

УДК 81'373.2

DOI: 10.26907/2782-4756-2025-82-4-104-108

НАИМЕНОВАНИЯ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПСКОВА В ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОМ ОТОБРАЖЕНИИ

© Светлана Яковлева

NAMES OF PSKOV TRADING ENTERPRISES IN A LEXICOGRAPHIC DISPLAY

Svetlana Yakovleva

The article is devoted to the development of a concept for lexicographic representation of commercial enterprises' names in the city of Pskov. The relevance of the study is determined by the need to analyze and systematize the dynamically developing socially significant corpus of onomastic units – the names of Pskov commercial enterprises – for the purpose of the city's ergourbonomy comprehensive representation in a linguacultural dictionary. The aim of the study is to develop a structure and present a model of a dictionary entry for a cultural dictionary based on the names of commercial establishments in Pskov. The scientific novelty consists in the development of the dictionary entry structure and the presentation of sample dictionary entries based on new regional factual material. The dictionary entry includes five mandatory and one optional parametric zones. An optional parametric zone is introduced to display additional encyclopedic (cultural-historical, regional, and socially significant) information about the object of nomination. The zone of linguistic and cultural commentary is introduced to reveal the motive of nomination and the cultural background. An illustrative parametric zone demonstrates the functioning of names in modern speech. The proposed dictionary entry model can be implemented using ergourbonyms of other cities, and the dictionary entries can be used in university courses in linguistic and cultural studies.

Keywords: urban onomastics, ergourbonym, motives of nomination, dictionary entry, dictionary of names of Pskov trading enterprises

Статья посвящена разработке концепции лексикографической презентации наименований торговых предприятий города Пскова. Актуальность исследования обусловлена необходимостью анализа и систематизации динамично развивающегося социально значимого корпуса ономастических единиц – наименований торговых предприятий Пскова с целью комплексного представления эргоурбонимии города в лингвокультурологическом словаре. Цель исследования – на материале наименований торговых заведений Пскова разработать структуру словарной статьи и представить ее модель для культурологического словаря. Научная новизна состоит в разработке структуры словарной статьи и представлении образцов словарных статей на новом региональном фактическом материале. Словарная статья включает пять обязательных и одну факультативную параметрические зоны. Факультативная параметрическая зона вводится для отображения дополнительной энциклопедической (культурно-исторической, регионоведческой, социально значимой) информации об объекте номинации. Для раскрытия мотива номинации и культурного фона вводится зона лингвокультурологического комментария. Иллюстративная параметрическая зона демонстрирует функционирование наименований в современной речи. Предлагаемая модель словарной статьи может быть реализована на эргоурбонимном материале других городов, а словарные статьи могут быть использованы в вузовских учебных курсах лингвистического и культурологического блоков.

Ключевые слова: городская ономастика, эргоурбоним, мотивы номинации, словарная статья, словарь наименований торговых предприятий Пскова

Для цитирования: Яковлева С. Наименование торговых предприятий Пскова в лексикографическом отображении // Филология и культура. Philology and Culture. 2025. № 4 (82). С. 104–108. DOI: 10.26907/2782-4756-2025-82-4-104-108

Введение

Актуальность исследования обусловлена необходимостью комплексного описания стреми-

тельно увеличивающегося, социально значимого и обладающего лингвокультурологическим по-

тенциалом ономастического пласта – наименований торговых предприятий.

Несмотря на интерес к изучению имен собственных, которыми называют предприятия и организации, осуществляющие деятельность в различных сферах жизни общества, в научной среде до сих пор нет терминологического единства. Н. В. Подольской для обозначения имен собственных, которые называют различные объединения людей, союзы, организации, учреждения, предприятия, общества, заведения, кружки, был введен термин «эргоним» [1, с. 151]. Т. В. Шмелева в своем исследовании использует для обозначения наименований торговых учреждений, а также названий других учреждений, связанных с коммерческой деятельностью, термин эмпороним, который подразделяется на подгруппы: фирмонимы, трапезонимы и др. [2]. Р. И. Козловым был использован термин эргоурбоним [3, с. 9]. Мы используем термин эргоурбоним, так как он как объект городского пространства обладает локативностью и одновременно представляет деловое, коммерческое предприятие.

