

УДК 811.161.2'373.2

## ЕРГОНІМИ МІСТА ЛУЦЬКА: ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧНИЙ СПОСІБ ТВОРЕННЯ

Горожанов Ю.Ю.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Статтю присвячено лексико-синтаксичному аналізу ергонімів міста Луцька. Розглянуто погляди лінгвістів на розуміння терміна ергонім. З'ясовано структурно-семантичні особливості ергонімів м. Луцька. Встановлено, що переважають двокомпонентні конструкції, але трапляються й багатоконпонентні. Зроблено висновки щодо подальших напрямків дослідження.

**Ключові слова:** ергонім, лексика, синтаксис, аналіз, номінатор.

**Постановка наукової проблеми.** Наявність великої кількості підприємств та організацій ставить перед їхніми власниками завдання вибору найбільш конкурентноспроможної назви, здатної привернути до себе увагу споживачів. Потрібно зауважити, що вже сьогодні ергонімні номінації вирізняються семантичним і структурним розмахом. Природно, що такий розвиток подій викликає інтерес дослідників до цього виду пропріальної лексики і зумовлює актуальність дослідження ергонімів як невід'ємної складової частини сучасної української лексики, оскільки вони свідчать і про мовну особистість окремого номінатора, і про мовне середовище міста загалом. Вказана лексика відображає зміни, котрі проходили і проходять у суспільстві.

Як наслідок змін у політичній, економічній і соціальній сфері, на зміну старим назвам міських об'єктів прийшли нові, що відповідають сучасним потребам. В ергонімах почало виявлятися творче начало, оскільки назва підприємства є одним з факторів залучення клієнтів і засобом виділення його (підприємства) серед інших.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В останні десятиліття в українській та зарубіжній лінгвістиці з'явилася низка праць про власні назви суб'єктів економіки. Та це не вирішило термінологічну проблему, оскільки серед дослідників не існує єдиного термінологічного підходу та чітко окресленого кола досліджуваних лексем. Ф. Ф. Алістанова, А. В. Беспалова, З. І. Бузинова, М. Голомидова, С. В. Земскова, Г. В. Зимовець, О. Г. Мікіна, Н. В. Подольська, Т. П. Романова, О. В. Суперанська, М. М. Цілина, С. О. Шестакова, М. В. Шимкевич використовують термін *ергонім*. Водночас деякі дослідники пропонують й інші терміни, які позначають цю реалью. Наприклад, О. О. Белей, В. А. Коршунова та Т. К. Ніколаєва вживають термін *фірмонім*, Д. А. Яловець-Коновалова – словосполучення *назва комерційного підприємства*, Р. І. Козлов, Ю. В. Вайрах – *ергоурбонім* тощо.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Хоч в останні роки з'явилася багато праць про ергоніми, ця українська ономастична лексика найменш вивчена. Не були предметом дослідження й дво- і багатоконпонентні ергоніми м. Луцька, зокрема не з'ясовані їхні структурно-семантичні особливості, що й зумовлює актуальність та новизну нашої статті. Запропонований матеріал розширить джерельну базу досліджень для об'єктивної наукової кваліфікації ергонімних утворень.

**Мета дослідження** – з'ясувати структурно-синтаксичні особливості ергонімів м. Луцька.

**Завдання** – конкретизувати термінологічний апарат ергонімії, виокремити та схарактеризувати структурні та синтаксичні моделі ергонімів.

**Виклад основного матеріалу.** Помітне місце серед ергонімів міста Луцька займають багатослівні назви, тобто у формі словосполучень, а іноді й

речень. І. Крюкова утворення ергонімів на основі вільних сполучень слів відносить до лексико-синтаксичного способу [3, с. 41, 43], вважаючи, що вони часто подібні до звичайних словосполучень і «відрізняються від апелювативних сполучень лише за функцією: виділяють індивідуальний об'єкт з ряду однорідних [3, 21]. А на думку Ф. Алістанової, багатослівні найменування надають більші можливості для характеристики об'єкта номінації як з боку емоційного впливу на споживача, так і з боку раціональної мотивації, хоч і програють однослівним у компактності форми [1, с. 115].

Наші спостереження вказують, що найчастіше серед багатослівних ергонімів міста Луцька трапляються двослівні утворення (*два іменники, іменник і прикметник, іменник і займенник* тощо). Значно рідше номінанти вдаються до більш складних конструкцій.

М. Голомидова вказує, що номінатор, створюючи назву для підприємства, вступає з потенційними клієнтами в опосередковану мовну комунікацію, а значить, орієнтується на загальну мовну свідомість, намагається врахувати культурний і ситуативний контекст [2, с. 67].

Найбільш часто серед ергонімів м. Луцька трапляються дві продуктивні моделі – *прикметник + іменник* та *іменник + іменник*.

