

Krystyna Ratajczyk



<https://orcid.org/0000-0001-8519-709X>

Uniwersytet Łódzki

e-mail: krystyna.ratajczyk@uni.lodz.pl

Современные тенденции в названиях ночных клубов в России и в Польше

Аннотация

Статья посвящена лингвистическому анализу названий российских и польских ночных клубов. Анализ проводится по трем критериям: структурно-семантическому, генетическому и генетико-стилистическому. Строятся основные модели названий ночных клубов. Выявляются актуальные тенденции в названиях ночных клубов в России и в Польше с учетом сходств и различий.

Ключевые слова: собственные названия, фирмонимы, ночные клубы, русский язык, польский язык

Введение

Первые ночные клубы в России, и непосредственно в столице, появились в начале 90-х годов XX века, в Польше зато еще в 80-е годы. В настоящее время они вышли на достаточно высокий уровень, когда в них возможны любые развлечения, а уникальная атмосфера позволяет отвлечься от текущих проблем.

Объектом исследования в статье мы сделали названия ночных клубов в России и в Польше. Целью рассуждений является попытка указать современные тенденции в наименованиях ночных клубов в обеих странах, включая сходства и различия. Анализ проводится с учетом структурно-семантического, генетического и генетико-семантического критериев. Подобная разработка, по нашим наблюдениям, не

нашла освещения в русско-польской ономастике¹. Вследствие этого актуальным представляется такое исследование.

Исследовательский материал (по 200 единиц) был собран методом сплошной выборки с интернет-сайтов. Он происходит из разных городов России и Польши².

Что такое «ночной клуб»?

Прежде чем приступить к анализу исследовательского материала, целесообразно объяснить, что подразумевается под словосочетанием *ночной клуб*. Итак, в словаре польского языка *ночной клуб* это «развлекательный клуб, работающий ночью»³ (Dubisz, 2003: 129, заглавное слово *klub*, перевод наш – К.Р.). В интернет-словаре С.И. Ожегова данное словосочетание обозначает «ночной ресторан с развлекательной программой»⁴ (Толковый словарь Ожегова//Tol'kovyyu slovar' Ozhegova: URL). Приведем ещё толкование понятия из Википедии, согласно которому *ночной клуб* это «общественное заведение, работающее обычно после 21:00, предназначено для свободного времяпрепровождения (как правило, для молодёжи)» (https://ru.wikipedia.org/wiki/Ночной_клуб, доступ/access: 22.01.2022).

1. Объект исследования

Названия ночных клубов относим к фирмонимам, которые, как утверждают польские исследователи З. Саваневска-Мох и М. Мох, включают названия магазинов, торговых, ремесленных предприятий, предприятий бытового обслуживания разных отраслей (напр. парикмахерской, строительной, автомобильной), учреждений, клубов, баров, ресторанов, турбюро и т.п. (Sawaniowska-Moch, Moch, 2003: 156). По мнению же польского ономаста А. Галковского,

в состав фирменных названий могут входить собственные названия продуктов, товаров и услуг, а также предприятий, связанных с производством и дистрибуцией указанных единиц⁵ (Gałkowski, 2011: 35, перевод наш – К.Р.).

Фирмонимы, в свою очередь, можно причислить к хремотонимам, которые, согласно чешско-словацкой хремотономастической школе, понимаются широко, включая в сущности названия всех неодушевленных реалий, связанных с человеческой активностью⁶ (Gałkowski, 2011: 18). Также большинство фирмонимов,

¹ В польской лингвистике отдельные названия ночных клубов были предметом исследования среди других фирменных названий определенной территории (см. напр. Sawaniowska-Moch, Moch, 2003).

² В конце статьи указаны ссылки на определенные сайты.

³ В подлиннике: „lokal rozrywkowy, czynny w nocy”.

⁴ Попутно отметим, что фраза *ночной клуб* не выступает в словаре С.И. Кузнецова.

⁵ В подлиннике: „W skład nazewnictwa firmowego mogą wchodzić nazwy własne produktów, towarów i usług oraz placówek gospodarczych, związanych z wytwarzaniem i dystrybucją wskazanych jednostek”.

