

*А. Моради**Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина***Эргонимы полиэтнического города  
(на материале названий городских объектов г. Харькова)**

**Моради А. Ергоними поліетнічного міста (на матеріалі назв міських об'єктів м. Харкова).** У статті розглянута актуальна в останні два десятиліття проблема номінації міських об'єктів, викликана активним розвитком номінаційних процесів. Наведені лексико-семантичні засоби утворення емпоронімів і трапезонімів, розглянуті питання співіснування різномовних ергонімів у поліетнічному місті, з'ясована також регіональна специфіка назв підприємств торгівлі та громадського харчування міста Харкова.

**Ключові слова:** лінгвістичні процеси онімізації, ергоніми, емпороніми, трапезоніми, регіональна специфіка.

**Моради А. Эргонимы полиэтнического города (на материале названий городских объектов г. Харькова).** В статье рассмотрена актуальная в последние два десятилетия проблема номинации городских объектов, вызванная активным развитием номинационных процессов. Описаны лексико-семантические способы образования эмпоронимов и трапезонимов, рассмотрены вопросы сосуществования разноязычных эргонимов в полиэтническом городе, а также выявлена региональная специфика названий предприятий торговли и общественного питания города Харькова.

**Ключевые слова:** лингвистические процессы онимизации, эргонимы, эмпоронимы, трапезонимы, региональная специфика.

**Moradi A. Ergonyms of multiethnic city (based on city objects names of Kharkiv).**

The article covers the last two decades topical issue of city objects nomination caused by an active development of nomination processes. Lexico-semantic methods of emporonyms and trapesonyms formation are described, questions of multilingual ergonyms coexistence in the multiethnic city are considered, the regional specifics of trade enterprises and public catering enterprises of Kharkiv is elicited as well.

**Key words:** onimisation linguistic processes, ergonyms, emporonyms, trapesonyms, regional specifics.

К явлениям, которые характеризуют развитие современного русского языка на постсоветском пространстве, можно отнести лексико-семантические инновации в сфере наименования городских объектов, которые значительно изменили визуальное языковое пространство города. Названия городских объектов все чаще попадают в фокус внимания ученых и становятся объектом изучения лингвистики, этнолингвистики, урбанолингвистики, культурологии, социологии, психологии, юриспруденции.

**Актуальность** рассматриваемой темы определяется тем, что новые номинации городских объектов отражают не только социально-экономические изменения, но и процессы, происходящие в «живом языке» города. Именно с точки зрения функционирования «живого русского языка» представляют интерес и требуют научного изучения инновации в сфере словотворчества собственных имен в языковом пространстве полиэтнического города. Социально-экономическая ситуация в крупных городах Украины такова, что в них проживает не моноэтническое, а полиэтническое население, которое, владея государственным языком, тем не менее проявляет свою этническую принадлежность прежде всего через родной язык и тем самым оказывает влияние на языковые процессы. Это влияние сказывается и в процессах номинации, в частности в урбанонимии.

**Объектом** рассмотрения в нашей статье являются наименования предприятий торговли (эмпоронимы) и общественного питания

(трапезонимы<sup>1</sup>), зафиксированные на вывесках, в витринах и на выносных щитах магазинов, ресторанов, кафе и под. **Предметом** анализа являются способы образования эмпоронимов и трапезонимов, а также региональные особенности названных групп урбанонимов в полилингвальном городе Харькове.

В ономастике названия предприятий торговли (эмпоронимы – от греч. ‘торговля’ + оним) и общественного питания (трапезонимы – из ст.-сл. ‘трапеза’ «еда (за столом)» + оним) включают в группу эргонимов, объединяющих в себе «собственные имена делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [1:66]. Эмпоронимы и трапезонимы репрезентируют «письменное» языковое пространство города и являются одними из основных элементов в лингвистическом описании современного города.

Городские наименования (урбанонимы) как составная часть языкового пространства города стали объектом активного внимания лингвистов начиная с 60-х гг. XX века. В настоящее время интерес к городским наименованиям возрастает в связи с обилием языкового материала и возможностью его разноаспектного изучения. Остановимся лишь на лингвистическом анализе способов образования русских эмпоронимов и трапезонимов, их

<sup>1</sup> Термин предложен Т. В. Шмелёвой [2] и используется в работах российских ономастологов.

