Муниципальное образовательное учреждение

«Гимназия № 3 Центрального района Волгограда»

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

**СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭРГОНИМОВ**

**ВОЛГОГРАДА И ЛОНДОНА**

|  |  |
| --- | --- |
| **Выполнила:**  *Смищенко Стефания*  учащаяся 7 «А» класса  **Руководители:**  *Андрющенко Екатерина Алексеевна*,  учитель английского языка  МОУ гимназии № 3,  к. филол. н. |  |

Волгоград, 2024

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

**ВВЕДЕНИЕ**………………………………………...…………………………......3

**Глава I** определение понятия эргоним ……………………..............5

**Глава II** Сопоставительный анализ эргонимов волгограда и лондона.........................................................................................................10

2.1. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ названий заведений общественного питания………………………………………...……..10

2.1.1. ИноязычныЕ компонентЫ В наименованияХ ресторанов ……………........................................................................10

2.1.2.Лингвистические средства, употребляемые в названиях ресторанов… …………………………………..……12

2.2. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ названий ОТЕЛЕЙ .…………...14

2.2.1. иноязычныЕ компонентЫ В наименованияХ ОТЕЛЕЙ…………………………………………………………………...14

2.2.3.лингвистические средства, употребляемые в названиях отелей ……………….………………………………...15

**Заключение**…………….…………………………………………………..17

**Библиография**…….………………………………….……………………19

**Приложение**……………………………………………………………...…20

**ВВЕДЕНИЕ**

Современный мир подвержен процессам глобализации. Крупные города, в том числе и Волгоград, становятся центрами, в которых проживают представители различных культур, национальностей. Соответственно, присутствие иностранных языков в названиях заведений города является неизбежным. Облик города формируют и иноязычные надписи на вывесках, табличках, рекламных щитах, расположенных на отелях, гостиницах, ресторанах.

Исследователи полагают, что современные языки претерпевают значительные изменения. Увеличивается количество заимствований из английского языка в русский и другие языки Европы и мира. Английский язык также не остается в стороне от данных процессов, в его состав активно включаются лексические единицы других стран. **Актуальность** исследования заключается в том, что названия мест проживания туристов создают облик современного города. Развитие туризма в регионах проходит в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» Волгоград – один из лучших туристических городов Поволжья нашей страны. Интересным представляется сравнение Волгограда с Лондоном, который является ярким представителем туристического города в мире.

**Объектом** исследования выступают названия волгоградских и лондонских гостиниц. **Предметом** анализа являются иноязычные элементы в наименованиях русских и английских мест проживания туристов.

Научная **гипотеза** состоит в том, что способы построения английских и русских эргонимов (названий гостиниц) и используемые в них лингвистические средства различны в английском и русском языках.

**Цель** данной работы заключается в описании и сравнении особенностей построения названий гостиниц в Волгограде и Лондоне. В соответствии с целью сформулированы следующие **задачи:**

1. Дать определение понятию имя собственное;
2. Рассмотреть существующие классификации имен собственных;
3. Описать понятие эргоним и его основные характеристики;
4. Выделить основные характеристики эргонимов Волгограда и Лондона;
5. Установить общие и отличительные черты названий гостиниц Волгограда и Лондона;
6. Выделить лингвистические средства, используемые в эргонимах.

**Материалом** исследования послужили 100 названий гостиниц и 200 названий ресторанов Волгограда и Лондона.

В работе используется описательный метод, включающий в себя сбор, систематизацию материала. Элементы статистического метода применялись при подсчете количества анализируемых единиц.

**Методологической и теоретической основой** исследования являются работы С.А. Бойко, И.В. Крюковой, Н.В. Носенко, О.Г. Сидоровой, И.С. Берчатовой, А.И. Конторских, И.Е. Харлова.

**Практическая значимость** работы заключается в том, что полученные результаты можно использовать на уроках английского языка.

**Структура работы.** Исследование состоит из введения, двух глав, заключения, библиографии.

**ГЛАВА I Определение понятия «эргоним»**

Изучением имен собственных занимались исследователи различных стран и научных школ. Под именем собственным в данной работе понимается «имя существительное, выраженное словом или словосочетанием, называющее конкретный предмет или явление» [3]. Имена собственные являются интересными для изучения лингвистами, так как любое название образуется и функционирует в речи по законам языка.