⁶ Чешско-словацкая точка зрения это очень широкая и открытая дефиниция хремотонимов, о чем подробнее – Gałkowski, 2011: 16–21. В свою очередь, русский взгляд на хремотонимию это довольно узкая дефиниция, которая сводится к названиям «предметов материальной культуры, произведенных или добытых

анализируемых в разработках польских ономастов, принципиально считаются хремотонимами. Безусловно это самый большой исследованный пласт хремотонимии⁷. В некоторых случаях устанавливается зависимость: фирменные названия = хремотонимы. Подобная эквивалентность позволяет воспринимать хремотонимы как (исключительно, или в основном) фирменные названия (Там же: 37). Фирменные названия считаются также «существенной составной частью эргонимии, т.е. группы онимов, называющих деловые объединения людей» (Хрынкевич-Адамских/Нгункiewicz-Adamskich, 2006: 86). Эргонимы, в свою очередь, «наряду с другими собственными именами объектов и учреждений [...] образуют класс хремотонимов» (Там же). Синонимы фирменных названий это напр.: «торговые названия», «фирмонимы», «названия продуктов», «названия предприятий», «маркетинговые названия»⁸, «коммерческие эргонимы», «названия торгово-бытовых объектов», «продажные названия»⁹ (Gałkowski, 2011: 37, перевод наш – К.Р.). В настоящей статье для определения ночных клубов используется определение «фирмонимы» или «фирменные названия».

2. Названия ночных клубов – основные онимические модели

В связи с поставленной целью исследования целесообразно выявить основные онимические модели ночных клубов, выделенные по трем критериям.

2.1. Учитывая структурно-семантический критерий, как главные типы можно указать:

2.1.1. Многочленные названия с конститутивным (определяющим) компонентом:

- русс. (48)¹⁰: *club* (21) (в том числе *aquacub*, *Central Club*, *Super Club*, *Schow-club*, *Restocub*), *bar* (15), *клуб* (6) (в том числе *клуб-гостиница*, *развлекательный клуб*, *дискотекс*, *ресторан-клуб*), *бар* (2), (в том числе *хаус бар*), *cafe* (2), *night club* (1), *дворец развлечений* (1), напр.: *Sydney Beach Club*; *Milo Club*; *Cuckoo Club*; *Tele Club*; *London Club*; *Rocco Club*; *Пушкин Central Club*; *Jagger Bar*; *Rolling Stone Bar*; *Radio City Bar & Kitchen*; *Formula Bar*; *Кулёв bar*; *Cube bar*; КДЦ «Европа *Клуб*»; *Клуб-гостиница Punch*; *Развлекательный клуб «Gaudi»*; *Петро Дискотека Клуб 154*; *Дискотекс «Arena»*; *Хаус Bar Revolution*; *Skazka Bar*; *China Town Café*; *D-Club & Café*; *Luxor Night Club*¹¹;

руками человека, в том числе названий оружия, музыкальных инструментов, ювелирных изделий, предметов утвари, драгоценных камней» (Подольская/Podol'skaia, 1998: 146, см. также Gałkowski, 2011: 22). Польские ономасты зато, в зависимости от научного центра, придерживаются либо чешско-словацкой, либо русской точки зрения на хремотонимию (Gałkowski, 2011: 22).

⁷ Исследование фирмонимов считается наиболее динамично развивающимся хремотономасическим течением в Польше (Gałkowski, 2011: 35).

⁸ А. Галковским применяется также термин «маркетинговая хремотонимия» („chremonimia marketingowa”) (Gałkowski, 2014).

⁹ В подлиннике: „nazwy handlowe”, „firmonimy”, „nazwy produktów”, „nazwy przedsiębiorstw”, „nazewnictwo marketingowe”, „ergonimy komercyjne”, „nazwy obiektów handlowo-usługowych”, „nazwy na sprzedaż”.

¹⁰ Общее количество примеров в исследовательском материале данного языка.

¹¹ Следует заметить, что в исследовательском материале русского языка все названия ночных клубов, также те с конститутивным компонентом, сопровождаются добавочно десигнатом «ночной клуб».

- польск. (106): *club* (70) (в том числе *night club* (15), *gentlemen's club* (6), *music club* (5), *strip club* (1), *dance club* (1)), *klub* (28) (в том числе *klub nocny* (2), *klub muzyczny* (2), *night klub* (1), *klub pracowników Politechniki Wrocławskiej* (1) и *akademicki klub Politechniki Gdańskiej* (1)), *bar* (3), *pub* (2), *café* (2), *agencja towarzyska* (1), напр.: ***Molodost Club***; ***Cocolino Club***; ***Anrakt Club***; ***Bank Club***; ***Sogo Club***; ***Club Galeria***; ***Opera Club***; ***Odessa Club***; ***Club Papuga***; ***Sanocka Night Club***; ***Night Club Sofia***; ***Rozi Night Club Gdańsk***; ***Hustler Gentlemen's Club***; ***Darlings Gentlemen's Club***; ***Diamond Gentlemen's Club***; ***Minus Music Club***; ***Karova Music Club***; ***Tkacka Music Club***; ***Wild orchid strip club***; ***Prywatka Dance Club***; ***Klub Spalska***; ***Klub Pereca***; ***Rakieta Klub***; ***Klub nocny Night Life***; ***Zła Kobieta. Klub nocny***; ***Klub Muzyczny Pewex***; ***Barock Klub Muzyczny***; ***Night Klub Passion***; ***El Mariachi Tequila Bar & Club***; ***London Pub***; ***Café Absinthe***; ***Agencja Towarzyska – Dyskreca***.

