

УДК 811.161.3

**СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ  
НАИМЕНОВАНИЙ ОБЪЕКТОВ ТОРГОВЛИ  
(на примере г. Оксфорд, Великобритания)**

**Е.В. Ковалёва,  
Я.А. Климович**  
(Мозырь, Беларусь)

*В статье рассматриваются семантические характеристики наименований объектов торговли, образованных при помощи онимизации и трансонимизации. Определяются аппелятивы, которыми мотивированы данные онимные единицы, выявляются номенклатурные термины, типичные для данных наименований. Такие термины используются в сочетании с лексемами, которые указывают на качество оказываемых услуг, на уникальность объекта среди подобных.*

*Ключевые слова: оним, ономастическое пространство, эргоним, онимизация, аппелятив.*

*The article deals with the semantic features of the names of trading sphere, which are formed with onymization and transonymisation. These units are motivated by the appellatives, which are considered to be the typical nomenclature terms for these onyms. Such terms are used with lexemes, which denote the quality of the offered services and the superiority of the object among the others.*

*Key words: onym, onomastic area, ergonym, onymization, appellative.*

Имена собственные представляют собой культурные традиции, характеристику духовной жизни социума. Совокупность онимов составляет ономастическое пространство региона, основным пластом которого являются антропонимы и топонимы. Развитие общества способствует созданию новых имен собственных, образующих ономастические классы, находящихся на периферии ономастического пространства, а также предопределяет возникновение и функционирование большого количества объединений людей, компаний для обеспечения жизнедеятельности определенного региона. К ним относятся и названия “делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка”, под которыми понимаются эргонимы [1, 151]. Эргонимы являются одним из подвижных и динамичных ономастических классов, данная изменчивость, постоянная сменяемость свидетельствует об актуальности исследования принципов и способов номинации данных единиц. Исследование данных ономастических единиц позволяет изучить не только специфику семантической структуры их апеллятивов и определить механизм их формирования, но и выявить лингвокультурную информацию. Данная информация включает в себя языковые особенности определенных народов, а также отражает различные особенности при изучении лингвистических ситуаций, в которых существует вероятность межкультурных различий. При этом исследование данных онимов способствует пониманию языка как средства осмысления некоторого коллективного опыта, который закодирован в значениях лексических единиц. Эргонимы следует рассматривать как свернутый текст, который “по-разному и всякий раз в неравном объеме актуализируется в различных речевых ситуациях и состоит из нескольких логико-информационных модулей” [2, 6]. Данные ономастические единицы исследовались в работах М.В. Горбаневского, Ю.А. Карпенко, А.М. Мезенко, А.В. Суперанской, В.И. Супруна, Е.В. Тихоненко и др.

Семантика эргонима, как и любого онима, устанавливается путем соотнесения его апеллятива или другого имени собственного с именуемым объектом. В нашем исследовании используется классификация А.В. Суперанской, которая выделяет семантическое значение эргонима (его апеллятива) как указывающее на свойства и качества объекта, указывающее на отношение к другому объекту, указывающее на отношение к деловому объединению людей, указывающее на отношение к человеку, указывающее на связь с абстрактным понятием, ука-

зывающее на различные признаки одновременно.

Но следует отметить, что, как и все онимы, они выполняют основные функции: идентификационно-дифференцирующую, номинативную, денотативную, сигнификативную, а в силу своей специфики и информационную, рекламную, мемориальную, агитационную. Такие онимы относятся к искусственно созданным именам, для них характерна семантическая прозрачность, а также наличие мотивационных связей, так как существует связь между апеллятивом, от которого образован эргоним, и объектом. Как и все онимы, к способам их номинации относятся онимизация, включающая ассоциативно-образную номинацию, языковая игра, а также трансонимизация.

Материалом исследования послужили названия объектов торговли города Оксфорд (Великобритания).

В исследуемой группе отоплятивные названия составляют 46,1 % среди указанных ономастических единиц. Название фирмы по оказанию полиграфических услуг *Poster Printing 24.com* содержит нумеративный компонент 24, который указывает на время оказания услуги, а лексема *poster* ‘плакат’ свидетельствует о характере деятельности, как и апеллятив *printing* ‘печать’. Название данной ономастической единицы представляет собой название веб-сайта этой же фирмы. Эргоним *Accessorize* происходит от инфинитива *to accessorize* ‘снабжать аксессуарами’, однокомпонентный оним *Aspire* также образован с помощью инфинитива *to aspire* ‘стремиться к, подниматься высоко’. Название заведения *Bangles* мотивировано апеллятивом во множественном числе *bangles* ‘браслеты’, наименование *Indigo* происходит от прилагательного *indigo* ‘цвет индиго’. Оним *Allders* соотносится с лексемой *all* ‘все’, которая указывает на особенности ассортимента и количества товаров.

Эргоним *The Hat Box* состоит из двух апеллятивов *hat* ‘шляпа’ и *box* ‘коробка’. Название магазина книг и справочной литературы *Science Studio* мотивировано лексемами *science* ‘наука’ и *studio* ‘студия’, что точно отражает специфику объекта. Ономастическая единица *The Bag N Box Man* соотносится с апеллятивами *bag* ‘сумка’ и *box* ‘коробка’, содержащими указание на сферу деятельности, а именно на торговлю канцелярскими и галантерейными товарами. Название торгового центра *White Stuff* мотивировано апеллятивами *white* ‘белый’ и *stuff* ‘материал, предметы’.