В лингвистике существует раздел, который посвящен именам собственным, носящий название ономастика (греч. onomastike – «искусство давать имена»; onomastikos – «относящийся к именам») Согласно толковому словарю С.И. Ожегова, ономастика – это, во-первых, совокупность собственных имен, имеющихся в языке, во-вторых, это отдел языкознания, изучающий собственные имена. К именам собственным относятся не только фамилии, географические названия, но и другие разновидности наименований. Например, названия космических тел, произведений искусства, наименования учреждений, танцев, стихийных бедствий, клички и т.д.

Существуют различные классификации имен собственных. А. Бах делит их в связи с обозначаемыми объектами на:

1) имена живых существ или существ, которых считают живыми;

2) имена вещей, куда относятся местности, дома, средства передвижения, произведения изобразительного искусства, названия астрографических и космических объектов;

3) именования учреждений, обществ;

4) именования действий: танцев, игр;

5) имена мыслей, идей: литературных произведений, военных и пр. планов;

6) именования музыкальных мотивов и произведений [6].

В последние десятилетия наблюдается интенсивное развитие всех сфер общества, в том числе, экономики. Появляется все больше различных организаций людей, предприятий, которые требуют наименований. В данной работе будет рассматриваться понятие эргономии, как разновидности имени собственного. «Эрг***о***ним – собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [4]. Волгоград является крупным культурным, экономическим центром, поэтому используемые в наименованиях кафе и ресторанов города эргонимы могут характеризовать эргонимы, употребляемые в России в целом. В российском обществе они становятся средством рекламы. «В результате многократных повторений в рекламных текстах они быстро входят в язык, становятся средством повседневного языкового окружения, проделывая за несколько месяцев путь, который обычным словам русского языка требуются десятилетия» [2]. Городские эргонимы отражают изменения, которые происходят в обществе. В период глобализации старые названия заменяются, появляются новые наименования, идет процесс смешения языков. В названиях предприятий, кафе, ресторанов отражается история, культура страны. Таким образом, эргономическая лексика представляет собой живой организм, в котором происходят постоянные изменения, связанные с появлением, изменением и исчезновением названий.

Отличие эргонимов от других имен собственных состоит в том, что данные лексические единицы:

* недолговечны (существуют пока функционирует заведение или в памяти посетителей) ,
* орфографически нестабильны (могут нарушать нормы языка),
* структурно разнообразны (в качестве названия может выступать и отдельный графический знак, и целое предложение).

Ю.А. Карпенко считает, что эргонимы являются наиболее изменчивыми среди других имен собственных, сравнивая первые с теонимами, топонимами, антропонимами, зоонимами [1].

Л.З. Подберезкина описывает язык города, который состоит из литературной речи и живой разговорной речи. Исследователь составляет схему структуры городского языка.



«Язык города включает в себя пространство номинаций, охватывающее обширный пласт различных наименований: названий микрорайонов, улиц, площадей, домов, промышленных, торговых, культурных, спортивных учреждений и др.» [6].

Несколько десятилетий назад эргонимы были однообразными и не привлекали внимания исследователей. Названия точно говорили о товаре, предлагаемом магазином *(«Продукты», «Текстиль»*), учреждении *(«Сберкасса», «Кафе мороженое»).* В современном городе на рынке существует такое разнообразие товаров и услуг, что необходимо привлекать потенциального покупателя, соответственно, учреждение должно выглядеть ярко и броско, чтобы им заинтересовались. «…удачно придуманное имя стимулирует продажи и вносит вклад в формирование благоприятного общественного лица фирмы, а неудачное способно ухудшить положение торгового предприятия, фирмы на рынке» [6]. Зачастую изменение названия учреждения связано со сменой формы собственности, появляются новые эргонимы, которые учитывают тенденции современности.