Как следует из приведенных примеров, конститутивный компонент в основном выступает в постпозиции к собственному названию. Польский материал содержит 30 названий с конститутивным компонентом в препозиции (см. напр. ***Club Mirage***; ***Klub Park***; ***Klub Oaza***; ***Klub Spalska***; ***Klub nocny Night Life***; ***Klub Stereo*** и др.), русский зато только 5 (***Клуб-гостиница Punch***; ***Хаус Бар Revolution***; ***Дворец Развлечений Renaissance***; ***Развлекательный клуб «Gaudi»***; ***Дискоклуб «Arena»***; ***Restoclub «POSH»*** и ***Show-club Panorama***).

2.1.2. Одночленные или многочленные названия без конститутивного компонента:

2.1.2.1. Однословные названия¹²:

- русс. (96), напр.: *Gipsy*; *Propaganda*; *Солянка*; *Barbados*; *Воздух*; *Гараж*; *Чердак*; *Circus*; *The Artist*; *Imperia*; *Rodnya*; *Эра*; *Пятница*; *More*; *Истерия*; *Pravda*; *Метро*;
- польск. (48), напр.: *Narraganset*; *Magnes*; *El Cubano*; *Controversy*; *Melina*; *KLUbo*; *Online*; *Damianek*; *Lunapark*; *Salut*; *Barometr*; *Niebo*; *Próżność*; *Tama*; *Latvia*; *Baza*; *Placyk*.

2.1.2.2. Многословные названия:

- русс. (49), напр.: *Кризис жанра*; *Крыша мира*; *Дом быта*; *Руки вверх*; *Soul Kitchen*; *Coyote Ugly*; *Santa Barbara*; *Дом печати*; *Синий иней*; *Улитка на склоне*; *Клубный теплоход «Пурга»*; *Пятое Солнце*; *Наука и искусство*; *Moscow Party People*;
- польск. (46), напр.: *Golden Queen*; *Ławeczka Krystyny*; *Metropolis Warszawa*; *Fasion House Warsaw*; *Papierowy Księżyc*; *Nowy Berlin*; *Piękny Pies*; *Gospoda u Cyśka*; *Komnata strachu*; *Widok na Motławę od Hiltona*; *Gadzi Gabinet*; *Zdarta Płyta*; *Złe wychowanie*.

Следует подчеркнуть высокую частотность двучленных моделей фирменных названий как в русском (43 примера), так и в польском материале (36 примеров).

¹² Исключаем акронимы и однословные названия с номером.

Попутно заметим, что передаче знаний о клубе способствует развернутая структура названий. Поэтому целесообразным кажется наличие, рядом с названием, конститутивного компонента типа *night club*, *развлекательный клуб*, *дискотека*, *gentlemen's club*, *music club*, *strip club*, *klub muzyczny*, *agencja towarzyska* и т.п., определяющего тип ночного клуба, или же (только 2 примера в польском материале) конкретизирующего принадлежность клуба (его посетителей): *Klub Pracowników Politechniki Wrocławskiej*¹³ и *Akademicki klub Politechniki Gdańskiej „Kwadratowa”*. 2.2. Генетический критерий¹⁴ позволяет выделить в качестве основных: названия, возникшие путем переноса и названия, возникшие другими, чем перенос способами, прежде всего т.н. ономастические неологизмы.

2.2.1. Названия, возникшие путем переноса (онимизации либо трансонимизации):

2.2.1.1. Отапеллятивные названия:

- русс. (32), напр.: *Воздух*; *Гараж*; *Чердак*; *Эра*; *Пятница*; *Истерия*; *Метро*; *Мята*; *Бессонница*; *Планета*; *Ананас*; *Сахар*; *Подвал*; *Пурга*; *Жажда*; *Изюм*; *Зеркало*;
- польск. (43), напр.: *Magnes*; *Prywatka*; *Bank*; *Park*; *Galeria*; *Barometr*; *Opera*; *Rakietka*; *Niebo*; *Próżność*; *Prywatka*; *Papuga*; *Placyk*; *Kameleon*; *Parlament*; *Kosmos*.