Эргоурбонимы исследуются в настоящее время на материале разных городов России: Екатеринбурга (Р. И. Козлов), Иркутска (Ю. В. Вайрах), Красноярска (Л. З. Подберезкина, Т. В. Шмелева), Новосибирска (Н. В. Носенко), Уфы (А. М. Емельянова) и др. Внимание исследователей привлекают различные аспекты эргоурбонимов: структурно-семантический (С. В. Земскова, Н. В. Носенко, Ю. Н. Шаталова), прагматический (М. Е. Новицкихина, Н. В. Шимкевич, В. А. Ражина), функциональный (И. В. Крюкова, Е. С. Самсонова), коммуникативный (Е. А. Яковлева).

С. В. Земскова, например, выделяет следующие структурные типы эргоурбонимов: существительные, прилагательные, словосочетания, предложения [4]. В нашем материале также встретились наименования – существительные, субстантивированные прилагательные, словосочетания, предложения. В исследовании М. Г. Курбановой предлагается идея мотивационной классификации эргонимов (среди мотивов выделяются информативность, уверенность, доступность, принадлежность к определенной группе, эстетика восприятия, возможность выбора, самовыражение). Р. И. Козлов к числу мотивов номинации эргоурбонимов относит следующие: по названию района, по названию улиц, по названию конкретных мест в городе [5]. Анализ нашего материала позволил дополнить мотивы номинации регионально значимыми фактами, именами людей, что способствует фиксации на-

ционально-культурной специфики региона и самобытности языковой картины города. Одна из параметрических зон нашей словарной статьи отражает процесс «модификации» эргоурбонимов для удобства их использования в повседневной жизни, демонстрируя функционирование наименований торговых предприятий в различных пластиках речи: официальной, разговорной речи горожан, сленгизированной речи представителей молодежных субкультур. Схожий принцип презентации был реализован в региональном словаре гидонимов Пскова [6].

Топонимы и гидонимы различных городов исследованы довольно основательно, в том числе гидонимы Пскова [7], зафиксированы в словарях. Эргоурбонимы исследованы в меньшей степени, и создание их словарей в настоящее время можно рассматривать как перспективу. Попытка составления словаря фирмонимов Вятского края была предпринята Т. К. Николаевой [8]. Однако словарь не предполагает комментирования материала. В нашем исследовании впервые в научный оборот введен новый региональный фактический материал и предпринята попытка его лексикографирования и презентации в словарных статьях, что и обусловливает его новизну.

Цель исследования – на материале наименований торговых предприятий города Пскова разработать и представить модель словарной статьи. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: 1) изучить и обобщить теоретический опыт отечественных лингвистов в области эргоурбонимии и эргоурбонимной лексикографии; 2) отобрать репрезентативные единицы эргоурбонимии Пскова; 3) разработать структуру словарной статьи, параметрические зоны которой отражают основные лингвокультурологические особенности наименований торговых предприятий Пскова; 4) представить разработанные пробные версии словарных статей.

Материал и методы

Материалом для исследования послужили наименования торговых предприятий города Пскова, отобранные методом сплошной выборки из ресурсов сети Интернет и методом полевого наблюдения, для демонстрации их функционирования в современной речи в словарной статье использовались материалы Экспериментальной лаборатории учебной лексикографии Псковского государственного университета и авторские записи.

Метод структурно-семантического анализа способствовал выявлению лексического состава эргоурбонимов. Раскрытию мотивов номинации торговых предприятий помог метод лингвокультурологической интерпретации. Историко-

этимологический анализ использовался при разработке параметрической зоны словарной статьи, репрезентующей энциклопедическую информацию. С помощью метода лексикографического конструирования разработана модель словарной статьи для культурологического словаря с общим алфавитным порядком наименований торговых предприятий Пскова. Ниже будут представлены примеры словарных статей.

