОНИМОВ ГОРОДОВ ШЕФФИЛД (ВЕЛИКОБРИТАНИЯ) И ГОМЕЛЬ (БЕЛАРУСЬ)

Ключевые слова: *оним, ономастическое пространство, эргоним, апеллятив.*

В статье рассматриваются семантические характеристики названий объектов общественного питания и гостиниц г. Шеффилда (Великобритания) и г. Гомеля (Беларусь). Определяются апеллятивы, которыми мотивированы данные онимные единицы, выявляются номенклатурные термины, типичные для данных наименований, а также антропонимы и топонимы, от которых образованы исследуемые ономастические единицы.

A.V. Kavaliova, A.V. Tsapova
Mozyr State Pedagogical University named after I.P. Shamyakin

NOMINATIVE FEATURES OF ERGONYMS OF THE CITIES SHEFFIELD (GREAT BRITAIN) AND GOMEL (BELARUS)

Key words: *onym, onomastic space, ergonym, appellative.*

The article deals with the semantic characteristics of the names of public catering facilities and hotels in Sheffield (United Kingdom) and Gomel (Belarus). The authors reveal the motivational bases of these names, the nomenclature terms typical for these names, as well as the anthroponyms and toponyms from which these ergonyms are originated.

Язык современного города обладает определенной спецификой, содержит уникальные социально-экономические и культурные образования. Номинативные особенности городского ономастикона, включая и названия объектов общественного питания, представляют собой не только лексические и грамматические характеристики языка, но и культурные, исторические и социальные контексты. В нашем исследовании проведен анализ номинативных особенностей названий английского города Шеффилда и белорусского города Гомеля с целью выявления как общих, так и специфические черты ономастической номинации. Новизна работы обусловлена тем,

что номинативные особенности городов, таких как Шеффилд и Гомель, недостаточно подробно исследованы в сравнительном (культурном, социолингвистическом) аспекте, а также с учетом факторов, влияющих на процесс именования в этих городах. Объектом исследования выступают названия заведений общественного питания и отдыха (кафе и закусочные), гостиниц и отелей, зарегистрированных на территории г. Шеффилд и г. Гомель по состоянию на 1 января 2024 года.

Различные аспекты эргонимической лексики рассматривались в работах М.В. Горбаневского, И.В. Крюковой, А.М. Мезенко, А.В. Суперанской, В.И. Супруна, Е.В. Тихоненко и др.

Современные исследования онимов также подчеркивают их значение в контексте глобализации и цифровизации. С увеличением межкультурных контактов происходит смешение языков и культур, что приводит к появлению новых форм именования. Это создает новую языковую среду, в которой традиционные исторические имена могут сочетаться с новыми, заимствованными из других языков и культур. Особое внимание следует уделить воздействию культурных, социальных и технологических изменений на процесс создания и употребления онимов, так как смешение языковых и культурных традиций приводит к возникновению новых форм имен, отражающих разнообразие современных идентичностей. Например, в социальных сетях и онлайн-платформах появляются уникальные никнеймы и псевдонимы, становящиеся важной частью цифровой культуры. Также стоит отметить, что имена собственные часто несут в себе символические и ассоциативные значения, которые могут различаться в зависимости от культурного контекста разных этносов. Например, некоторые имена могут ассоциироваться с известными историческими личностями или мифологическими персонажами, что придает им дополнительный смысл и значение. Изменение значений апеллятивов, от которых образованы данные ономастические единицы в соответствии с определенным контекстом, также влияет их функционирование. Имена собственные могут приобретать новые ассоциации в результате культурных или социальных изменений. Эргонимы – «собственные имена деловых объединений людей, организаций, учреждений, предприятий» не имеет четкой структурной организации, поэтому классификация данного разряда ономастической лексики является актуальной [2, с. 151].

Эргонимы, характеризующиеся, как правило, прозрачной внутренней формой их образующих основ, занимают ключевое место в формировании имиджа и восприятия различных объектов, таких как гостиницы, кафе и др. Эти названия не только помогают идентифицировать услуги и заведения, но и несут в себе значимые и ассоциативные элементы, способные повлиять на выбор потребителей. В условиях глобализации и конкуренции на рынке товаров и услуг использование запоминающихся

номинаций становится важным стратегическим инструментом для привлечения клиентов и создания уникального бренда. Поэтому собственные имена становятся не только инструментом идентификации, но и важным элементом культурного самовыражения, что подчеркивает необходимость более глубокого анализа их значений и функций в современном обществе. Исследование этих процессов может открыть новые горизонты для понимания культурных изменений и трансформаций, происходящих в лингвистике.