Многокомпонентный оним *Rainbow and Spoon Boutique* в своем составе содержит сле-

дующие лексемы: *rainbow* 'радуга', *spoon* 'ложка', *boutique* 'бутик, модный магазин'. Название мебельного магазина *Foxwood Country Store* включает в себя апеллятивы, указывающие на характер объекта – продажа изделий из натурального дерева ручной работы, содержит лексемы *country* 'сельская местность', номенклатурный термин *store* 'крупный магазин'. Четырехкомпонентный оним *The Real Wood Furniture Company* содержит апеллятивы *real* 'настоящий', *wood* 'деревянная', *furniture* 'мебель', *company* 'компания'. Название *Royal Oak Farm Shop* мотивировано лексемами *royal* 'королевский', *oak* 'дуб', *farm shop* 'сельский магазин'.

Наименований смешанного типа, которые представляют собой апеллятивно-антропонимные номинации, выявлено около 23,6 % от общего числа исследуемых единиц. В данную группу были отнесены двухкомпонентный оним *Oxford Leather*, состоящий из ойконима *Oxford* и нарицательного существительного *leather* 'кожа', а также ономастическая единица *The Oxford Gallery*, в состав которой также входит ойконим *Oxford* и апеллятив *gallery* 'галерея'. Ойконим *Oxford* в составе ономастических единиц данной группы является частотным и зафиксирован в названии *Oxford Covered Market*, который мотивирован и лексемой *covered market* 'крытый рынок', а также в ониме *The Oxford Brocante Antiques Fair*, образованном от французской лексемы *brocante* 'блошинный рынок', апеллятивов *antiques* 'антиквариат', *fair* 'ярмарка'.

Название объекта *Templars Square* соотносится с топонимом *Templars* и лексемой *square* 'площадь', которая сообщает информацию о его местонахождении. Наименование сети магазинов товаров для дома *British Home Stores* содержит номенклатурные термины *home* 'дом', *stores* 'крупный магазин', а также лексему *British* 'британский', указывающую на национальный колорит.

Оним *Jemini Florists* происходит от имени собственного *Jemini* и лексемы *florist* 'флорист', прямо указывающей на тип торгового объекта. Название *Clive Morley Harps* мотивировано антропонимом *Clive Morley* и апеллятивом *harp* 'арфа', содержащего указание на ассортимент товара. В составе четырехкомпонентного наименования *Emma Fawcett Eustace Flowers On Line* зафиксирован антропонимический компонент *Emma Fawcett Eustace*,

указывающий на владельца объекта, и лексемы *flowers* 'цветы', *on line* 'он-лайн', которые содержат информацию об особенностях работы торгового объекта. Эргоним *The Alice Gallery* включает в себя антропоним *Alice* и лексему *gallery* 'галерея'.

Среди наименований объектов торговли города Оксфорд выявлено 15,4 % отантропонимных наименований. К ним относятся эргоним *Claire's*, который является именем собственным *Claire* в притяжательном падеже, Название крупное торговой сети *Debenhams* мотивировано антропонимом *Debenham*. Оним *Monaco* соотносится с топонимом *Monaco*.

В следующих эргонимах возможна различная трактовка апеллятива-мотиватора. Наименование *Bow Bangles* образовано от апеллятива *bow*, 'бант', но не исключено происхождение названия от фамилии *Bow*, потамонима *Bow*. Многокомпонентный оним *Casa Rose Boudoir* соотносится с лексемой *casa* 'дом', но в тоже время может быть именем собственным *Casa*, тогда *Rose* является антропонимом, лексема *rose* в данном случае может являться нарицательным существительным 'роза', выступать именем собственным *Poza/Poуз*, быть потамонимом *Rose*. В составе данного эргонима также зафиксирована заимствованная из французского языка лексема *boudoir* 'будуар', которая подчеркивает сферу деятельности – продажу модной одежды. Наименование *Roseanneruth* может быть создано от имени собственного и фамилии человека *Roseanneruth* 'Розанна Рут' или 'Роза/Роуз Анна Рут', что не исключает возможность того, что данный эргоним появился путем сложения трех имен *Rose, Anne, Ruth*.

Таким образом, отапеллятивные названия преобладают среди наименований объектов торговли города Оксфорд. Среди данных ономастических единиц частотным апеллятивом является лексема *store*, в составе эргонимов зафиксированы лексемы, указывающие на различные характеристики объекта: его ассортимент (*wood, bag, poster*), а также на режим работы и вид работы (*24, on-line*). Продуктивным является топоним Оксфорд в составе эргонимов данной группы, а именно в названии галантерейного магазина, рынка, галереи и др. Среди исследуемых эргонимов также выявлено равное количество отантропонимных эргонимов и онимов смешанного типа (апеллятивно-антропонимных единиц).

#### Литература

1. Подольская, Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. – М.: Наука, 1988. – 199 с.

2. Горбаневский, М.В. Русская городская топонимия: проблемы историко-культурного изучения и современного лексикографического описания: автореф. дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.01 / М.В. Горбаневский; Ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина. – М., 1994. – 39 с.

3. Козлов, Р.И. / Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Р.И. Козлов; – Екатеринбург, 2000. – 151 л.

4. Oxford City Guide [Электронный ресурс]. – Oxford, 2016. / Режим доступа : <http://www.oxfordcityguide.com/ee2/index.php?SeeDo/Nightlife/>. – Дата доступа: 19.03.2017.

5. Oxford City [Электронный ресурс]. – Oxford, 2017. – Режим доступа : <http://www.oxfordcity.co.uk>. – Дата доступа : 03.03.2017.