Результаты и обсуждение

Модель нашей словарной статьи будет содержать пять обязательных параметрических зон и одну факультативную.

Первая параметрическая зона статьи – заголовок. В нашем материале встретились разные структурные типы наименований торговых объектов. Как правило, ономастический комплекс включает апеллятивный компонент (*магазин, ТЦ, продуктовый магазин, пекарня, ТЦ и др.*) и собственно эргоурбоним – однословный (*«Юность», «Империал», «Этажи»*), со структурой словосочетания (*«Фруктовый рай», «Псковские пончики»*), со структурой предложения (*«Пельмень лепим сами»*) и фразеологизм со структурой предложения (*«Губа не дура»*). Именно этот компонент и выносится в заголовок словарной статьи (уже без кавычек, прописными буквами с использованием полужирного шрифта) и сопровождается акцентологической характеристикиой:

АЛМАЗН , АЛТИ СКИ , ПСКОВСКИ
ЛЕ ОКОМ ИНАТ. Апеллятивный компонент будет представлен в зоне толкования.

Следующая параметрическая зона статьи – грамматическая характеристика заголовочной единицы (грамматические пометы). Для однословной единицы-существительного это традиционное указание на форму р. п. ед. ч. и родовую принадлежность: КРЕНДЕЛ , -я, м.; КЛУ НИКА, -и, ж. Часть наименований торговых предприятий представлены субстантивированными прилагательными, которые также сопровождаются такими же грамматическими пометами: НЕВСКИ , -ого, м.; РИ СКИ , -ого, м. В составных наименованиях с целью демонстрации парадигмы склонения через точку с запятой указывается форма родительного падежа обоих компонентов, родовая принадлежность указывается по основному компоненту, например: ФРУКТОВ РА , -ого; -я, м. Неизменяемые наименования сопровождаются пометой «неизм.», например: НА УГЛУ, неизм.; КАК СР В МАСЛЕ, неизм.

В третьей параметрической зоне – зоне толкования – приводится полное наименование объекта с апеллятивным компонентом, отражающим

тип торгового предприятия, указывается его местонахождение, например: *Бистро «Миша» на Октябрьском проспекте, д. 15 в Центральном районе Пскова; банно-ресторанный комплекс Гельдт на улице Милицейской, д. 16 в Центральном районе Пскова.*

Знак (*) открывает факультативную зону дополнительной энциклопедической (культурно-исторической, регионоведческой, социально значимой) информации об объекте номинации, например: * ТЦ «Этажи» расположена в здании бывшей Псковской областной типографии 1961 года постройки, которое объединяло ранее здания типографии, бумажного цеха, ротации и склада. ТЦ в здании разместился в 2008 году; * Кафе-пиццерия «Моя Италия» располагается в здании доходного дома купца Лахновского, которое является образцом архитектуры в стиле эклектики конца XIX века.

Зона лингвокультурологического комментария будет располагаться под знаком (<). Здесь раскрывается мотив номинации (по месту расположения объекта номинации: ТЦ «Рижский», ТЦ «Балтийский»; по оценочной характеристике и свойствам объекта: ТЦ «Сфера», по реализуемому товару: «Кабачок», «Фруктович»; по целевой аудитории: «Мясоед», «Семейный»; по производителю: «Молочные продукты из Пушкиногорья»; по месту происхождения товара: «Дары Армении», «Травы Кавказа» и др.) и культурный фон наименования. Например: < Магазин «Молочные продукты из Пушкиногорья» получил название от ЗАО «Пушкиногорский маслодельно-сыродельный завод», основанного в 1982 году и расположенного в Пушкиногорском районе Псковской области; < «Лавка купца Лапина» запечатлела в названии значимое для истории и культуры Пскова имя Ивана Игнатьевича Лапина – купца третьей гильдии, заложившего основы пивоваренного дела на псковской земле, первые документальные упоминания о водочном, пиво- и медоваренном заводах которого датируются 1774 годом.