2.2.1.2. Отантропонимные названия:

- русс. (16): *Jagger*; *Stackenschneider*; *Росси*; *Килев бар*; *Gatsby*; *Пушкин*; *Gaudi*; *Rocco*; *Jesus*; *Angelov*; *Ленин*; *Тесла*¹⁵; *Guevara*; *Король Гамбринус*; *Чараев*; *Monica Belucci*;
- польск. (4): *Damianek*; *Blanka*; *Ewan*; *Rozi*.

Из анализа отантропонимных названий следует, что в России, в отличие от Польши, замечаются тенденции называть ночные клубы именами, несущими определенные коннотации. Это имена исторические, легендарные, связанные с культурой, религией, наукой, бизнесом. Польские немногочисленные примеры это, должно быть, имена владельцев клубов (или их близких).

2.2.1.3. Оттопонимные названия, т.е. географические названия в функции наименований ночных клубов:

- русс. (14): *Солянка*¹⁶; *Soho*; *Barbados*; *Sydney*; *Santa Barbara*; *China Town*; *Европа*; *London*; *Luxor*; *LeninGrad*; *Сахара*; *Лазурный Берег*; *Аптек*; *Palau*;
- польск. (19): *Narraganset*; *Sanocka*; *London*; *Sofia*; *Spalska*; *New Orleans*; *Foksal*; *KAROVA*; *Smolna*; *Odessa*; *Jasna 1*; *Latvia*; *Bracka 4*; *Tkacka*; *Malibu*; *Gdańska 13A*; *Wall Street*; *Jamaica*; *Malawi*.

¹³ Данное развернутое название, состоящее только из конститутивного компонента, является одновременно собственным названием клуба.

¹⁴ Данный критерий дается за: Kosyl, 1981: 113.

¹⁵ Это название происходит от фамилии сербско-американского инженера, изобретателя Никола Тесла. Оно является также названием марки американских электромобилей, поэтому в нашем анализе появляется дважды.

¹⁶ Название, перенесенное от названия улицы, на которой находится ночной клуб.

Как видится, польские оттопонимные названия ночных клубов нередко возникают путем переноса названий улиц (иногда с номером, напр. *Sanocka, Foksal, Bracka 4, Gdańska 13A*), на которых находятся объекты (9 примеров). Такие онимы уточняют местонахождение ночного клуба. В России подобная тенденция не наблюдается (только 1 пример).

2.2.1.4. Названия, связанные с культурой и историей:

- русс. (2): *Эрмитаж; Атлантида;*
- польск. (3): *Papierowy Księżyc; Twierdza Kraków; El Mariachi.*

2.2.1.5. Фраземы в функции названий ночных клубов:

- русс. (1): *Руки вверх;*
- польск. (2): *Gorzko Gorzko; Czarna Owca.*

2.2.1.6. Торговые марки, агентства в функции названий ночных клубов:

- русс. (2): *Gazgolder; Тесла;*
- польск. (3): *Pewex; Sogo; Mercedess.*

2.2.2. Названия, возникшие другими, чем перенос, способами:

2.2.2.1. Ономастические неологизмы¹⁷:

2.2.2.1.1. Словосочетания:

- русс. (12), напр.: *16 тонн; Кризис жанра; Крыша мира; Дом быта; Дом печати; Синий иней; Пятое Солнце; Улитка на склоне;*
- польск. (18), напр.: *Patio Klubu Park; Ławeczka Krystyny; Nowy Berlin; Piękny Pies; Komnata Strachu; Zdarta Płyta; Czarny kot; Zła Kobieta.*

К разряду словосочетаний можно причислить и конструкции с притяжательным фактором: *Gospoda u Cyśka; Aguarium – Klub u Iwana*, а также указывающие на местонахождение клуба (иногда приблизительно): *Widok na Motławę od Hiltona (Gdańsk); Rezydencja na Chrobrego (Wrocław, ul. Bolesława Chrobrego 3).*

2.2.2.1.2. Названия улиц или их компоненты в функции наименований ночных клубов:

- русс. (1): *XXXX Советская* (Санкт Петербург, 3-я Советская ул., 34);
- польск. (2): *Klub Pereca* (Warszawa, Icchoka Lejba Pereca 2); *Cooltura Okopowa 7* (Gdańsk, ul. Okopowa 7).

