

БЕЛАРУСКІЯ СЛОВЫ Ў НАЗВАХ БРЭНДАЎ І СТАРТАПАЎ

Драпеза А.В.

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт інфарматыкі і радыёэлектронікі
г. Мінск, Рэспубліка Беларусь*

Албут А.А. – старшы выкладчык

У гэтым даследаванні разгледжаны найбольш папулярныя тыпы назваў беларускіх брэндаў (назвы месцаў грамадскага харчавання і магазінаў г. Мінска) з элементамі беларускага алфавіта. Зроблена выснова пра нацыянальны-культурна патэнцыял і заўважнасць вылучаных адзінак нэймінгу.

Імя брэнда з'яўляецца адным з найважнейшых метадаў узаемадзеяння са спажыўцамі. Яно вызначае крэатыўнасць, стыль і ключавую канцэпцыю. Вылучальнае імя здольна значна павялічыць цікавасць спажыўцоў да брэнда.

Матывам для правядзення даследавання стала нарастальная тэндэнцыя выкарыстання элементаў беларускай мовы ў назвах брэндаў: усё больш заснавальнікаў звяртаюцца да беларускіх слоў ці элементаў беларускага алфавіта ў назве. Гэта сведчыць пра павышэнне цікавасці грамадзян да беларускай мовы, культуры, і нацыянальных традыцый. Прадметам дадзенага даследавання з'яўляюцца назвы месцаў грамадскага харчавання і ўстаноў гандлю г. Мінска, якія змяшчаюць у сабе беларускамоўныя (у тым ліку і асобныя графічныя) элементы.

З дапамогай картаграфічных сэрвісаў [1] і інтэрнэт-рэсурсаў [2] была падлічана колькасць неабходных для аналізу ўстаноў. Усяго зафіксавана больш за 50 прыкладаў з назвамі патрабаванага тыпу. Большасць устаноў размешчана ў цэнтральных частках горада Мінска: на вуліцы Кастрычніцкай, Зыбіцкай, у раёне Верхняга горада. Дадзеныя лакацыі мацней за ўсё засяроджваюць найбольш папулярныя сярод насельніцтва ўстановы і з'яўляюцца цэнтрамі гарадской культуры.

Пасля падліку агульнай колькасці назваў на беларускай мове або назваў, якія змяшчаюць беларускія элементы, адзінкі былі падзелены на пэўныя групы згодна з іх напісаннем. Пры класіфікацыі выкарыстоўваліся наступныя крытэрыі: наяўнасць уласцівых толькі беларускай мове

літар «і» і «ў», беларускамоўная лексема, беларускі словаўтваральны элемент. Усяго было адзначана пяць тыпаў назваў:

1. Назвы, цалкам складзеныя з беларускіх слоў. Паказальнымі прыкладамі служаць: рэстаран «Камяніца» (бел. каменны дом), рэстаран-піваварня «Ракаўскі Бровар», карчма «Старавіленская Карчма», рэстараны «Кухмістр» і «Мары», інтэрнэт-крама «Насенне», клуб беларускіх паляўнічых і рэстаран «Трапны Стрэл», кандытарская «Спадчына», кавярні «Лаўка», «Кавярня над Нямігай». Трэба адзначыць, што «Кавярня над Нямігай» – адзіная ўстанова ў Мінску, дзе персанал абслугоўвае выключна на беларускай мове, а наведнікі, якія гавораць па-беларуску, атрымліваюць зніжку, што паказвае, як мова можа стаць сродкам маркетынгу.

2. Назвы – беларускія словы, напісаныя лацінскімі літарамі. Яскравым прыкладам можна назваць кавярню «DREVA» (ад бел. «дрэва») на вул. Кастрычніцкай. Таксама адлюстроўваюць гэтую з’яву назвы кавярняў «Kava Flava», «Lava Kavy», «Mroiva». Наступны прыклад – «KaliLaska», дабрачынны праект па прыёме рэчаў для людзей у нястачы. Гэтыя назвы гавораць аб тым, як цікава можна адначасова захаваць нацыянальны каларыт і выглядаць міжнародна. Такі тып назваў асабліва распаўсюджаны сярод устаноў на Кастрычніцкай вуліцы, якая лічыцца крэатыўным цэнтрам Мінска сярод моладзі і надзвычай папулярныя ў замежных турыстаў.

3. Рускамоўныя назвы з элементамі беларускай мовы. Прыклад – «Волкі Grill», дзе ў назве выкарыстоўваецца беларуская «і», але сама назва напісана на рускай і англійскай мовах.

4. Спалучэнне беларускай і іншых моў у адной назве. Прыклад «Coffee & Кава» спалучае іншамоўнае слова «coffee» з беларускім «кава». Назва кафэ «Тропікава» спалучае ў назве рускае слова «тропікі» з беларускім «кава».

5. Назвы, якія звяртаюцца да беларускай народнасці. Да гатага тыпу можна аднесці: рэстаран «Бульбашы», што гучыць як народнае прозвішча беларусаў; кафэ «У сяброў», назва якога выклікае асацыяцыю з гасціннасцю Беларусі нават у рускамоўнага чытача / наведніка; рэстаран «Радзівіл», названы ў памяць аб знакамітым шляхецкім родзе Радзівілаў; а таксама булчню «Хата», якая адсылае да ўтульнасці гэтай мясціны, асацыятыўна звязаную з беларускім словам.

Згодна з гэтым даследаваннем даволі лёгка заўважыць сапраўдную тэндэнцыю да росту нацыянальнай ідэнтычнасці і культурнай самасвядомасці ў грамадстве, якую падтрымлівае і прадпрымальніцкае асяроддзе. Іншай прычынай распаўсюджвання беларускамоўных назваў можна лічыць яскравае адрозненне на фоне мноства руска- і англамоўных найменняў, што вельмі вылучаецца і лягчэй запамінаецца. Гэта сведчыць пра тое, што беларуская лексіка ўсё больш актыўна ўваходзіць у прасторы камерцыйнага нэймінгу, перастаючы быць часткай выключна этнакультурных праектаў.

Спіс выкарыстаных крыніц:

1. Google Maps – пошук лакальных кавярняў і рэстаранаў Мінска. – URL: <https://maps.google.com> (дата звароту: 01.03.2026).
2. Koko.by – пошук лакальных кавярняў і рэстаранаў Мінска. – URL: <https://koko.by> (дата звароту: 02.03.2025).