Основными функциями эргонимов являются информативная (названию необходимо донести до клиента информацию о предлагаемом товаре или услуге), рекламная (имя должно привлекать внимание покупателей). Информативность эргонима для потребителя является важной. «Именно рациональная информация прежде всего играет главную роль при продаже товара. Поэтому номинаторы, делающие выбор в пользу информативности перед рекламной броскостью, неизбежно выигрывают. Не случайно в настоящее время прослеживается заметная тенденция к увеличению числа информативных эргонимов. Рядом с названиями фирм, которые ничего не говорят об объекте продажи, все чаще появляются сопутствующие информативные дополнения» [5].

Эргонимы, формируемые с помощью средств родного и иностранного языка, активно привлекают внимание потребителя, вызывают желание зайти в магазин, посмотреть товар, возможно, и купить его, посетить кафе и попробовать пищу, поселиться в том или ином отеле. В современных названиях используются экспрессивные возможности графики и орфографии в рекламных целях. По мнению группы авторов (О.Г. Сидорова, И.С. Берчатова, А.И. Конторских, И.Е. Харлов) в названиях используется стандартный набор иностранных средств в сочетании с индивидуальными авторскими элементами [8]. «Можно утверждать, что в настоящее время создание эргонимов осуществляется без опоры на какую-либо теоретическую базу. В лучшем случае номинаторами оказываются сотрудники многочисленных рекламных агенств, нередко не имеющие специальной подготовки, но чаще всего это – сами владельцы, не всегда достигшие достаточно высокого культурного уровня» [5]. Именно поэтому в названиях встречаются различного рода ошибки.

По мнению исследователей Е. С. Самсоновой и О. Г. Щитовой значение эргонима может быть проницаемым, частично проницаемым или непроницаемым.

Проницаемое значение иноязычного эргонима воспринимается носителем языка корректно «его восприятие соответствует замыслу автора данной номинации, использованные в ней иноязычные элементы не препятствуют пониманию эргонима». Данные эргонимы состоят из освоенных транслитерированных заимствований, которые понятны горожанам. Например: Кофе Хаус (кофейня).

«Частично проницаемое значение иноязычного эргонима – такое значение, которое воспринимается носителями языка недостаточно полно, частично». К данной группе названий можно отнести:

* транслитерированные единицы, русские слова, оформленные средствами иностранного языка Kriek (Крик);
* графогибриды, слова, которые оформлены графическими средствами русского и иностранного языков: Beerлога (англ. beer «пиво»), Iceберг (англ. ice «лед»);
* эргонимы, в состав которых входят «узнаваемые» иностранные единицы Свит мама (одежда для будущих мам).

Непроницаемое значение не осознается носителем языка. В данную группу включаются оригинальные транслитерированные эргонимы: Бирхаус (англ. beer house «пивной дом») [7].

**ГЛАВА II Сопоставительный** **анализ эргонимов Волгограда и лондона**

Мы проанализировали 200 названий кафе и 100 названий отелей Волгограда и Лондона. Материал был взят на сайте Trip advisor, особенностью которого является то, что он создается благодаря отзывам туристов. Нами были отобраны первые сто эргонимов нашего города и столицы Великобритании. Данные заведения являются наиболее посещаемыми, так как набрали больше всего отзывов туристов, благодаря чему и располагаются на первых местах списка.

***2.1.*** ***Сопоставительный анализ названий заведений общественного питания***

*2.1.1. Иноязычные компоненты в наименованиях ресторанов*

Интересным представляется сравнение способа номинации русских и английских заведений общественного питания с точки зрения того, какую кухню в них готовят. Данные исследования обобщенно представлены в таблицах 1-4.

Наиболее распространены в Волгограде кухни следующих стран: России (24%), Италии (20%), Франции (17%). Гости и жители города могут попробовать американские, китайские и японские блюда в 8%, мексиканские и чешские – 4%, испанские – 3%, немецкие – 2% кафе и ресторанов. Английская кухня представлена в 1% заведений Волгограда.

Данные, представленные в таблице 2, показывают, что наиболее часто в названиях Волгоградских заведений общественного питания используются слова на английском языке (46 употреблений в 100 названиях): *Steak House, Highway*.