2.2.2.1.3. Субстантивированные прилагательные:

- русс. (1): *Барский;*
- польск. (1): *Kwadratowa.*

2.2.2.2. Акронимы, также с расшифровкой:

- русс. (4): *L.U.X; EVO; БВИ* (Бар Веселых Историй); *LOL* (Lots of Love, Lots of Laugh);
- польск. (2): *HAH Poznań (Wrocław, Sopot)* (Haeven & Hell Art.); *Jmt sc. Gomółka J, Andrych M, Chołuj T.*

¹⁷ Термин *neologizmy nazewnicze* (ономастические неологизмы, перевод наш – К.Р.) употребляется Ч. Косылем (Kosyl, 1981: 113), а вслед за ним Х. Гачиньской-Пивоварской (Gaczyńska-Piwowarska, 2005: 104). Нами он был употреблен впервые в статье нашего авторства *Названия парикмахерских в России и в Польше* (Ratajczyk, 2020: 217).

2.2.2.3. Сокращения, также с расшифровкой¹⁸:

- русс. (8): *D12*; *D&D*; *B2* (данный клуб вырос из «Бункера», легендарного рок-клуба¹⁹); *WT4* (в переводе с английского «Для чего?»²⁰); *PPL. People for People*; *Q2* (ул. Куйбышева 2, Пермь); *Q* (QLUB); *M33* (Московский просп., 33, Архангельск);
- польск. (1): *N58* (Warszawa, Nowy Świat 58).

2.2.2.3.1. Сочетания знаменательных слов и сокращений:

- польск. (1): *Projekt LAB*.

2.2.2.4. Сочетания знаменательных слов с цифрами:

- русс. (2): *Штам 51*; *Петро Дискотека Клуб 154* (частичная мотивировка – Санкт Петербург, просп. Энгельса 154);
- польск. (8): *999 club*; *Room 13 Club* (частичная мотивировка – Warszawa, Mazowiecka 13); *Melina 2.0*; *Lot 022*; *Club 22*; *Amnesia 2.7*; *Mundo 71 Music Club*; *Night Club 69*.

2.3. Генетико-стилистический критерий²¹ послужил выделению инноваций (с особым учетом графической игры), названий, использующих лексические средства иностранных языков и гибрид.

2.3.1. Инновации, в том числе:

2.3.1.1. Лексические окказионализмы:

- русс. (2): *Акакао*; *Играотека*;
- польск. (2): *Antykabaret*; *Junigrad*.

2.3.1.2. Графическая игра, в том числе: слияние (написание двух слов без пробелов), повтор буквы, контаминация, шрифтовывделение, использование амперсанда, старорусской графики, точек для разделения слова:

- русс. (5): *VSEXOPOШO!*; *Teamръ*; *D-CLUB & CAFE*; *ДеБош*; *T.E.A.T.R.O*;
- польск. (8): *DoSopotu*; *Xxone*; *Luzztro*; *Crackhouse*; *KLUbo*; *Butikklub*; *Cooltura*; *Goldberg & Sons*.

2.3.1.2.1. Графическая игра с латиницей²²:

- русс. (21), напр.: *Propaganda*; *Estrada*; *IMPERIA*; *VODA*; *Rodnya*; *Pravda*; *Barin*; *Pudra*; *Barhat*; *MOLOKO*; *Bunker*, в том числе: слияние, шрифтовое выделение букв и декомпозиция: *Pravdabar*; *BorisPapa*; *KlukvaBar*; *LeninGrad*; *PUR PUR* (русс. *пурпур*); *Z.EFIR* (*zefir* + *z.efir* – с *эфир*).

Инновации, в основном графическая игра, в наименованиях ночных клубов используются в рекламной функции, как средство привлечения внимания своей

¹⁸ Расшифровка в скобках проводится автором статьи, как результат его поисков на Интернет-сайтах, или же предлагается им на основе адресных данных клуба (начальные буквы названий улиц).

¹⁹ Places Moscow, Ночной клуб B2/Places Moscow, Nochnoy klub B2, URL: <https://places.moscow/guide/nochnoy-klub-b2/nochnoy-klub-b2.html> [доступ/access: 4.08.2022].

²⁰ WT4 – ЗАКРЫТ/WT4 – ЗАКРЫТ, URL: <https://kudago.com/msk/place/wt4/> [доступ/access: 5.01.2023].

²¹ Данный критерий дается за: Kosyl, 1981: 115.

²² «Оформление средствами латиницы исконно русских и полностью освоенных русским языком иноязычных слов» (Гусейнова, 2014).

записью и фонической стороной. По всей вероятности, польские и российские номинаторы исходят из того, что, чем необычнее запись названия, тем лучше коммерческий эффект. Следует заметить превосходство инноваций в наименованиях российских клубов.

