

**Е. В. Сушицкая**

преподаватель кафедры английского языка и методики преподавания  
иностраных языков МГПУ им. И. П. Шамякина  
(г. Мозырь, Республика Беларусь)

**СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭРГОНИМОВ  
(на материале наименований объектов торговли  
Республики Ирландия)**

Географические названия, т.е. собственные имена морей, рек, озер, болот, гор, холмов, лесов, городов, селений, земельных угодий и других географических объектов, изучает топонимика (от греч. *topos* «место, страна» + *онима* «имя»). Это пограничная научная дисциплина, возникшая и развивающаяся на стыке нескольких наук: языкознания, истории и географии. Топонимы занимают особое место в лексической системе языка. В современной ономастике топоним рассматривается как свернутый текст, который «по-разному и всякий раз в неравном объеме актуализируется в различных речевых ситуациях и состоит из нескольких логико-информационных модулей» [1, 84]. Топоним понимается как обобщенное название любых топообъектов: от крупных географических и административно-территориальных районов до мелких внутригородских объектов, собственное имя как природных объектов на Земле, так и объектов, созданных человеком и зафиксированных в данном регионе.

Топонимы образуют на территории любого района или области свою определенную систему. Под территориальной топонимической системой мы понимаем «упорядоченное множество единиц (топонимов) с социальной функцией дифференциации и идентификации географических объектов какой-либо исторически и географически ограниченной территории. Каждая система, формируясь, вбирает в себя разноразличные предшествующие топонимы» [2, 60].

Изучение любой топонимической системы представляет интерес не только для топонимики, но и для лингвистики в целом, поскольку исследование системы не мыслится без изучения характерных для нее топонимических структур. В связи с переходом на рыночную экономику в странах и в связи с резким увеличением объектов различных видов деятельности весьма интересным представляется изучение эргонимов, под которыми мы понимаем вслед за Н.В. Подольской «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [1, 84]. Язык города включает в себя пространство номинаций, охватывающее обширный пласт различных наименований: названий микрорайонов, улиц, площадей, домов, промышленных, торговых, культурных, спортивных учреждений и др.

Объектом нашего исследования являются наименования объектов торговли продуктами питания как часть общей эргонимической системы Республики Ирландия, так как сфера торговли продуктами питания, являясь наиболее важной социальной и экономической стороной города, представлена в Республике Ирландия количеством предприятий, что позволяет выявить региональную специфику данных единиц.

Стандартная модель построения номинации в названной группе выглядит следующим образом: собственно эргоним + номенклатурная единица или наоборот (например, *The Meat Shop, Londis Supermarket, Marker Garden, Vivo Store, etc.*). В эргонимическом поле «наименования объектов торговли» было зафиксировано девять номенклатурных терминов:

– *store(s)* (a large shop selling different types of goods) ‘магазин, универсам, лавка, торговая точка’ (например, *The Bacon Store, Casey’s General Store, Clarkes Convenience Store & Filling Station, Glebe Stores, Vivo Store, Mossgrove Stores, etc.*);

– *foodstore* ‘продовольственный магазин’ (например, *Dunleavy’s Foodstore, M & W Foodstore, Greaney’s Mace Foodstore, Blake’s Quick Pick Foodstore, Quinn Foodstore, etc.*);

– *shopping centre* (an area or complex of shops) ‘торговый центр, торгово-развлекательный комплекс, местный торговый центр’ (например, *Harbour Place Shopping Centre*);

– *supermarket* (a large self-service shop selling foods and household goods) ‘большой магазин самообслуживания, универсам, супермаркет,

продуктовый супермаркет' (например, *Fitzpatricks Supermarket, Marshall's supermarket, Spollens Centra Supermarket, O'Riordan's Supermarket, Noonan's Supermarket, etc.*);

– *market(s)* (an open space or covered building where vendors convene to sell their goods) 'рынок, базар, продовольственный магазин, специализированный продовольственный магазин' (например, *Market Garden, Brady's Meat Market, High Street Markets, Central Fish Market, Gerry's Mini Market, etc.*);

– *foodmarket* 'продовольственный рынок, продовольственный магазин' (например, *Londi's Foodmarket, MacSweeney's Foodmarket, etc.*);