Переважають назви, виражені метафоричним словосполученням *прикметник + іменник*. Більш популярним є конструкція, за якою першим у словосполученні є прикметник (наприклад: «*Опалювальна техніка*», «*Американська хімічестка*», «*Охоронні системи*» тощо). Словосполучення, що розпочинаються з іменника, трапляються рідше, і, здебільшого, це конструкції, що складаються з трьох і більше слів (наприклад, «*Послуги будівельної техніки*», «*Салон швейних послуг*», «*Територія дитячої білизни*» та ін.).

Нерідко до основної функції прикметника (вираження ознаки) номінатори додають функцію оцінки, наголошуючи на якості послуг чи продукції (магазини «*Престижні підлоги*» та «*Цікава смакота*»). Колірні прикметники, зокрема ті, що своїм виникненням пов'язані з дорогоцінними металами (золото, срібло) також знаходять своє застосування: «*Золотий дукат*», «*Золотий дракон*», «*Золотий ключик*», «*Золоте яблуко*», «*Золоте руно*», «*Золота підкова*», «*Срібні лелеки*», «*Срібна лива*». Використовують й інші атрибутивні словосполучення, що мають навіювати враження про надійність, упевненість, міцний історичний фундамент фірми чи закладу: «*Княжий двір*», «*Гостинний двір*», «*Козача левада*», «*Старий полковник*», «*Стара пристань*», «*Стара підкова*», «*Монастирська дорога*», «*Бравий Швейк*» тощо.

Деякі з таких назв засвідчують відродження національної культури, традицій, звичаїв: «*Медова хата*», «*Українські страви*», «*Українські вишиванки*» тощо.

Зрідка назва вказує на позитивні результати у випадку співпраці з цим закладом: агромаркет «Родюче поле».

Часто номінатори послуговуються прикметником «новий» («новітній») та числівником «перший», які наголошують на прогресивності та унікальності закладу: телеканал «Нова Волинь», стоматологічний кабінет «Нова Дент», будмаркет «Нова Лінія», агентство нерухомості «Нова оселя», «Нова Пошта», «Новий дім», туристична агенція «Нові мандри», ТОВ «Нові технології», ПП «Новітні технології будівництва», «Перше туристичне агентство», «Перший український міжнародний банк», «Перші регіональні курси масажу» тощо.

Інколи функцію оцінки виконує й іменник. Так, у назві магазину «Японський авторай» це слово «авторай».

Ергоніми-словосполучення за своєю структурою можна поділити на:

1) іменник, що передує прикметнику: наприклад, «Асоціація місцевого розвитку «Велес», «Асоціація регіонального розвитку», «Асоціація українських трудових мігрантів», «Бюро судово-економічної експертизи та аудиту», «Палац учнівської молоді», магазин «Підлога на будь-яку вимогу», «Послуги будівельної техніки», «Салон швейних послуг», «Служба автомобільних доріг у Волинській області», «Служба домашнього сервісу SOS», «Служба інформації ВО ДТРК», «Служба похоронних послуг», «Студія нігтьового дизайну», «Територія дитячої близьки», «Центр пластичної хірургії», «Центр практичної політики», «Центр профілактичних оглядів дітей, відділення з медичної допомоги дітям підліткового віку», магазин «Центр ритуальних послуг», «Центр туристичної інформації», «Центр юридичного обслуговування». Як бачимо, значна частина **thujysvds** є або назвами державних і громадських установ, або утворені як їхнє наслідування;

2) прикметник, що передує іменнику: «Луцька автошкола товариства сприяння обороні України», «Місцевий обчислювальний центр», магазин «Опалювальна техніка», «Автомобільна школа Ас», «Автоскладальний завод № 1», «Аграрний фонд», «Адвокатське бюро Сергія Величка», «Адвокатське бюро Оніщука», «Американська хімчистка», «Архівний відділ Луцької міської ради», ресторан «Білий роля», пивний ресторан «Бравий Швейк», магазин «Буриштина копальня № 2», «Вантажні перевезення», «Весела кулька», «Нічний експрес», туристична агенція «Нові мандри», ТОВ «Нові технології», ПП «Новітні технології будівництва», «Органічні матеріали Галичини», Волинська обласна асоціація дітей-інвалідів «Особлива дитина», канцелярські товари «Офісне мишеня», «Охоронні системи», «Ощадний банк України», журнал «Педагогічний пошук», «Побутова техніка з Німеччини», «Пожежний захист», магазин-гуртівня «Посудний ряд», юридична агенція «Правовий дім», «Правовий стандарт», «Престижні підлоги», «Рекламний штрих», «Рідні вікна», магазин «Родюче поле», агромаркет «Родюче поле», «Слов'янська кераміка», каток «Снігова королева», приватна галерея «Срібна лінва», ювелірний магазин «Срібний світ», «Сучасні вікна, двері», магазин «Сучасні віконні системи», «Сучасні стели», «Теплий дім», «Теремнівський будинок культури», «Теремнівські сауни», «Торговий дім Щедра», «Транспортна компанія», мережа магазинів «Тростянецькі ковбаси», «Туристична агенція Катерини Кідіби», «Туристичне агентство Галини Куцик», «Український професійний банк»,

