



Р.В. Разумов (Ярославль)

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ЭРГОНИМОВ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ГОРОДА 1980-Х ГГ.

В статье рассматриваются системы эргонимов провинциальных городов Рыбинска и Ярославля, определяются типы эргонимов, проводится сравнительная характеристика эргонимов. Автор прослеживает историю данного типа собственных имен

Ключевые слова: *ономастика, собственное имя, городское онимическое пространство, эргоним, провинция*

Последние десятилетия характеризуются повышенным вниманием ономастологов к изучению специфики городской коммерческой номинации. Учеными анализируются рекламные особенности эргонимов, специфика их образования и функционирования в языке современного города. В большинстве исследований авторами изучаются лишь современные городские коммерческие названия. На наш взгляд, безусловный интерес представляет и рассмотрение эргонимов советского периода, в том числе созданных в провинциальных городах. Несмотря на то, что осмысление специфики советской городской коммерческой номинации началось еще в 1960-е гг. [1], до настоящего времени существуют единичные исследования этого феномена, выполненные на материале провинциальных городов [2; 3; 4]. Без изучения советских эргонимов невозможно правильно интерпретировать некоторые существующие в настоящее время названия. Например, только при обращении к данным советского периода можно объяснить появление наименований многих современных торговых комплексов и других коммерческих объектов.

In Nōminum Spatio (В пространстве имен)



В данной статье мы рассмотрим специфику эргонимов 1980-х гг. больших провинциальных городов Ярославской области. В качестве материала для исследования мы используем данные об эргонимических системах Рыбинска (далее — Ры) и Ярославля (Яр). Несмотря на то, что оба этих города расположены в одной области и относятся к одному типу больших провинциальных городов, их онимические системы заметно отличаются друг от друга. Материал для анализа извлекался нами из телефонных справочников 1980-х гг., которые позволяют проследить особенности коммерческой номинации не только среди объектов, относящихся к разным сферам торговли, но и среди объектов одной сферы, принадлежащих разным организациям.

Существовавшие в 1980-е гг. эргонимы представлены двумя типами: *номерными названиями* и *индивидуальными названиями*. Свой номер имели практически все коммерческие объекты, за исключением некоторых торговых учреждений. Номеров, например, не имели городские универмаги, центральные универсамы, рестораны и кафе. У некоторых торговых организаций номерное название было единственным идентифицирующим наименованием, а у других могло употребляться еще и индивидуальное наименование, выделяющее его из ряда однотипных объектов. При анализе советских эргонимов необходимо иметь в виду и то, что многие номерные магазины фактически могли иметь свое имя, которое указывалось на вывеске. Например, на вывесках книжных магазинов обычно присутствовало слово *книги*, а в названиях продовольственных магазинов слово *продукты*, которые фактически выступали в качестве собственных имен. Однако на самом деле они таковыми, очевидно, не являлись, поскольку не регистрировались в соответствующих городских справочниках. Мы в нашей статье будем учитывать лишь те эргонимы, которые зафиксированы в телефонных справочниках в качестве индивидуальных названий.

Наш анализ мы начнем с **названий продовольственных магазинов**.

В Ярославле у объектов данного типа преобладали номерные названия. Среди 92 продовольственных магазинов, принадлежащих Райпищеторгу, индивидуальное название

II Международные ономастические чтения им. Е.С. Отина



имел лишь 21 магазин. Все они относились к идентифицирующим названиям, т.к. указывали на специфику ассортимента магазина: «Молочный» (13 магазинов), «Кондитерский», «Сыры», «Мясо. Рыба», «Океан». Встречались у торговых объектов этой организации и условно-символические эргонимы, которые указывали на расположение магазина («Север» – магазин расположен в северной части города), специфику обслуживания («Экспресс»), время открытия («Юбилейный» – магазин открыт в год юбилея Ярославля), или региональную принадлежность магазина («Волга», «Ярославль»).

Подобную картину мы наблюдаем и у названий продовольственных магазинов, принадлежавших другим организациям. Так, среди 9 названий Горкоопторга встречалось всего 2 индивидуальных эргонима: «Сельхозпродукты» и «Дары природы». Также 2 индивидуальных названия отмечено в группе магазинов, принадлежавших Горхлебторгу (всего 36 магазинов): «Колос» и «Урожай». Среди магазинов Горпродовоцторга только одно название было индивидуальным («Мелкооптовый»), а 18 названий – номерными. Аналогичную картину мы наблюдаем и среди эргонимов гастрономов, которые выделены в телефонном справочнике в отдельную группу: один эргоним являлся индивидуальным («Бакалея»), а 12 эргонимов в качестве собственного имени имели лишь номера.