Завершается словарная статья иллюстративной параметрической зоной, которая обозначается знаком (**) и демонстрирует примеры употребления названий торговых заведений в современной речи, в том числе в неофициальном, повседневном общении. Трансформации наименований оформляются как самостоятельные микростатьи (//) с заголовком, представляющим неофициальный вариант названия торгового предприятия, стилистическими и эмотивно-оценочными пометами и иллюстративным контекстом: ФРУКТОВ РА <...> ** Во «Фруктовом рае» совсем тесно стало. К яблокам не пробраться (Запись 2025 г.)

// ФРУКТОВ , -ого, м. Разг. Зайди к Мак- суду во Фруктовый, он кубанские персики завёз (Запись 2024 г.)

// РА , - я, м. Разг. Шутл. Несу клубнику из Рая (Запись 2025 г.)

Представим ниже в полном объеме словарные статьи, построенные по данной модели:

ЛАВКА КУПЦА ЛАПИНА, -и, жс.

Торговая точка «Лавка купца Лапина» находится в торговом центре «Империал» на улице Коммунальной, д. 41 в Завеличенском районе Пскова, торговом доме «FJORD PLAZA» в деревне орисов ичи на улице Завеличенской, д. 23 в Завеличенском районе Пскова, пивоварня купца Лапина находится на улице Яна Райниса, д. 53 в Центральном районе Пскова.

* Лавка купца Лапина предлагает напитки в трех основных линейках: «Псковское» – четыре сорта пива и квас, «Чудское» – три сорта пива, а также крафтовая Great river – в честь местной реки Великой. Среди товаров лавки фирменное темное и светлое биопиво, пивные напитки, биолимонады, биоквас, артезианская вода, а также предметы одежды, аксессуары, сувениры, открытки ручной работы. Торговые точки в Пскове были открыты в 2024 г. В наши дни пивоварне принадлежит хмелевая плантация. Специалисты предприятия активно занимаются разработкой новых рецептов напитков.

< Лавка купца Лапина получила свое название по имени купца третьей гильдии Ивана Игнатьевича Лапина, заложившего основы пивоваренного дела на псковской земле, владевшего водочным, пиво- и медоваренным заводами и оптовым складом напитков во дворе своего дома в Пскове. Первое упоминание о пивоварне купца Лапина встречается в документах, датированных 1774 г. Предприятие прекратило свою деятельность в годы Первой мировой войны. В 2014 г. оно возродилось благодаря группе энтузиастов и превратилось в крупное производство по изготовлению спиртных и безалкогольных напитков из натурального местного сырья.

** ЛАВКА КУПЦА ЛАПИНА, -и, ж. Разг. Напитки в лавке купца Лапина интересные. (Запись 2025 г.)

// ЛАПИНСКИ , -ого, м. Разг. В Лапинском на днях дегустация нового крафтового пива была. (запись 2025 г.)

ГЕЛ Д Т, -а, м.

а нно-ресторанный комплекс «Гельдт» на улице Милицейской, д. 16 в Центральном районе города Пскова на берегу реки Псковы.

* анно-ресторанный комплекс «Гельдт» находится в здании бани 1873 г. постройки. Здание сохранилось без существенных перестроек до на-

ших дней, является памятником градостроительства и архитектуры регионального значения. Современный комплекс открылся в 2024 г. и предлагает банные SPA-программы, аромапарение, пение веником, аренду гостевых комнат малой и большой вместимости, банкетный зал, ресторан.