На втором месте по частотности употребления находятся лексические единицы русского языка (17 единиц на кириллице и 7 на латинице): *Кулинария Конфетки Бараночки, Княгининский двор, Kriek.* По три раза встречаются французские, словенские и немецкие слова: *Wok café, Evrocafe, Keks café.* Необычным выглядит использование довольно редких языков: маори *Tataki (в переводе «ведущий»)*, зулу *Labamba (в переводе «оранжерея»),* ирландского *Cinnabon*.

Чаще остальных в Лондоне встречаются кухни следующих стран: Британии (26%), Италии (19%), Франции (17%). В столице Великобритании представлена индийская кухня в 8% заведений, китайская и японская кухня – 5%, русская и тайская – 4%, немецкая и греческая – 3%, испанская – 2% кафе и ресторанов. Эфиопские, аргентинские, мексиканские и чешские блюда подают в 1% заведений Лондона.

Кафе и рестораны Лондона имеют англоязычное название в 65% случаев. Например, [The Five Fields](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d3853609-Reviews-The_Five_Fields-London_England.html), [Green Pea](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d2311519-Reviews-Green_Pea-London_England.html). Итальянский язык используется в 13 эргонимах: [Casa Tua Camden](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d6440616-Reviews-Casa_Tua_Camden-London_England.html), [La Scelta](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d5433629-Reviews-La_Scelta-London_England.html), французский – в 9 названиях: [La Muse](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d2238595-Reviews-La_Muse-London_England.html), [Aux Pains de Papy](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d5534007-Reviews-Aux_Pains_de_Papy-London_England.html). Наименования кафе и ресторанов столицы Великобритании содержат креольские ([Wolkite Kitfo](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d3932437-Reviews-Wolkite_Kitfo-London_England.html)) и индонезийские ([Lagu](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d4224588-Reviews-Lagu-London_England.html)) слова 3 раза; португальские ([Pentolina](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d2256999-Reviews-Pentolina-London_England.html)) лексические единицы 2 раза. Словацкий, шведский, йоруба, чешский и турецкий языки используются 1 раз.

Данные таблиц 3 и 4 свидетельствуют о том, что при наименовании британских кафе и ресторанов используются те иноязычные лексические единицы, которые соответствуют кухне, подаваемой в данных заведениях общественного питания. В Лондоне наиболее распространены британская, итальянская и французская кухни и, соответственно, в названиях чаще используются английские, итальянские и французские слова.

Итак, использование иноязычных эргонимов в Волгограде и Лондоне не одинаково. Интересным представляется тот факт, что английский язык используется в большинстве эргонимов Волгограда, а кухня Великобритании представлена лишь в 1% ресторанов города. Это позволяет сделать вывод о том, что взаимосвязи между названием и кухней в заведениях Волгограда нет. Хотя некоторые кафе все-таки именуются на том языке, чья кухня представлена в меню. Например: *Pizza Palermo (итальянский язык и кухня Италии), Das Kalbas (немецкий язык и кухня Германии).* Ситуация с эргонимами в Лондоне обратная. Владельцы кафе и ресторанов называют свои заведения так, чтобы потенциальный клиент понимал, какая кухня представлена в меню.

*2.1.2.Лингвистические средства, употребляемые в наименованиях ресторанов*

Использование иностранных слов, особенно англицизмов, в названиях заведений общественного питания Волгограда - очень распространенное явление. Анализ эргонимов позволяет выделить несколько типов заимствованных единиц, процентное соотношение которых приведено в таблице 5.

В названиях кафе и ресторанов Волгограда иностранные слова в «чистом» виде встречаются в 61% случаев. Например, Redwood, Hungry, Friends (английский язык), Moliere (французский язык), Pizza Palermo, Massimo (итальянский язык)

Эргонимы, написанные на кириллице, используются в 6% примеров: Смайл ( с англ. Smile), Лайк (с англ. like), АЙС кафе (с англ. ICE café).

Владельцы заведений общественного питания используют комбинации целых слов одно, из которых, написано на кириллице, второе - на латинице в 13% случаев. Например, Fish house икра, Panda экспресс, Суши House, Суши хит GOLD.