2.3.1.3. Названия, использующие лексические средства иностранных языков:

- русс. (68), напр.: *GIPSY; ICON; Rolling Stone; Coyote Ugly; Circus; Crazy Daisy; The Artist; Space Moscow; Posh Friends; MORE; Garage Underground; THE LEGEND; Don't Tell Mama; Премьер Лаунж* (англ.); *Cuba Libre* (исп.); *Mosaïque* (фр.); *Teampo* (ит., исп.); *Dusche* (нем.); *Mezzo Forte* (ит.);
- польск. (66), напр.: *EL CUBANO* (исп.); *Controversy; Hidden Club; Capitol Warsaw Club; Gold House; Room 13; Rock Stage by ClubRock; Golden Quinn; Sky Club; Darlings Gentlemen's Club; Glam; Golden Moon* (англ.); *Mirage* (англ., фр.); *La Pose Varsovie* (фр.); *Клуб* (русс.); *Ciao Bella* (ит.).

Целью создания подобных фирмонимов в большинстве случаев является стремление номинаторов «повысить статус» ночных клубов как элитных, модных европейских заведений. Иностранные имена должны привлечь внимание потенциальных посетителей. Исследовательский материал содержит два типа иноязычных названий ночных клубов, а именно: иноязычные вкрапления, т.е. заимствованные слова, сохраняющие графику языка-источника, напр.: *Monasterio* (исп.); *The Tunnel; Face; Meet Point; Angels Fashion Place; Honey Life; Fashion House Warsaw; Euphoria; Elite; Extravagance; Butterfly; They Steal Money* (англ.); *Mirage* (англ., фр.); *Cuba Libre* (исп.); *Dusche* (нем.); *Ciao Bella* (ит.); *Клуб*²³ (русс.) и т.п. и варваризмы, т.е. иноязычные слова, передающиеся кириллицей²⁴, напр.: *Премьер Лаунж* (англ. *Premier Lounge* – ведущий, элитный); *Че* (исп. *che* – междометие, обозначающее радость или восхищение); *Teampo* (исп., ит. *teatro*); *Платинум* (лат., англ. *platinum*); *Путерленд* (англ. *Peter + land*); *Нэо* (от греч. *néos* ‘молодой, новый’ – первая часть сложных слов, обозначающая: ‘возникший вновь, новый’).

Иноязычные названия ориентированы на молодого человека, знающего иностранные языки, также зарубежного посетителя. Во многих случаях кажется, что звучание, «внешняя оболочка» более важны в названии, чем смысл, напр.: *GIPSY* (англ. цыган); *Coyote Ugly* (англ. уродливый койот); *Crazy Daisy* (англ. сумасшедшая маргаритка); *Dusche* (нем. душ); *Crazy Rabbit* (англ. сумасшедший кролик); *Crackhouse* (*crack house* – англ. дом с трещинами); *Onion Executor* (англ. луковый

²³ Данное слово как иноязычное вкрапление выступает в польском материале.

²⁴ Подобное толкование понятий «иноязычное вкрапление» и «варваризм» мы даем за: Гусейнова/Guseynova, 2014, учитывая факт несогласованности подходов лингвистов к трактовке терминов. Как утверждает Гусейнова, «данные термины могут рассматриваться и как эквиваленты, и как гипонимы, а также могут синонимизироваться с другими обозначениями» (Там же). Хотя, по словам того же автора, «[...] в последнее время в лингвистической литературе наметилась тенденция к отказу от понятия ‘варваризм’ в пользу понятия ‘иноязычное вкрапление’ в связи с тем, что слово варваризм в русском языке имеет негативную коннотацию [...]» (Там же). На этой констатации и опирается наша трактовка обоих понятий в статье.

экзекутор); *Amnesia* (англ. амнезия); *Krakow Animals Pub Crawl* (англ. посещение нескольких пабов краковскими животными) и т.п.

2.3.1.4. Гибриды. Они «представляют собой смешанные формы, в которых в одном названии совмещены компоненты, происходящие из разных языков» (Хрынкевич-Адамских/Hrynkiwicz-Adamskich, 2006: 88). Мы причисляем к ним также графогибриды, «сочетающие в одном слове буквы латиницы и кириллицы» (Гусейнова/Guseynova, 2014):

- русс. (19), напр.: *VSEHOPOШO*; *VODA aquaclub & hotel*; *XAYC БАР Revolution*; *Ферма Дэнс*; *Barin Club*; *ЛенConcert*; *Дворец Развлечений Renaissance*; *Клуб гостиница Punch*; *ЯР BAR*; *Troyka Multispace*; *VACЯ+1*; *Bessonnica*; *СКАЗКА БАР*;
- польск. (39), напр.: *Sanocka Night Club*; *Prywatka Dance Club*; *Molodost Club*; *The View – Najlepszy klub w Warszawie*; *Klub nocny Night Life*; *Club Galeria*; *Metropolis Warszawa*; *Teatro Cubano Warsaw*; *Ślusarska Party House*; *Klub Hush Life*; *Surprise Klub*; *Aquarium – klub u Iwana*; *Night Klub Passion*; *Viva Club*; *Sphinx Egipski*.