< а нно-ресторанный комплекс получил название от фамилии основателя бани Карла Ивановича Гельдта – крупного предпринимателя, земле- и домовладельца, общественного деятеля XIX в. Во владения Гельдта помимо торговых бани входили лесопильный завод, двухэтажные каменные и полукаменные дома, которые сдавались в аренду. а ни среди них имели самую высокую доходность.

** ГЕЛ ДТ, -а, м. Разг. Отмечали юбилей подруги в Гельдте. (Запись 2025 г.)

// ГЕЛ ТУ А, -и, жс. Сленг. Гельтуху немец построил. (Запись 2024 г.)

Заключение

Таким образом, наименования торговых предприятий Пскова способствуют фиксации региональной идентичности и сохранению историко-культурной уникальности города, а представленные структура и модели словарных статей позволяют презентовать адресату лингвокультурологическую информацию о регионе, отражающую типизированные представления жителей о нем, его особенностях, значимых фактах, событиях и людях в истории, а также о местной социокультурной и экономической сфере.

Материал исследования может быть использован в эргоурбонимических исследованиях других регионов в сопоставительном аспекте, в лексикографической практике при составлении различных словарей и справочников, в учебных курсах лингвокультурологического и краеведческого блоков.

Список источников

1. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Наука, 1988. 187 с.
2. Шмелева Т. В. Великий Новгород: ономастический портрет: научная монография; сост. приложения И. В. Василенко. Великий Новгород: ТПК «Печатный Двор», 2020. 287 с.
3. Козлов Р. И. Эргоурбонимы как новый разряд городской ономастики: дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2000. 151 с.
4. Земскова С. В. Лексико-семантический и словообразовательный анализ эргонимов г. Тольятти Самарской области РФ: дис. ... канд. филол. наук. Самара, 1996. 198 с.
5. Козлов Р. И. Современные эргоурбонимы в городской топонимической системе // Известия

Уральского государственного университета. 2001. № 20. С. 25–35.

6. История региона в названиях улиц. Лингвокраеведческий словарь / Сост. Т. Г. Никитина, Е. И. Рогалева, М. И. Муратова. Псков: Логос, 2018. 116 с.

7. О чём рассказывают городские названия. Учебный лингвокультурологический словарь / Сост. М. П. Варламова, Г. В. Галактионова, Л. С. Головина и др. Псков: Логос, 2012. 138 с.

8. Тайна именования: Слов. Фирмонимов – новейших названий коммер. предприятий Вят. края в конце XX в. / Клуб «Вят. Книголюбы» им. Е. Д. Петряева; [Собрала Т. К. Николаева]. Киров-на-Вятке, 1998. 71 с.

Библиографический список

1. Варфоломеева Ю. Н., Байкалов Н. С. Урбонимия новых городов Забайкалья (на примере города Северобайкальска) // Litera. 2025. № 4.

2. Курбанова М. Г. Эргонимы современного русского языка: семантика и pragmatika: дис. ... канд. филол. наук. Астрахань, 2014. 191 с.

3. Носенко Н. В. Названия городских объектов Новосибирска: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2007. 22 с.

4. Никитина Т. Г. Топонимическое пространство города: «культурные слои» в лексикографическом отображении // Вопросы ономастики. 2018. Т. 15. № 2. С. 180–193.

References

1. Podol'skaya, N. V. (1988). *Slovar' russkoi onomasticheskoi terminologii* [Dictionary of Russian Onomastic Terminology]. N. V. Podol'skaya. Izd. 2-ое, pererab. i dop. Moscow, Nauka. (In Russian)

2. Shmeleva, T. V. (2020). *Velikii Novgorod: onomasticheskii portret: nauchnaya monografiya* [Veliky Novgorod: Onomastic Portrait: A Scientific Monograph]. T. V. Shmeleva; sost. prilozheniya I. V. Vasilenko. 288 p. Velikii Novgorod, TPK “Pechatnyi Dvor”. (In Russian)