«Український страховий стандарт», «Український торговельний мережі», «Українсько-європейський консалтинговий центр», «Фінансове рішення», «Центральний ринок», «Центральний універмаг Луцьк», «Церковний магазин», «Цікава смакота», «Чайна країна», «Чайна симфонія», ресторан-клуб «Червоне сонце», «Чиста вода», «Чистий світ-к», кав'ярня «Чорна королева», «Швейна крамниця», «Швейна майстерня», магазин «Швейна техніка», магазин «Швейні послуги», «Швейні послуги обновка», ательє «Швейні послуги», «Шинна компанія», агентство нерухомості «Щасливий метр», магазин «Щедра хата», магазин «Ювелірна карта», «Ювелірна майстерня»;

3) іменник+іменник (інколи – іменник+іменник+іменник): мережа магазинів «Комфорт плюс», «Луцьк експерт», «Макс Велес», магазин «Стіл та стілець», «Автоальянс», журнал «Автобазар», «Авто ліга», автомагазин «Автозапчастини до бусів», «Автозапчастини для іномарок», «Автопром сертифікат», «Авторызборка авто тап», «Адідас Україна», агентство нерухомості «Дім Волині», спортивно-розважальний центр «Адреналін сіті», «Айс тім», магазин «Аква дім», «Аква сервіс Аляска», «Аква техніка», «Адмі мілк захід», «Аналіз води», автомагазин «Бус мастер», «Бюро адвоката Єлова», «Бюро адвоката Максимовича», «Бюро обліку та аудиту», «Бюро подорожей», «Бюро послуг Варіант», «Бюро розлучень», «Вест керамік», юридична компанія «Вест проект», «Мотор Січ», магазин «Органік маркет», «Оцінка майна», «Палац культури міста Луцька», «Панорама бізнесу», «Патріоти Волині», «Пауер хаус», «Перукарня готелю профспілковий», кафе «Підпільник Кіндрат», кафе «Піца пиво», творча майстерня «Подих вогню», магазин «Покрівля про», «Поліграф ленд», газета «Порадник + здоров'я», юридична компанія «Преміум сервіс», «Преміум тракс Луцьк», магазин «Престиж авто», «Регістр судноплавства України», «Ремонт та пошиття одягу із шкури», «Ромді Україна», «Ромстал Україна», «Роуз кафе», мотель «Роял дач», магазин «Сад город», магазин «Салон тканин», «Салон штор та гардин», магазин «Світ взуття», магазин «Світ гардин», «Світ каменю», «Світ канцелярії», магазин «Світ кераміки», магазин «Світ матраців», магазин «Світ меблів», салон-магазин «Світ паркету», «Світ подорожей», «Світ сауни», магазин «Світ чаю», «Системи управління бізнесом», газета «Слово Волині», «Служба інформації ВО ДТРК», «Смарагд плюс», фітнес-зал «Спорт лайн», «Стар трейд 1», «Старт корпорейшн», «Стежина здоров'я», «Стиль пласт», «Стоп кадр», «Студія зачісок Руслана Фурсіка», «Студія краси», «Студія манікюру Анни Літвінової», «Супер хенд», «Теремно хліб», «Техніка монтажу», «Техно модуль ультра», «Топ косметікс», магазин «Топ центр», «Топ шина», «Трайидент хіт», «Трейд логістікс», «Тур гламур», «Укрзахід стімікс», магазин «Фабрика сумок», банк «Фінанси та кредит», «Формула здоров'я», кредитна спілка «Форсаж кредит», «Фрея транс сервіс», «Фронт змін», «Хедос Луцьк», «Хемосвіт луцькхім», волинська федерація шахів «Хід королеви», «Хімрезерв Волинь», «Хірургія автозвуку», «Хліб України», газета «Хроніки Любарта», «Центр стоматології здоров'я +», стоматологічний кабінет «Центр стоматології», кафе «Честер паб», «Юр консалтинг», газета «Ярмарок реклами».