Эргонимы, построенные с помощью комбинации элементов внутри слова, встретились в 11% употреблений: ШашлыкоFF, ПельMEN, Слиffki, Frant’Эль.

Наименования Якитория (Yakitoria), Jager House (Ягер Хаус) являются примерами дублирования, используемого в 4 % примеров. То есть одно название написано на кириллице и латинице одновременно.

В 5% эргонимов наблюдается перевод названия. Например, Zebra (Зебра), Hamster (Хомяк).

Употребление иностранных лексических единиц в эргонимах Великобритании напрямую связано с кухней заведений общественного питания. Процентное соотношение способов репрезентации названий кафе и ресторанов Лондона представлено в таблице 6.

В названиях кафе и ресторанов Лондона в 62% случаев используются средства английского языка. Например, [Baileys Fish and Chips](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d2719908-Reviews-Baileys_Fish_and_Chips-London_England.html), [Four to Eight](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d7029316-Reviews-Four_to_Eight-London_England.html), [Ben's Cookies](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d1762559-Reviews-Ben_s_Cookies-London_England.html), [Dark Sugars](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d6475198-Reviews-Dark_Sugars-London_England.html).

Эргонимы на иностранных языках представлены в 29% употреблений: [Aux Pains de Papy](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d5534007-Reviews-Aux_Pains_de_Papy-London_England.html), [La Muse](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d2238595-Reviews-La_Muse-London_England.html), [Chez Vous](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d6214474-Reviews-Chez_Vous-London_England.html) (французский язык), [La Saporita](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d3544066-Reviews-La_Saporita-London_England.html), [Luna Nuova](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d2241866-Reviews-Luna_Nuova-London_England.html), [La Scelta](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d5433629-Reviews-La_Scelta-London_England.html) (итальянский язык), [Lagu](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d4224588-Reviews-Lagu-London_England.html) (индонезийский язык), [Linnea](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d5508377-Reviews-Linnea-London_England.html) (шведский язык), [Lale](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d780663-Reviews-Lale-London_England.html) (турецкий язык), Mari Vanna (русский язык на латинице).

9% эргонимов Лондона строятся с помощью комбинирования целых слов английского и иностранного языка. Например, [Bel Canto Restaurant](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d1367676-Reviews-Bel_Canto_Restaurant-London_England.html), [That's Amore](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d3253550-Reviews-That_s_Amore-London_England.html) (итальянский и английский языки), Yara Thai Restaurant (язык йоруба и английский), [Kolam Restaurant](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d2108741-Reviews-Kolam_Restaurant-London_England.html) (индонезийский и английский языки), [Gokyuzu Restaurant](http://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g186338-d2477885-Reviews-Gokyuzu_Restaurant-London_England.html) (чешский и английский языки), Borshtch’n’Tears (русский язык на латинице и английский языки).

В исследуемых примерах не было таких способов репрезентации эргонимов Лондона как комбинация элементов внутри слов, дублирование и перевод названий.

***2.2. Сопоставительный анализ названий отелей***

*2.2.1. Иноязычные компоненты в наименованиях отелей*

Было выявлено, что названия британских гостиниц и отелей часто, в 18% случаев, зависят от географического местоположения. Например: Westminster Bridge, The Piccadily. В 8% случаев гостиницы и отели носят имена своих хозяев или основателей. Например: Marriott, Rosewood. В 4% случаев названия других географических мест. Например: Washington, Waterloo. В 70% случаев названия отелей и гостиниц Лондона связаны с другими факторами. Все данные представлены в таблице 7

В Волгограде гостиницы и отели названы по местоположению в 32% случаев. Например: Волга-Дон, Старый Сталинград. В 10% данные заведения названы в честь своих владельцев. Например: Наири, Кристина. В 58% случаев имена волгоградских гостиниц и отелей связаны с другими факторами. Так же в Волгограде не оказалось заведений, названных в честь других географических местоположений. Все данные представлены в Таблице 8.