Как видится, в польском материале гибриды построены в основном за счет конститутивных компонентов: *club*, *night club*, *dance club*, *klub*, *klub nocny*. Такие сочетания составляют всего 32 примера. В русских гибридах только 4 примера с использованием конститутивного компонента: *VODA aquaclub & hotel*; *Barin Club*; *Пушкин Central Club* и *Sky View Ресторан-клуб*. Графогибриды, что вполне обосновано, являются принадлежностью материала русского языка.

Заключение

В настоящей статье охарактеризованы названия ночных клубов в сопоставительном, русско-польском аспекте. Данная работа вписывается в круг актуальных проблем современной хрматонимии.

Мы исследовали названия ночных клубов в структурно-семантическом, генетическом и генетико-стилистическом ракурсе. По ходу анализа мы обнаружили использование конститутивного компонента в названиях ночных клубов, в основном слова *club* в различных сочетаниях, но также *клуб*, *klub*, *bar*, *бар*, *pub*, *café*. Следует заметить, что конститутивный компонент *club* сопровождает прежде всего польские фирмонимы данного типа (53%). В русских названиях клубов такая тенденция менее популярна (23%). В наименованиях российских клубов зато более частотны сочетания со словом *bar* (русс. – 7,5%; польск. 1,5%). В России прослеживается тенденция называть ночные клубы однословными именами (48%), в Польше таких названий мы обнаружили намного меньше (24%). В свою очередь, многословные названия без конститутивного компонента составляют сравнимое количество в примерах из обоих языков (русс. 24,5%; польск. 23%).

Как показал проведенный анализ, в названиях ночных клубов, как в России, так и в Польше, доминирует тенденция использовать лексику иноязычного происхожде-

ния (русс. 34%; польск. 33%)²⁵. Это связано с модой на заимствования, в основном из английского языка. Такая тенденция наблюдается во многих языках и касается экономики и культуры. Иноязычные названия клубов интересно (хотя не всегда толково) звучат, но, что главное, привлекают внимание молодых посетителей, знающих иностранные языки, а также иностранцев. Иноязычная лексика в наименованиях ночных клубов выполняет рекламную функцию – самую существенную для объектов подобного типа.

Наряду с применением иноязычной лексики, российскими и польскими номинаторами охотно используются не заимствованные слова (нарицательные существительные) в функции наименований ночных клубов. Эти, возникшие путем переноса, отапетлятивные названия занимают второе место в нашем материале (русс. 16%; польск. 21,5%). Они составляют аутентичную лексику обоих языков в наименованиях ночных клубов. На третьем по частотности употреблении месте в названиях российских клубов находится графическая игра (в том числе графическая игра с латиницей) (13%), в польских наименованиях – это гибриды (19,5%).

Обобщая сказанное, можно констатировать, что в наименованиях ночных клубов, как российских, так и польских, главную роль играет рекламная функция, отсюда ориентировка на названия, использующие лексические средства иностранных языков, а также привлекающие внимание необычные, окказиональные формы. Однако, наряду с иноязычными средствами и визуальными неологизмами²⁶, в названиях ночных клубов в России и в Польше замечается тенденция к использованию родной лексики.

References

- Dubisz S. (red.) (2003), *Uniwersalny słownik języka polskiego*, t. 2 (K–Ó), Warszawa.
- Gaczyńska-Piwowska H. (2005), *Nazwy pensjonatów i domów wczasowych w Karkonoszach*, [w:] R. Łobodzińska (red.), *Z najnowszych tendencji w polskim nazewnictwie*, Łask.
- Gałkowski A. (2011), *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim*, Łódź.
- Gałkowski A. (2014), *Motywacja w procesie tworzenia chrematonimii marketingowej*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, t. XXVII: *Przestrzenie językoznawstwa. Prace dedykowane Profesor Irenie Sarnowskiej-Giefling*.
- Kosyl Cz. (1981), *Z problematyki nazw will, pensjonatów i domów wczasowych*, „Onomastica”, XXVI.
- Ratajczyk K. (2020), *Названия парикмахерских в России и в Польше/Nazvaniya parikmacherskikh v Rossii i v Pol'she*, [w:] E. Gutiérrez Rubio, D. Kruk, I. Pálosi, T. Speed, Z. Týrová, D. Vashchenko, A. Wysocka (red.), *Contributions to the 22nd Annual Scientific Conference of the Association of Slavists (Polyslav)*, Wiesbaden.