– *shop* 'лавка, магазин' (a building or part of a building where goods or services are sold) (например, *The Meat Shop, Foxs Convenience Shop, etc.*);

– *ltd* (Ltd. – сокращение от «private limited company», т.е. закрытое акционерное общество или компания) (например, *Waldron Meats Ltd., Heng Hua Foods Ltd., E K Foods Ltd., McCormack P J & Sons Fruit Merchants Ltd., Fish out of Water Ltd., Oasis Fresh Produce Ltd., O'Herlihy's (Bacon) Ltd., Gleeson Fruit & Veg Ltd., A. D. M. Ltd., etc.*);

– *centre* (a place or group of buildings where a specified activity is concentrated) 'центр' (например, *Moloney's Meat Centre*).

Функционируя в роли эргонима, лексема демонстрирует иную семную структуру, нежели тогда, когда слово выполняет свою обычную функцию, не являясь именем собственным. В структуре значения часто меняется доминантный состав сем, потенциальные семы могут стать более активными, ярко выраженными, другие, наоборот, становятся затемненными. В исследуемом эргонимическом поле языковое пространство неоднородно и образует несколько тематических групп, среди которых можно выделить тематическую группу «Территориальное расположение продуктовой точки». Так, входящий в данное лексическое поле эргоним *Tesco Ireland* состоит из названия британской транснациональной корпорации, крупнейшей розничной сети в Великобритании *Tesco* и названия государства *Ireland* 'Ирландия'. В эргониме *Harbour Place Shopping Centre* выявляется топоним *Harbour* 'гавань, порт, пристань, бухта', а также лексемы *place* 'местоположение' и *shopping centre* 'торговый центр'. Эргоним *Fresh Today Mullingar* мотивирован топонимом *Mullingar* 'Маллинггар' – административный центр графства Уэстмит, Ирландия – и лексемами *fresh* 'свежий, только что полученный' и *today* 'сегодня'. Название мясного магазина *Robert Wright Village Butcher* включает в себя имя и фамилию владельца магазина *Robert Wright* 'Роберт Райт', топоним *village* 'городок, деревня', а также лексему *butcher* 'мясной магазин, мясник'. В эргонимах *High Street Markets, Valley View Free Range Eggs, Bantry Bay Seafoods, Central Fish Market, Spollens Centra Supermarket* на территориальное расположение продуктовой точки указывают топонимы 'главная улица', 'вид на город Вали (столица Ангильи, Ирландия)', 'залив в Бэнтри', 'расположенный в центре или около центра', 'центр' соответственно.

Можно говорить о том, в каких родственных отношениях находятся люди, ведущие торговлю, а также об их типах, например: *Connolly Brothers* ('братья'), *Rabbettes Family* ('семья, семейство, родные') *Butchers*, *McCormack P J & Sons* ('Пусей, Джонс и сыновья') *Fruit Merchants Ltd.*, *Hugh Maguire Family* ('семья, семейство, родные') *Butchers*, *Duncan Victuallers* ('поставщики продовольствия'), *O'Donovan Vegetable Producers* ('производитель, поставщик'), *Birr Meat Processors* ('лица, осуществляющие обработку') *Ltd.*, *F & R Distributors* ('оптовик, поставщик').

Особым и немалочисленным объединением эргонимов является группа, мотивированная только именем и фамилией человека. В качестве мотиватора эргонима может выступать имя владельца предприятия, имя ее/его жены/мужа, родственницы/родственника, случайное имя, не сообщая о человеке ничего, следовательно, не выражая ни семантической, ни прагматической направленности. Следует заметить, что тематические ряды эргонимов состоят преимущественно из мужских общеупотребительных имен. Например, эргоним *Bernard Troy* образован от имени *Bernard* (Бернард) и фамилии *Troy* (Трой); эргоним *James Maguire* образован от имени *James* и фамилии *Maguire*; эргоним *Peter Fagan* образован от имени *Peter* и фамилии *Fagan*. К таким наименованиям можно отнести и следующие эргонимы. *William Mullen*, *Noel McCormack*, *Richard Dempsey*, *James McBride*, *Patrick Smith*, *Behan Philip* и др. Таким образом, антропонимы, входящие в состав эргонима, указывают на имя владельца, тем самым идентифицируя созданные человеком объекты.