Сравнение и анализ названий кафе и ресторанов в Гомеле и Шеффилде позволяет выявить культурные и гастрономические различия в ономастической номинации регионов. Эти названия не только отражают местные традиции, кулинарные предпочтения и художественные концепции, но и дают представление о восприятии этносом своего гастрономического пространства, о формировании общественного представления о заведениях общественного питания, что может способствовать более глубинному пониманию социальных и экономических аспектов наименований в сфере услуг.

В наименованиях кафе и ресторанов исследуемых городов частотны лексемы, указывающие на особенности меню заведения. Было выявлено, что в названиях города Шеффилда преобладают названия с лексемами *sushi* ‘суши’, *pizza* ‘пицца’: оним *Sushi Bar* соотносится с апеллятивами *sushi*, *bar* ‘бар’. *Sushi Express* соотносится с лексемами *sushi*, *express* ‘скоростной’. Эргоним *Sushi Cutlery Works* мотивирован лексемами *cutlery* ‘столовые приборы’, *works* ‘работает’ и *sushi*. Наименование *Sushi Bar* прямо указывает на особенности меню объекта. Схожая тенденция наблюдается в эргонимиконе г. Гомеля. Названия *Суши Мания*, *Раз Два Суши* содержат лексему, указывающую на блюдо, на котором специализируется данный объект общественного питания.

Среди отапеллятивных названий зафиксированы следующие онимы: эргоним *Caffe Piazza*, мотивированный лексемами *caffee* ‘кафе’, *piazza* ‘площадь’, название *Domino's Pizza*, образованное от лексем *pizza* ‘пицца’ и *domino* ‘домино’. Наименование *Proove Pizza* соотносится с апеллятивами *pizza* ‘пицца’ и *proove*, который, вероятно, является графическим вариантом от глагола *to prove* ‘доказывать’. Эргоним *Fast Pizza* происходит от лексем *fast* ‘быстро’ и *pizza* ‘пицца’, что указывает на скорость приготовления блюд. Наименование *Let's Sushi* происходит от лексем *let's* ‘давайте’, *sushi* и представляет собой побудительную конструкцию. Графические особенности выявлены в ониме *YO! Sushi*: написание первой части названия прописными буквами *YO! Sushi* соотносится с лексемами *yo*, *sushi*.

В названиях ресторанов г. Гомеля также зафиксированы эргонимы, апеллятивы которых не связаны с блюдами, что подают в них: название кафе *Lucky Cat* соотносится с лексемами *lucky* ‘счастливый’, *cat* ‘кот’, оним

Табу мотивирован лексемой *табу* ‘запрет’. Эргоним *Station One* соотносится с лексемами *station* ‘станция’ и *one* ‘один’. Оним *Старое время* происходит от апеллятивов *старое, время*, указывающих на историческую направленность оформления заведения и ассортимент меню. Национальный колорит содержится в наименованиях *Сябры, Бацькі*, мотивированных белорусскими лексемами *сябры* и *бацькі* и свидетельствующих об особенностях блюд данных объектов питания.

В эргонимии г. Шеффилда национальный компонент зафиксирован в наименованиях объектов общественного питания индийской кухни: оним *Urban Choola* соотносится с лексемами *urban* ‘городской’ и *choola* ‘чола’ (огонь, плита). Наименование *Lavang Shogun* содержит в себе наименование блюда из цыпленка и лексему *shogun* ‘сегун’.

В группе отантропонимных названий выявлены преимущественно многокомпонентные названия. Эргоним *Napoli Centro Pizzeria* соотносится с лексемами *centro* ‘центр’, *pizzeria* ‘пиццерия’ и астионимом *Napoli*. Наименование *Pizza Express St. Paul's Place* происходит от апеллятивов *pizza* ‘пицца’, *express* ‘скоростной’, урбанонима *St. Paul's Place place*, указывающим на локализацию объекта. Название *Porter Pizza* мотивирован лексемой *pizza* ‘пицца’ и именем собственным *Porter*, вероятно, именем владельца. Эргоним *Ajanta's Vegetarian* соотносится с лексемой *vegetarian* ‘вегетарианец’, указывающим на целевую аудиторию заведения, и именем собственным *Ajanta*; название *Kelly's* содержит в себе имя собственное *Kelly*.