Окремо можемо виділити іменники, поєднані сурядним зв'язком за допомогою сполучників: магазин «Автозвук і тюнінг», творча архітектурна

майстерня «Балан та Стельмащук», ательє «Пошив і ремонт одягу», магазин «Тепло і затишок», магазин «Тепло, вода і мідні труби...», центр дитячого дозвілля «Тік і ток», магазин «Стіл та стілець», газета «Ти і я і вся сім'я», газета «Навчання та робота»;

4) займенник+іменник: приватний медичний кабінет «Ваш лікар», сервісний центр «Ваш майстер», магазин «Ваш урожай», «Ваш цирюльник», «Ваш ювелір», журнал «Ваше весілля», магазин «Ваші двері», супермаркет «Наш край», «Наше радіо», магазин годинників «Свій час», інформаційно-рекламна газета «Твій вибір», журнал «Твій стиль», «Твоє вікно», газета «Твої кросворди», «Твої меблі». Як бачимо, за допомогою займенників «твій», «ваш», «наш» номінант намагається увійти в довіру до реципієнта;

6) числівник+іменник: бар «33 квартал», молодіжний християнський клуб «51 паралель», «Три smerеки», поліграфічні послуги «Три четверті», сімейний клуб «7я». Трапляються й нумеративні двокомпонентні сполучення з символічними в цьому контексті числами три та сім: «Третій кухоль», «Третім буде?»; «Сьоме небо»;

7) частотними є приєднано-відмінкові конструкції (дво- та трикомпонентні): а) прийменник у + антропонім: «У Івана», «У Михайла», «У Миколи»; б) прийменники у, до, біля + апелятив: «У кума», «У тата», «До сусідів», «До спілки», «Біля калини»; в) прийменник над + гідронім: «Над Стиром»;

ник + прийменники у, на + іменник: «Льох у свата», «Шинок на колесах», а також іменник + прийменник у + іменник + іменник: «Брама у світ смаків»;

8) інколи ергонімом може бути й речення, найчастіше у формі традиційного побажання: аптеки «Бажаємо здоров'я» та «Здоровенькі були». Як значає Н. Носенко, в цьому випадку відбувається згорання пропозиції, специфікою ергоніма стає те, що в ролі індивідуалізувальної назви виступає ціле речення чи його частина [4, с. 101].

Як підтверджує проаналізований матеріал, ергонімний простір міста представлений багатим мовним матеріалом і може слугувати об'єктом для багатоаспектного аналізу. Ергоніми можуть чимало розповісти про історію та культуру країни чи міста, колективні стереотипи, а також про сучасний стан суспільства. Вони свідчать і про мовну особистість окремого номінатора, і про мовне середовище загалом. Якщо надане ім'я банальне і не має яскраво вираженої індивідуальності, воно, як правило, не викликає емоцій у споживача і, як наслідок, не запам'ятовується. Розробник назви закладу повинен добре розуміти, що продукт його творчості є передусім повідомленням, яке подає мінімальну інформацію про об'єкт.

**Висновки і пропозиції.** Отже, за структурою ергонімон м. Луцька надзвичайно різноманітний, перебуває в стані постійного оновлення, що й зумовлює перспективу подальшого дослідження, зокрема комплексного дослідження ергонімів міста.

#### Список літератури:

1. Алистанова Ф. Ф. Эргонимы современного русского языка как микросистема: дисс. ... канд. филол. наук.: спец. 10.02.01 – «Русский язык» / Ф. Ф. Алистанова. – Махачкала, 2011. – 178 с.
2. Голомидова М. В. Искусственная номинация в русской ономастике: дис. ... д-ра филол. наук.: спец. 10.02.01 – «Русский язык» / М. В. Голомидова. – Екатеринбург, 1998. – 375 с.
3. Крюкова И. В. Рекламное имя: рождение, узуализация, восприятие / И. В. Крюкова. – Волгоград: Перемена, 2003. – 98 с.
4. Носенко Н. В. Названия городских объектов Новосибирска: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: дисс. ... канд. филол. наук.: спец. 10.02.01 – «Русский язык» / Н. В. Носенко. – Новосибирск, 2007. – 218 с.

**Горожанов Ю.Ю.**

Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки

## ЭРГОНИМЫ ГОРОДА ЛУЦКА: ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЙ СПОСОБ ОБРАЗОВАНИЯ

#### Аннотация

Статья посвящена лексико-синтаксическому анализу эргонимов города Луцка. Рассмотрены взгляды лингвистов на понимание термина эргоним. Выяснено, что преобладают двухкомпонентные конструкции, но встречаются и многокомпонентные. Сделаны выводы о дальнейших направлениях исследований.

**Ключевые слова:** эргоним, лексика, синтаксис, анализ, номинатор.

**Horozhanov Y.Y.**

Eastern European National University named after Lesya Ukrainka

## ERGONEMS OF LUTSK: LEXICAL AND SYNTACTIC CREATION METHOD

#### Summary

The article is devoted to lexical and syntactic analysis of ergonems of Lutsk. Considered the views of linguists in understanding ergonems terms. Was found structural and semantic features of Lutsk's ergonems. Ascertained that prevailing are two-component design, but there are also multicomponent. Made conclusions for future research directions.

**Keywords:** ergonems, vocabulary, syntax, analysis, the nominator.