Данные, представленные в Таблице 9, показывают, что наиболее часто в названиях Волгоградских гостиниц используются слова на русском языке (33+7 употреблений в 50 названиях): *Южная, Старт, Апельсин*. На кириллице написано 33 названия, на латинице - 7 (*Sobranie).*

На втором месте по частотности употребления находятся лексические единицы английского языка: Park Inn Radisson, Gallery Park, Palace, Centre*.* По одному разу встречаются таджикские, украинские, болгарские, армянские и сербские слова: *Мартон (сербский язык), Астория (болгарский язык).* Однако для их написания используются средства русского языка.

Данные, представленные в таблице 10, показывают, что отели и гостиницы Лондона имеют англоязычное название в 41 случае. Например, *Radisson Bluе, Millenium.*  Французский язык используется в 3 эргонимах (*Jumeirah Carlton Tower, Cheval Three Quays),*  валлийский – в 2 названиях *(Growne Plaza)*. Наименования гостиниц столицы Великобритании содержат немецкие (*Strand Palace Hotel),*  боснийские *(A Taj Hotel),* голландские *(Hyatt Regency)* слова по одному разу. Русский язык в названиях гостиниц и отелей нам не встретился.

Данные Таблиц 9 и 10 свидетельствуют о том, что использование иноязычных эргонимов в Волгограде и Лондоне не одинаково. Интересным представляется тот факт, что английский язык используется в большинстве иноязычных эргонимов Волгограда. Ситуация с эргонимами в Лондоне обратная. Русский язык не используется для номинации названий отелей и гостиниц Лондона.

*2.2.2. Лингвистические средства, употребляемые в наименованиях отелей*

Данные таблицы 11 показывают, что в названиях гостиниц и отелей Волгограда иностранные слова в «чистом» виде встречаются в 24% случаев. Например, *Hampton by Hilton, Friends, Palace (*английский язык).

Эргонимы, написанные на кириллице, используются в 70% примеров: Классик ( с англ. Classic), Престиж отель (с англ. Prestige), Радуга, Олимпия, Империя.

Владельцы гостиниц Волгограда не используют комбинации целых слов одно, из которых, написано на кириллице, второе - на латинице.

Эргонимы, построенные с помощью комбинации элементов внутри слова, встретились в 2% употреблений: Frant’Эль.

Наименование *Ринг “Ring”* является примером дублирования, используемого в 4 % примеров. То есть одно название написано на кириллице и латинице одновременно.

Приема перевода названий мы не встретили.

В названиях отелей и гостиниц Лондона в 82% случаев используются средства английского языка. Например, *Westminster Bridge, Intercontinental Marriott, Holiday Inn.*

Эргонимы на иностранных языках представлены в 18% употреблений: *Jumeirah Carlton Tower* (французский язык), *A Taj Hotel* (боснийский язык), *Cheval Three Quays* (французский язык), *Cheval Gloucester* (французский язык), *Strand Palace Hotel* (немецкий язык).

В исследуемых примерах не было таких способов репрезентации эргонимов Лондона как комбинация целых слов, комбинация элементов внутри слов, дублирование и перевод названий.

Процентное соотношение способов репрезентации названий гостиниц Лондона представлено в таблице 12.

**Заключение**

В данной работе была предложена сравнительная характеристика эргонимов (заведений общественного питания и проживания туристов) Волгограда и Лондона.

В первой главе работы было дано определение понятий «ономастика», «имя собственное», «эргоним», рассмотрена классификация имен собственных по А. Баху. В данном исследовании эргоним – это название «делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка». Нами были описаны отличительные характеристики эргонимов (нестабильность, изменчивость и др.), названы основные функции эргонимов (информативная и рекламная), рассмотрены значения эргонима, которые могут быть проницаемым, частично проницаемым или непроницаемым.

Во второй главе работы было проведено сравнение способа номинации русских и английских эргонимов. Заведения общественного питания был рассмотрены с точки зрения того, какую кухню в них готовят. Было выявлено, что при наименовании британских кафе и ресторанов используются те иноязычные лексические единицы, которые соответствуют кухне, подаваемой в данных заведениях общественного питания. В Лондоне наиболее распространены британская, итальянская и французская кухни и, соответственно, в названиях чаще используются английские, итальянские и французские слова. Ситуация в Волгограде противоположная. Английский язык используется в большинстве эргонимов Волгограда, а кухня Великобритании представлена лишь в 1% ресторанов города. Это позволяет сделать вывод о том, что взаимосвязи между названием и кухней в заведениях Волгограда нет.