«сосуществовании» с украинским и другими языками<sup>2</sup>.

Наиболее продуктивными способами образования эргонимов (в том числе эмпоронимов и трапезонимов) как явлений вторичной номинации считают онимизацию (переход имени нарицательного – апеллятива в имя собственное) и трансонимизацию (переход имени собственного из одного разряда названий в другой), которые закономерно вызывают семантические и грамматические изменения используемых языковых единиц.

Простой онимизации подвергаются употребленные на вывеске слова, обозначающие названия продаваемого товара: *Гастрономия, Обои, Фотообои, Продукты, Парфюмерия, Канцтовары, Одежда, Обувь, Цветы, Оптика*. Среди трапезонимов подобная простая онимизация, при которой бы назывались подаваемые блюда, не наблюдается. Более сложные процессы онимизации – метонимическая, метафорическая и метафорометонимическая онимизация – по-разному проявляют себя в эмпоронимии и трапезонимии. В проанализированном онимном материале наиболее активны процессы метонимизации (*Изюминка, Компьютер, Монисто, Пуговицы*) и метафоризации (*Бриз, Орел, Фламинго*), менее продуктивно в эмпоронимии одновременное проявление и метонимических и метафорических преобразований (*Невеста* – свадебный салон, *Президент* – одежда для мужчин). Для трапезонимии неморфемная деривация мало продуктивна в целом, встречаются лишь единичные названия: *Жасмин* – кафе, *Контрабас* – кафе. Метафоризация более характерна для морфемных и для бинарных в синтаксическом отношении образований: *Гурманчик, Лавка жизни, Продуктовый лабиринт, Товарищ Одевайкин, Свободный мужчина; Время кофе* – кофе-салон, *Шоколадка* – кофейня, *Хлебница* – кофейня-пекарня, *Имбирный пряник* – кофейня.

Словообразовательная деривация в харьковских эмпоронимах и трапезонимах представлена следующими способами онимизации: 1) суффиксацией: *Тополек, Изюминка, Шоколадка* – кофейня; 2) словосложением посредством интерфикса *Фотообои* и без него: *ДиаМедТех, Автомагазин, ЗООМаркет, АртСервис, ЭллМанья*, а также 3) написанием через дефис: *Пончики-Пирожковая, Пончики-Пирожковая-Пицца*. Харьковской эргонимии свойственны также инновации и креативный подход в словообразовании, иначе говоря, эргонимам характерна столь актуальная для усиления метафоризации и создания рекламного эффекта языковая игра в её различных вариациях: *Иград* <игровой город>, *Коффишка* <кофейная фишка> – кофейня, *АртТоргъ, КРМАЗСНЬЙ* <красный маг, маг=магазин>.

Наиболее специфический для урбанонимов способ образования эмпоронимов и трапезонимов – трансонимизация, в процессе которой подавляющее

большинство онимов приобретают метафорический смысл. Среди харьковских эмпоронимов и трапезонимов встретились следующие группы трансонимизированных названий, образованных: а) от антропонимов: *Алеся, Тамир, Юлия, Роксолана, Амели, Антошка; Тестовъ* – пироговая, *Гоголь* – кафе, *Чеховъ* – ресторан; б) от топонимов: *Кулинички, Аттика, Венеция; Марсель* – кафе; в) от мифонимов: *Джинн* – кафе; г) от годонимов и хоронимов: *Петровский* (от ул. Петровского), *Продукты на Поэзии* (от площадь Поэзии); д) от экклезионимов: *Покровский* (от Покровский собор); з) от прецедентных имен: *Ассоль, Сезам, Обломов* – антикафе.