Похожую картину мы наблюдаем и среди названий продовольственных магазинов Рыбинска. В этом городе большинство продовольственных магазинов принадлежало объединению «Продтовары». В городе существовало 28 номерных названий. Как и в Ярославле, большинство индивидуальных названий были идентифицирующими, т.к. указывали на специализацию магазина: «Молоко» (11 объектов), «Диетпродукты» / «Диета», «Хлебобулочный» (8 объектов), «Вино» (2 объекта), «Овощи» (8 объектов), «Кондитерский», «Овощи-фрукты» (4 объекта), «Океан», «Бакалея-гастрономия» (17 объектов), «Мясо, рыба, овощи», «Вино – овощи», «Рыба – овощи», «Хлеб», «Горячий хлеб». Как видно из приведенного перечня, в Рыбинске, в отличие от Ярославля, существовали магазины со смешанной специализацией, отраженной в на-



звании («*Бакалея-гастрономия*», «*Мясо, рыба, овощи*», «*Вино – овощи*», «*Рыба – овощи*»). В Рыбинске, как и в Ярославле, существовали и условно-символические эргонимы: «*Черемуха*» (рядом протекает одноименная река), «*Молодежный*» (магазин расположен на улице 50-летия ВЛКСМ), «*Восток*» (магазин расположен на улице Гагарина, космические корабли в СССР носили название «*Восток*»), «*Рыбинск*». В отличие от Ярославля, в Рыбинске существовали и символические эргонимы: «*Русь*», «*Дружба*», «*Восход*», «*Солнечный*».

В постсоветскую эпоху система эргонимов продуктовых магазинов претерпела существенные изменения. В связи с тем, что в советское время не сложился стереотип построения подобных названий, во времена современной России эта группа названий начала формироваться фактически заново. В крупных городах были утрачены идентифицирующие названия с прямой мотивацией типа «*Молоко*» и «*Хлеб*». К этому привело не только исчезновение магазинов с узкой специализацией, но и появление гипермаркетов и супермаркетов, магазинов с широким ассортиментом товаров. Сопоставление сохранности советских названий показывает, что в Ярославле и Рыбинске сохранилось лишь небольшое количество советских эргонимов. Подобные названия стали основой для создания региональных сетевых эргонимов: универсам «*Дружба*» → торговая сеть «*Дружба*» (Ры), универсам «*Молодежный*» → торговая сеть «*Молодежный*» (Ры), магазин «*Север*» → торговая сеть «*Север*»: магазины «*Север-1*», «*Север-3*», «*Север-5*» (Яр). Интересно, что в Рыбинске торговая сеть «*Дружба*» сохранила старые названия двух городских магазинов: «*Универсам*» и «*103-й*». Советские эргонимы могли сохраниться и в названиях торговых комплексов: универсам «*Восток*» → торговый комплекс «*Восток*» → универсам «*Восток*» (Ры).

В отличие от продовольственных магазинов, **промтоварные магазины** в обоих городах обычно имели индивидуальные названия.

В Ярославле из 34 магазинов Горпромторга собственные названия имели 25 объектов. Большинство из них относилось к идентифицирующим эргонимам, поскольку ука-



зывали на профиль данного магазина: «Обувь» (3 объекта), «Дом обуви», «Женская обувь», «Детская обувь», «Одежда», «Рабочая одежда», «Мода», «Сорочки», «Дом одежды», «Головные уборы», «Чулки, носки»; «Ткани, галантерея», «Ткани», «Игрушки», «Комиссионный» (9 объектов), «Комиссионный мебельный», «Комиссионный детский», «Товары по сниженным ценам», «Уцененные товары», «Гарнизонный». Ряд названий указывали на потребителя предлагаемой в магазине продукции: «Ветеран», «Товары для детей», «Малыш», «Богатырь», «Северянка», «Товары для новобранцев», а также эргонимы «Детская обувь» и «Женская обувь», уже упомянутые выше. Два эргонима относились к условно-символическим наименованиям, подчеркивали региональную принадлежность магазинов: универмаг «Ярославль», магазин «Ярославец». Отмечены среди магазинов Горпромторга и символические названия, немотивированные для потенциального потребителя услуг заведения: «Смена», «Восход», «Зорька», «Звездочка», «Заря», «Валентина».

Среди 17 магазинов Спорткультурторга индивидуальные эргонимы были у 15 объектов. Все они отнесены нами к типу идентифицирующих названий: «Музыкальные товары», «Мелодия», «Радиотовары» (2 объекта), «Планета», «Кинофотовары», «Мототехника», «Культтовары» (2 объекта), «Канцтовары», «Радио-музыка», «Спорткультуртовары», «Спорттовары», «Часы». 4 эргонима указывали на адресата торговли: «Пионер», «Рыболов», «Турист», «Юный техник». Косвенно на потребителя (дети и подростки) указывали еще два эргонима: «Буратино» и «Буревестник».