²⁵ Данный результат получается без учета гибридов.

²⁶ Термин дается за: Гусейнова/Guseynova, 2014.

Sawaniowska-Moch Z., Moch M. (2003), *O pochodzeniu, strukturze i poprawności najnowszych nazw firmowych w Bydgoszczy*, [w:] M. Świącicka (red.), *Polszczyzna Bydgoszczan: historia i współczesność*, Bydgoszcz.

Гусейнова Н.А. (2014), *Современная российская эргонимия в аспекте иноязычных заимствований* // Guseynova N.A. (2014), *Sovremennaya rossiyskaya ergonimiya v aspekte inoyazychnykh zaimstvovaniy*, <https://cheloveknauka.com/sovremennaya-rossiyskaya-ergonimiya-v-aspekte-inoyazychnyh-zaimstvovaniy> [access: 4–7.08.2022].

Подольская Н.В. (1998), *Словарь русской ономастической терминологии*, Москва // Podol'skaya N.V. (1998), *Slovar' russkoy onomasticheskoy terminologii*, Moskva.

Толковый словарь Ожегова/Tolkovyy slovar' O-zhegova, <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=11242> [access: 23.01.2022].

Хрынкевич-Адамских Б. (2006), *Современные названия московских агентств недвижимости* // Hrynkiwicz-Adamskich B. (2006), *Sovremennye nazvaniya moskovskikh agentstv nedvizhimosti*, „Studia Rossica Poznaniensia”, z. XXXIII.

Исследовательский материал

Польские ночные клубы

https://www.google.pl/search?tbs=lf:1,lf_ui:1&tbm=lcl&q=%C5%81%C3%B3d%C5%BA+kluby+nocne [доступ/access: 17–29.01.2022]

https://www.google.pl/search?tbs=lf:1,lf_ui:1&tbm=lcl&q=kluby+nocne+w+warszawie [доступ/access: 28–31.01.2022]

<https://www.google.pl/search?ei=VgOFXsnaH5OhgAbA66CgDg&q=nocne+kluby+poznan> [доступ/access: 28–31.01.2022]

<https://www.google.pl/search?tbm=lcl&ei=kC6HXo64C8-6kgXbz7TwDA&q=nocne+kluby+w+krakowie> [доступ/access: 29–30.01.2022]

<https://www.google.pl/search?q=kluby+nocne+w+gda%C5%84sku> [доступ/access: 29–30.01.2022]

<https://www.google.pl/search?tbm=lcl&ei=iE-HXvfqMZLTsAfUiL6gAQ&q=kluby+nocne+we+wroc%C5%82awiu> [доступ/access: 29–30.01.2022]

<https://www.google.pl/search?ei=CGSfXqrfPMbosAfon5KQAAQ&q=nocne+kluby+sopot&oq=nocne+kluby+sopot> [доступ/access: 29–30.01.2022]

Российские ночные клубы

https://www.4sqstat.ru/top?category_id=4bf58dd8d48988d11f941735 [доступ/access: 24–28.01.2022]

Streszczenie

Współczesne tendencje w nazewnictwie klubów nocnych w Rosji i w Polsce

Artykuł poświęcony jest analizie lingwistycznej nazw rosyjskich i polskich klubów nocnych. Analiza została przeprowadzona według trzech kryteriów: strukturalno-semantycznego, genetycznego i genetyczno-stylistycznego. Utworzono główne modele nazw nocnych klubów. Pokazano aktualne tendencje w nazewnictwie danych obiektów w Rosji i w Polsce z uwzględnieniem podobieństw i różnic.

Słowa kluczowe: nazwy własne, firmonimy, kluby nocne, język rosyjski, język polski

Abstract

Current trends in the names of night clubs in Russia and Poland

This article provides a linguistic analysis of the names of Russian and Polish nightclubs. The analysis was carried out according to three criteria: structural-semantic, genetic and genetic-stylistic. The main models of nightclub names were created. Current trends in the names of nightclubs in Russia and Poland are shown, taking into account similarities and differences.

Keywords: proper names, firmonyms, nightclubs, Russian language, Polish language