Особенно активны инновации, проявляющиеся в транслитерации, как при передаче иноязычных лексем с помощью кириллицы (*Тенториум, Комильфо, ЭллМанья, Мега Сток, Плаза, ТЦ Миллениум; Авлабар* – ресторан, *Ланч* – кафе, *Бархан* – кафе, *сушиЯ* – кафе, *Якитория* – ресторан, *Тануки* – ресторан), так и в написании русских слов латиницей: *Lada, Voronin, Mini moda, proStor, Akvarel, Complektuha*. Транслитерированные трапезонимы обращают внимание посетителей на качество обслуживания и на национальный характер кухни. Применяется в оформлении названий и смешение букв разных алфавитов: *ZOOMаркет, Сальвадор; Меха Lux, Пирамида AV, Феличе Pizza, Дом кофе WhR, Асэна boutique, Premium Кисет; СтокGO!льм, tĚrka* – ресторан. Абсолютно новым явлением в эргонимии можно назвать использование амперсанда & – графического сокращения латинского союза et (и): *Меха&Кожа Имидж&Стиль*, а также использование доменного имени, написанного латиницей: *Карандаш.art., Интернетмагазин Dron.ua*.

Приведенные примеры свидетельствуют о том, что письменное языковое пространство города Харькова включает в себя не только русские эргонимы, но и наименования на других языках, что является отличительной особенностью крупных городов. На центральных улицах мы встречаем большое количество наименований на иностранных языках, особенно трапезонимов: *Bon appetit!* – кафе, *Kemal* – кафе *Liberty* – антикафе, *Amelie* – французский ресторанчик и др. Для эмпоронимов наиболее характерно использование названий иностранных брендов (торговой марки) или фирм, производящих продаваемый товар (фирмонимы): *Adidas, Riccone, Stefani, Olko*. Становясь названием магазинов, ресторанов и кафе, все апеллятивы и онимы, независимо от языковой отнесенности, претерпевают метафорические трансформации в семантике.

В украинском городе Харькове, в котором подавляющее большинство населения владеет в равной степени и русским и украинским языками, встречается большое количество эмпоронимов и трапезонимов на украинском языке: *Ведмедик, Білизна, Харчі Горілка, Перша Цукерня Слобожанщини, Чоловічі костюми, Клуб сімейного дозвілля книжковий магазин; Пузата хата* – ресторан, *Час Поїсти* – бістро-піцерія, *Здоровенькі були* – кафе. Вследствие общей

<sup>2</sup> Здесь рассматриваются лишь названия на центральных улицах города Харькова.

кириллической основы графики русского и украинского языков некоторые названия допускают прочтение и на одном, и на другом языке: *Арбузмаркет*, *Кулинич*. Среди них эмпоронимы с украинским культурологическим компонентом: *Роксолана* (женская одежда), *Рута* (подарки). Иногда различие, мало заметное, состоит лишь в одной букве: *Гринвич*. Или на вывеске сосуществуют два параллельных названия: *Лино\_домашняя&диетическая кухня\_Лино*, *Хлібна лавка = Хлеб из пекарни*. Встречается совмещение и трех языков: *Ліно Non Stop 24часа\_кафе*, *ТЦ Миллениум = Торговельний центр Міленіум megasup*. Транслитерация в трапезониме иностранных слов на украинский язык (*Лучіано®\_торти-тістечка*, *Фансіпан\_в'єтнамська кухня*, *Фріто Бум\_кафе*, *Бістро\_кафе*) определяется не только ориентированностью на украиноязычного потребителя, который в Харькове чаще всего билингв, но и, как мы полагаем, полилингвальным составом жителей города, расширением

экономических и культурных связей Харькова с другими странами.

**Выводы.** Рассмотренные лексико-семантические способы образования эмпоронимов и трапезонимов центральных улиц г. Харькова позволяют сделать предварительный, нуждающийся в проверке на большем ономастическом материале вывод о том, что процессы онимизации в эргонимии г. Харькова происходят в русле закономерностей развития современного русского языка. Региональные особенности обусловлены многонациональным составом городского населения и стремлением влиться в международное экономическое, культурное и языковое пространство. Наблюдаемые инновации в сфере харьковской эргонимии и трапезонимии свидетельствуют об унифицировании процессов онимизации в разных языках, предполагают достаточно высокий уровень лингвистической осведомленности жителей города и одновременно служат повышению их интереса к языкам, взаимопониманию между представителями разных этнических групп.

## Литература

1. Подольская Н. В. Словарь ономастической терминологии / Н. В. Подольская. — 2-е изд. перераб. и доп. — М. : Наука, 1988. — 192 с.
2. Шмелева Т. В. Ономастикон российского города / Т. В. Шмелева. — Saarbrücken : Lar Lambert Academic Publishing, 2014. — 137 с.