Наименования гостиниц и отелей были изучены с точки зрения используемых языков. В Лондоне наиболее распространён английский язык. В редких случаях используются французские, валлийский, немецкие, боснийские, португальские слова. Ситуация в Волгограде противоположная. Английский язык используется в большинстве иностранных эргонимов Волгограда, русский язык является наиболее употребляемым. Редко используются таджикский, украинский, болгарский, армянский, сербский языки.

Названия ресторанов и кафе Волгограда часто строятся с помощью иностранных слов, особенно англицизмов. Среди наиболее распространенных способов репрезентации эргонимов выступают использования: названий на латинице, комбинации элементов кириллицы и латиницы. Реже употребляется дублирование, перевод названий и написание на кириллице.

Среди наиболее распространенных способов репрезентации названий мест проживания туристов выступает использование латиницы. Реже употребляется дублирование и комбинации элементов кириллицы и латиницы внутри одного слова. В анализируемых эргонимах способа репрезентации с помощью комбинации целых слов разных языков и перевода названий нам не встретилось.

В названиях гостиниц Лондона чаще всего используются средства английского языка. На втором месте по частотности названия на иностранных языках. В исследуемых примерах не было таких способов репрезентации эргонимов Лондона как комбинирование целых слов английского и иностранного языка, комбинация элементов внутри слов, дублирование и перевод названий.

**Библиография**

1. Карпенко Ю.А. Современное развитие русской ономастической системы. Киев, 1988.
2. Крюкова И.В., Названия Российских деловых объектов с точки зрения языковой моды [Текст] / И.В. Крюкова // Этнографическое обозрение. – 2007 г. – №1.
3. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] Режим доступа: dic.academic.ru
4. Рекламное имя [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://imja.name/reklamnoeimya/reklamnoeimya.shtml>
5. Романова Т.П. Проблемы современной эргономии[Электронный ресурс] Режим доступа: http://weblib.ssu.samara.ru/DLib/vestnik/documents/199810904.html
6. Рыбаренко Е. Эргонимы русского языка [Электронный ресурс] Режим доступа: http://wiki.uspi.ru/index.php
7. Е. С. Самсонова, О. Г. Щитова. Информационный потенциал иноязычных эргонимов Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). 2012. 1 (116) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://vestnik.tspu.ru/files/vestnik/PDF/articles/samsonova_e._s._175_181_1_116_2012.pdf>
8. Сидорова О.Г., Берчатова И.С., Конторских А.И., Харлов И.Е. Иноязычные элементы во внешней рекламе мегаполиса [Электронный ресурс] Режим доступа: http://elar.urfu.ru/handle/10995/20865
9. [Толковый словарь иноязычных слов, 2004](http://slovari.yandex.ru/~%25D0%25BA%25D0%25BD%25D0%25B8%25D0%25B3%25D0%25B8/%25D0%25A2%25D0%25BE%25D0%25BB%25D0%25BA%25D0%25BE%25D0%25B2%25D1%258B%25D0%25B9%2520%25D1%2581%25D0%25BB%25D0%25BE%25D0%25B2%25D0%25B0%25D1%2580%25D1%258C%2520%25D0%25B8%25D0%25BD%25D0%25BE%25D1%258F%25D0%25B7%25D1%258B%25D1%2587%25D0%25BD%25D1%258B%25D1%2585%2520%25D1%2581%25D0%25BB%25D0%25BE%25D0%25B2/) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/>
10. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] Режим доступа: dic.academic.ru

**ПРИЛОЖЕНИЕ**

*Таблица 1*

**Кухни народов мира в кафе и ресторанах Волгограда**

|  |  |
| --- | --- |
| Название кухни | Количество употреблений (%) |
| Русская кухня | 24 |
| Итальянская кухня | 20 |
| Французская кухня | 17 |
| Американская кухня | 8 |
| Китайская кухня | 8 |
| Японская кухня | 8 |
| Мексиканская кухня | 4 |
| Чешская кухня | 4 |
| Испанская кухня | 3 |
| Немецкая кухня | 2 |
| Английская кухня | 1 |