Среди магазинов Сувенирторга встречались только индивидуальные названия: «Подарки» (2 объекта), «Галантерея» (15 объектов), «Парфюмерия» (2 объекта), «Новинка», «Сувениры», «Трикотаж», «Нитки». Аналогичную картину мы наблюдаем и среди магазинов Хозмебельторга: «Бытовая химия», «Дом мебели» (2 объекта), «Ковры», «Товары быта» (12 объектов), «Товары по сниженным ценам», «Фарфор — хрусталь», «Электротовары».

В Рыбинске в группе промтоварных магазинов отмечено всего 6 номерных названий. Большинство же названий имели прямую мотивацию, относились к типу идентифицирующим.

In Nōminum Spatio (В пространстве имен)



цирующих эргонимов и указывали на профиль заведения: «Обувь» (2 объекта), «Трикотаж», «Головные уборы», «Дом одежды», «Ткани», «Галантерея», «Канцелярские товары и игрушки», «Товары сложной бытовой техники» / «Товары быта», «Радиотовары», «Электротовары», «Посуда», «Филателия», «Комиссионный» (2 объекта), «Уцененные товары», «Подарки – сувениры», «Спорттовары», «Хозтовары» (3 объекта), «Посудохозяйственный» (4 объекта), «Мебельный», «Мебель», «Керосин» (4 объекта), «Посуда, керосин», «Ювелирные изделия», «Хрусталь, фарфор», «Товары для дома», «Спорткультуртовары». 9 городских магазинов указывали на адресата торговли: «Юный техник», «Салон для новобрачных», «Товары для детей», «Школьник», «Новосел», «Охотник и рыболов», «Ярославна», «Орленок», «Волжанка». Некоторые городские эргонимы являлись условно-символическими, поскольку указывали на профиль заведения косвенно: «Горизонт» (магазин техники; «Горизонт» — известная советская марка телевизоров), «Старт» (магазин специализировался на продаже спортивных товаров), «Аккорд» (магазин музыкальных товаров), «Умелые руки» и «Сделай сам» (магазины для тех, кто предпочитает все делать своими руками). Присутствовали в Рыбинске и символические эргонимы: «Радуга», «Березка» и «Огонек».

Группа названий промтоварных магазинов претерпела существенные изменения в постсоветскую эпоху. Большинство названий было утрачено и в Рыбинске, и в Ярославле. Основной причиной исчезновения эргонимов стало изменение профиля магазина, а также смена его собственников. Прежде всего были утрачены названия с прямой мотивировкой типа «Галантерея», «Мебель», «Сувениры» и т.п. Однако некоторые подобные названия сохранились и до настоящего времени: «Комиссионный» (Ры), «Ювелирный» (Ры). Интересно, что в некоторых случаях подобные названия стали основой для создания торговых комплексов: «Обувь» (Ры), «Галантерея» (Ры). Сохранились на картах городов и некоторые названия с адресной номинацией: «Ярославна» (Ры), «Орленок» (Ры), а также условно-символические эргонимы: «Горизонт» (Ры), «Старт» (Ры). Иногда советские названия были перенесены на новые коммерческие объекты. Например, эргоним

II Международные ономастические чтения им. Е.С. Отина



«Пионер» (Яр) исчез с центральной улицы города, поскольку соответствующий коммерческий объект «переехал» на другие территории.

Большинство названий **книжных магазинов** относилось к типу идентифицирующих названий.

В Ярославле среди 18 магазинов Книготорга индивидуальные названия носили 8 объектов: «Наука», «Букинист», «Подписные издания», «Книга-почтой», «Политическая книга», «Искусство», «Просвещение», «Военная книга». Во всех приведенных примерах, кроме эргонима «Книга-почтой», в названии указывался профиль магазина.

В Рыбинске среди названий книжных магазинов также преобладали номерные названия (6 объектов), а индивидуальные эргонимы имели только 4 объекта: «Военная книга», «Букинист», «Книжный мир», «Подписные издания».

В постсоветскую эпоху практически все перечисленные названия книжных магазинов были утрачены. Исчезновение эргонимов происходило по мере приватизации магазинов и смены собственников. В Ярославле не сохранилось ни одного советского названия, а в Рыбинске до настоящего времени употребляется два названия — «Книжный мир» и «Букинист». Первое название было трансформировано в «Мир» и используется для наименования торгового центра, а второе служит для обозначения магазина детских товаров.

Особую группу составляли **названия кафе, ресторанов и столовых**. В указанный период существовало три типа предприятий общественного питания: столовые, кафе и рестораны.

Названия столовых не имели собственных имен, т.к. обозначались эргонимическим термином в сочетании с номером объекта (*столовая № 1, столовая № 2* и т.п.) или в сочетании номера объекта и наименования предприятия, при котором он функционировал (*Столовая № 5 объединения «Лакокраска», Столовая № 17 объединения «Пролетарская свобода»* и т.п.).