3. Kozlov, R. I. (2000). *Ergourbonimy kak novyi razryad gorodskoi onomastiki: diss.... kand. filol. nauk* [Ergourbonyms as a New Category of Urban Onomastics: Ph.D. Thesis]. Ekaterinburg, 151 p. (In Russian)

4. Zemskova, S. V. (1996). *Leksiko-semanticeskii i slovoobrazovatel'nyi analiz ergonimov g. Tolyatti Samarskoi oblasti RF: diss. ...kand. filol. nauk* [Lexical-

semantic and Word-Formation Analysis of Ergonyms of the City of Tolyatti, the Samara Region, Russian Federation: Ph.D. Thesis]. Samara, 198 p. (In Russian)

5. Kozlov, R. I. (2001). *Sovremennye ergourbonimy v gorodskoi toponimicheskoi sisteme* [Modern Ergourbonyms in the Urban Toponymic System]. Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. No. 20, pp. 25–35. (In Russian)

6. *Istoriya regiona v nazvaniyakh ulits. Lingvokraevedcheskii slovar'* (2018) [The History of the Region in Street Names. A Dictionary of Regional Linguistics]. Sost. T. G. Nikitina, E. I. Rogaleva, M. I. Muratova. Pskov, Logos. (In Russian)

7. *chem rasskazyvayut gorodskie nazvaniya. Uchebnyi lingvokul'turologicheskii slovar'* (2012) [What City Names Tell Us: A Learner Dictionary of Linguistics and Cultural Studies]. Sost. M. P. Varlamova, G. V. Galaktionova, L. S. Golovina i dr. Pskov: Logos. (In Russian)

8. *Taina imenovaniya: Slov. firmonimov - noveishikh nazvanii kommer. predpriyatiii Vyat. kraya v kontse XX v.* (1998) [The Mystery of Naming: Dictionary of Firmonyms - the Newest Names of Commercial Enterprises in the Vyatka Region in the Late 20th Century]. Klub “Vyat. Knigolyuby” im. E. D. Petryaeva; sobrala T. K. Nikolaeva. 71 p. Kirov-na-Vyatke. (In Russian)

Bibliography

1. Varfolomeeva, Yu. N., Baikalov, N. S. (2025). *Urbonimiya novykh gorodov Zabaikal'ya (na primere goroda Severobaikal'ska)* [Urban Names of New Cities in Transbaikalia (using the city of Severobaikalsk as an example)]. Litera. No. 4. (In Russian)

2. Kurbanova, M. G. (2014). *Ergonimy sovremenennogo russkogo jazyka: semantika i pragmatika: diss. ... k. filol. n.* [Ergonyms of the Modern Russian Language: Semantics and Pragmatics: Ph.D. Thesis]. Astrahan', 191 p. (In Russian)

3. Nosenko, N. V. (2007). *Nazvaniya gorodskikh ob'ektor Novosibirska: strukturno-semanticeskii i kommunikativno-pragmaticheskii aspekty: avtoref. dis. na soisk. uchen. step. kand. filol. nauk* [Names of Urban Objects in Novosibirsk: Structural-Semantic and Communicative-Pragmatic Aspects: Ph.D. Thesis Abstract]. Novosibirsk, 22 p. (In Russian)

4. Nikitina, T. G. (2018). *Toponimicheskoe prostranstvo goroda: “kul'turnye sloi” v leksikograficheskem otobrazhenii* [Toponymic Space of the City: “Cultural Layers” in Lexicographic Mapping]. Voprosy onomastiki. T. 15. No. 2, pp. 180–193. (In Russian)

The article was submitted on 18.11.2025

Поступила в редакцию 18.11.2025

Яковлева Светлана Валентиновна,
старший преподаватель,
Псковский государственный университет,
180000, Россия, Псков,
пл. Ленина, 2.
atevs@inbox.ru

Yakovleva Svetlana Valentinovna,
Assistant Professor,
Pskov State University,
2 Lenin Sq.,
Pskov, 180000, Russian Federation.
atevs@inbox.ru