*Таблица 2*

**Наличие иностранных слов в названиях кафе и ресторанов Волгограда**

|  |  |
| --- | --- |
| Используемый язык | Количество употреблений |
| Русский | 17 |
| Английский | 46 |
| Итальянский | 5 |
| Французский, словенский, немецкий | 3 |
| Испанский, индонезийский, португальский | 2 |
| Таджикский, румынский, ирландский, польский, маори, зулу, каталонский, | 1 |
| Русское слово на латинице | 7 |

*Таблица 3*

**Кухни народов мира в кафе и ресторанах Лондона**

|  |  |
| --- | --- |
| Название кухни | Количество употреблений (%) |
| Британская кухня | 26 |
| Итальянская кухня | 19 |
| Французская кухня | 17 |
| Индийская кухня | 8 |
| Китайская кухня | 5 |
| Японская кухня | 5 |
| Русская кухня | 4 |
| Тайская кухня | 4 |
| Немецкая кухня | 3 |
| Греческая кухня | 3 |
| Испанская кухня | 2 |
| Эфиопская кухня | 1 |
| Аргентинская кухня | 1 |
| Мексиканская кухня | 1 |
| Чешская кухня | 1 |

*Таблица 4*

**Наличие иностранных слов в названиях кафе и ресторанов Лондона**

|  |  |
| --- | --- |
| Используемый язык | Количество употреблений |
| Русский | 0 |
| Английский | 65 |
| Итальянский | 13 |
| Французский | 9 |
| Креольский, индонезийский | 3 |
| Португальский | 2 |
| Словацкий, шведский, йоруба, чешский, турецкий | 1 |

*Таблица 5*

**Способы репрезентации эргонимов(питание) Волгограда**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Названия на латинице | Названия на кириллице | комбинация элементов кириллицы и латиницы | | Дублирование | Перевод названия |
| комбинация целых слов | комбинация элементов внутри слова |
| 61% | 6% | 13% | 11% | 4% | 5% |

*Таблица 6*

**Способы репрезентации эргонимов (питание) Лондона**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Названия на английском языке | Названия на иностранном языке | комбинация лексических единиц английского и других языков | | Дублирование | Перевод названия |
| комбинация целых слов | комбинация элементов внутри слова |
| 62% | 29% | 9% | 0% | 0% | 0% |

*Таблица 7*

Наименование лондонских гостиниц в зависимости от различных факторов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| От имени владельца или основателя | От географического местоположения | От других мест | Другое |
| 8% | 18% | 4% | 70% |

*Таблица 8*

Наименование волгоградских гостиниц в зависимости от различных факторов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| От имени владельца или основателя | От географического местоположения | От других мест | Другое |
| 10% | 32% | 0% | 58% |

*Таблица 9*

**Наличие иностранных слов в названиях гостиниц Волгограда**

|  |  |
| --- | --- |
| Используемый язык | Количество употреблений |
| Русский | 33 |
| Английский | 5 |
| Таджикский | 1 |
| Украинский | 1 |
| Болгарский | 1 |
| Армянский | 1 |
| Сербский | 1 |
| Русское слово на латинице | 7 |

*Таблица 10*

**Наличие иностранных слов в названиях** **гостиниц Лондона**

|  |  |
| --- | --- |
| Используемый язык | Количество употреблений |
| Русский | 0 |
| Английский | 41 |
| Французский | 3 |
| Немецкий | 1 |
| Боснийский | 1 |
| Валлийский | 2 |
| Голландский | 1 |

*Таблица 11*

**Способы репрезентации эргонимов (проживание) Волгограда**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Названия на латинице | Названия на кириллице | комбинация элементов кириллицы и латиницы | | Дублирование | Перевод названия |
| комбинация целых слов | комбинация элементов внутри слова |
| 24% | 70% | 0% | 2% | 4% | 0% |