Эргоним *Пиццерия Арлекино* соотносится с лексемой *пиццерия* и именем собственным *Арлекино*, указывающим на определенные фоновые знания носителей языка, а именно на персонажа итальянской комедии и на героя повестей-сказок Арлекина. Наименование *Robin Food* происходит от лексемы *food* ‘еда’ и имени собственного *Robin*, вызывающим ассоциацию с антропонимом *Робин Гуд*, популярным персонажем средневековых английских произведений, заступником бедняков и благородным предводителем разбойников.

В наименованиях отелей и гостиниц г. Гомеля и г. Шеффилда было выявлено, что в данной тематической группе преобладают смешанные названия. Частотным является использование хоронима *Sheffield*: название отеля *Easy Hotel Sheffield* соотносится с лексемами *easy* ‘легко’, *hotel* ‘отель’; название *Flagship Sheffield City Centre* мотивировано лексемами *flagship* ‘флагман’, *city* ‘город’, *centre* ‘центр’; эргоним *Mercure Sheffield Kenwood Hall & Spa* происходит от апеллятивов *hall* ‘зал’, *spa* ‘курорт’ и имен собственных *Mercure, Kenwood*; название отеля *Leonardo Hotel Sheffield* мотивировано лексемой *hotel* ‘отель’ и именем собственным *Leonardo*. Оним *Wilson Carlile Centre* происходит от апеллятива *centre* ‘центр’, указывающим на локализацию объекта, и имени собственного *Wilson Carlile*.

В группе отопеллятивных названий выявлены следующие эргонимы: наименование *The Nest* происходит от апеллятива *nest* ‘гнездо’; оним *The Psalter* мотивирован апеллятивом *psalter* ‘псалтырь’; эргоним *Home Away From Home* происходит от апеллятивов *home* ‘дом’, *away* ‘прочь’.

В названиях отелей и гостиниц г. Гомеля преобладают отопеллятивные названия: эргонимы *Гостиница Центральная*, *Хостел Гео*, *Парк-Отель Замковый* содержат номенклатурные термины *гостиница*, *хостел*, *отель* и апеллятивы, указывающие на локализацию объекта (*Центральная*, *Замковый*). Наименования *Хорошее Место*, *Парадиз Отель* свидетельствуют о качестве оказываемых услуг, о целевой аудитории – оним *Турист*.

Среди отонимных названий зафиксированы эргонимы с компонентом гидронимом и хоронимом: *гостиница Сож* мотивирована гидронимом *Сож*, *гостиница Гомель* – хоронимом *Гомель*.

Таким образом, в результате исследования номинативных особенностей английских и русских городов, а именно лексико-семантической группы названий заведений общественного питания, отелей и гостиниц в Шеффилде и Гомеле, выявлено значительное влияние культурных и социальных факторов на формирование городской среды. В Шеффилде наблюдается разнообразие эргонимов, отражающих местные традиции и тенденции, что проявляется в уникальных топоосновах названий объектов общественного питания. В г. Шеффилде преобладают наименования, которые включают в себя название главного блюда (*Let's Sushi*). В эргонимии Гомеля зафиксирован более традиционный подход к именованию заведений, но который также подчеркивает культурные особенности региона. Сравнительный анализ показывает, что несмотря на различия в подходах к номинации, обе языковые системы стремятся создать привлекательные и запоминающиеся имена для своих объектов, что свидетельствует о динамичном взаимодействии языка и социальной среды. В городе Гомеле преобладают отопеллятивные названия, которые отражают основные характеристики или местоположение объекта (*Парк-Отель Замковый*, *Гостиница Центральная*). Такие названия могут быть более информативными для потенциальных посетителей. Также в обеих группах были выявлены названия, содержащие имена собственные, что придает уникальность и индивидуальность данному объекту.

Литература

1. Городгомель.бел [Electronic resource]. – Гомель, 2023. – Mode of access: <https://городгомель.бел>. – Date of access: 15.01.2025.
2. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. – М.: Наука, 1988. – 199 с.
3. Welcometosheffield [Электронный ресурс]. – Sheffield, 2025. – Режим доступа: <https://www.welcometosheffield.co.uk/visit>. – Дата доступа: 01.02.2025.