В наименованиях объектов торговли продуктами питания выявлены апеллятивы, которые указывают на особенности продукта. Эргонимы *Butchers*, *Midland Meats*, *Rabbettes Family Butchers*, *The Bacon Store*, *Horans Pork Shop*, *Tavanagh Meats*, *The Meat Shop*, *Hugh Maguire Family Butcher*, *Brady's Meat Market*, *Robert Wright Village Butchers*, *O'Herlihy's (Bacon) Ltd.*, *Moloney's Meat Centre*, *Birr Meat Processors Ltd.*, *Ummara Smoked Products*, *O'Connor Cormac Pork and Bacon Ltd.* происходят от лексем *butcher(s)* 'мясник, торговец мясом', *meat(s)* 'мясо, мясные продукты', *bacon* 'бекон, сало, копченая свиная грудинка', *pork* 'свинина', *smoked products* 'копчености', *pork and bacon* 'свинина и бекон'.

Лексема «бакалейный продукт» зафиксирована в составе таких ономастических единиц, как *Grocer's and General*, *Moynihan Thomas Grocery*, *Sinead's Grocery*, так как *grocer's* и *grocery* обозначают 'продовольственный магазин' и 'бакалейная лавка, продуктовый магазин, продовольственный магазин' соответственно и тем самым идентифицируют созданные объекты торговли.

Апеллятив «фрукты и овощи» обнаруживает себя в эргонимах *Lennon's Fruit & Veg*, *McCormack P J & Sons Fruit Merchants Ltd.*, *It's Fresh Fruit & Vegetables*, *Roots and Fruits*, *Gleeson Fruit & Veg Ltd.*, *O'Donovan Vegetable Producers*, *Fruit Mine*, *Milne Gerard Fruit & Veg*, где *Fruit & Veg* обозначает 'фрукты и овощи', *fruit* – 'фрукты', *fruit & vegetables*

– ‘фрукты и овощи’, *roots and fruits* – ‘корнеплоды и фрукты’, *vegetable* – ‘овощи’. Лексема «морепродукты» зафиксирована в таких эргонимах, как *Fish out of Water Ltd., Bantry Bay Seafoods, Central Fish Market, Fastnet Mussels Ltd.* В следующих эргонимах выявлена лексема «разнообразие, множество»: *Super Valu Athy, Blake’s Quick Pick Foodstore, Fruit Mine, Gerry’s Mini Market.*

В данной группе выявлены эргонимы, мотивированные апелляциями, указывающими на качество продукта. Названия продуктовой точки эксплицируют семантику разнообразных положительных качеств объекта. Богатая семантическая структура лексических единиц обозначенного тематического ряда позволяет объединиться как моносемичным, так и полисемичным лексемам. Семантика выражения оценки качества может быть многоплановой и одновременно демонстрировать разные переносные смысловые нюансы: это и ценное качество продаваемого продукта, и хорошее качество условий покупки продукта, и прекрасные чувства от обладания продуктом, и высокий статус покупателя продукта. К подобным эргонимам мы относим: *Bernard Troy, Fox’s farm fresh fruit and vegetables, Fresh Today Mullingar, It’s Fresh Fruit & Vegetables, Oasis Fresh Produce Ltd., Healthy Choices, Super Value, Get Fresh, Health Matters, Payne’s Bettabuoys, Delicious, Rudd’s Fine Foods.* Данные названия указывают на высококачественность, элитность продукта и на все, что с этим связано.

Таким образом, наименования объектов торговли продуктами питания мотивированы антропонимами, другими топонимами, а также апелляциями, указывающими на свойства и качества продукта.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ковалева, Е.В. Эргонимы как лингвокультурологический феномен (на материале эргонимов г. Леттеркенни, Ирландия) / Е.В. Ковалева, Ю.В. Ранчинская // Современные иностранные языки: проблемы функционирования и преподавания: материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Мозырь, 7 окт. 2011 г. / УО МГПУ им. И.П. Шамякина; редкол.: В.Н. Сергей [и др.]. – Мозырь, 2011. – С. 84–87.
2. Артемова, А.Ф. Географические названия Великобритании / А.Ф. Артемова, О.А. Леонович // Иностранные языки в школе. – 2010. – № 1. – С. 60–67.