Названия кафе, напротив, обычно имели собственные имена, хотя нами отмечены и примеры наименований, похожих на вышеприведенные названия столовых: *Кафе № 21 от ресторана «Звездный» (Яр), Кафе при Госцирке (Яр)* и т.п.
In Nōminum Spatio (В пространстве имен)



Среди кафе, имевших индивидуальные названия, нами выделены три типа онимов:

идентифицирующие названия, указывавшие на ассортимент заведения: *Блинная* (Яр), *Молочное* (Ры, Яр), *Мороженое* (Яр), *Пельменная* (Ры, Яр), *Сосисочная* (Яр), *Шашлычная* (Яр), *Шоколадница* (Ры, Яр); потребителя услуг: «*Молодежное*» (Яр), «*Юность*» (Яр), «*Лакомка*» (Ры) или место расположения: «*Заволжье*» (Яр), «*Сосновый бор*» (Яр) и т.д.;

условно-символические эргонимы: «*Золотая рыбка*» (Ры), детское кафе «*Колобок*» (Ры), специфика указанных заведений была передана с помощью прецедентных имен;

символические названия: «*Весна*» (Яр), «*Радуга*» (Яр), «*Эврика*» (Яр), «*Восход*» (Ры), «*Рассвет*» (Ры), «*Кристалл*» (Ры), «*Романтика*» (Ры) и др.; подобные названия обычно образовывались от слов с положительной семантикой.

Отметим, что названия первого типа были более распространены, чем названия второго и третьего типа.

Среди названий ресторанов преобладали условно-символические названия. В отличие от эргонимов кафе, они отражали особенности не конкретного заведения, а города, в котором располагались, поэтому в наименованиях ресторанов часто встречались местные гидронимы: «*Волга*» (Яр), «*Которосль*» (Яр), «*Шексна*» (Ры) и ойконимы: «*Углич*» (Яр), «*Ярославль*» (Яр), «*Рыбинск*» (Ры). Иногда подобные названия были построены на основе этнокультурных представлений о населенном пункте: «*Медведь*» (Яр), отражали какие-либо исторические события: «*Звездный*» (Яр), «*Юбилейный*» (Яр). Была реализована среди названий ресторанов и патриотическая тема: «*Русь*» (Яр), «*Рябинушка*» (Ры), «*Садко*» (Ры, Яр) и т.п. Немногочисленными среди подобных наименований были эргонимы, образованные от слов с положительной семантикой: «*Солнечный*» (Яр), «*Отдых*» (Ры).

Со второй половины 1990-х группа предприятий общественного питания развивалась очень активно. После изменения формы собственности многие существовавшие в советское время кафе, столовые и рестораны изменили свои названия и статус. Например, почти полностью исчезла группа названий столовых, которые были либо ликвидированы в качестве самостоятельных учреждений (ведомственные сто-

II Международные ономастические чтения им. Е.С. Отина



ловые), либо изменили свой юридический статус и прекратили свое существование в этом качестве. Лишь отдельные существовавшие в советское время эргонимы предприятий общественного питания сохранились до настоящего времени в неизменном виде («Пельменная», Яр; «Углич», Яр и др.), многие же они были утрачены после изменения формы собственности или по каким-либо иным причинам. Например, в конце 2008 г. после вступления в нашей стране в силу четвертой части Гражданского кодекса существовавшее с советских времен название кафе «Россия» было заменено на название «Наша Раша». Впрочем, и этот эргоним просуществовал недолго, поскольку использовался владельцем без разрешения правообладателя.

Итак, большинство советских эргонимов относились к типу идентифицирующих названий, имели прямую мотивировку и указывали на характер продаваемого в них товара. Соотношение номерных и индивидуальных названий было неодинаковым у магазинов различных типов и у разных торговых организаций. Степень сохранности эргонима в постсоветскую эпоху не зависела от типа названия. В качестве названия могли сохраниться как номерные эргонимы («103-й», Ры), так и эргонимы с прямой и косвенной мотивацией, а также символические эргонимы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Букчина Б.З., Золотова Г.А. Слово на вывеске // Русская речь. – 1968. – № 3. – С. 49–56.
2. Крюкова И.В. Названия российских деловых объектов с точки зрения языковой моды // Этнографическое обозрение. — 2007. – № 1. – С. 120–131.
3. Крюкова И.В. Пограничные разряды ономастики в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 1993. – 21 с.
4. Шимкевич Н.В. К вопросу о прагматизме эргонимов в неконкурентной среде // Ономастика и диалектная лексика: сб. науч. трудов. Вып. IV / под ред. М.Э. Рут. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2003. – С. 131–136.