

МОТИВАЦІЙНА СТРУКТУРА ЕРГОНІМІКОНУ

Цю статтю присвячено проблемі мотиваційної структури ергонімів трьох столиць – Києва, Москви та Лондона. Зроблено спробу створити універсальну мотиваційну класифікацію, яка обіймає 12 ергонімічних класів першого рівня специфікації.

***Ключові слова:** власна назва, ергонім, мотив номінації, мотивація, класифікація.*

Становлення ергонімів як специфічного класу власних назв базується на їх семантичній та структурній своєрідності, певних шляхах та локативно-темпоральних атрибутах виникнення, унікальних мотивах номінації угруповань людей. Мотиваційна класифікація онімів здавна привертає увагу як західноєвропейських [18; 17; 19 та ін.], так і українських й російських ономотологів [3; 5; 6; 12 та ін.], але у цьому аспекті й досі залишається велика кількість невирішених питань, зокрема часткове ототожнення мотиваційної типології онімів суто з семантикою твірного слова, що робить дану розвідку актуальною. Тож **метою** цієї роботи є осмислення існуючих мотиваційних класифікацій онімів та створення власної класифікації ергонімів. **Об'єктом** дослідження є ергоніми м. Києва, Москви та Лондона, **предметом** – їх мотиваційна структура. **Матеріалом** дослідження було обрано по 100 власних назв на позначення закладів харчування трьох міст, обраних зі ЗМІ методом суцільної вибірки.

Передусім слід з'ясувати, які можуть існувати мотиви надання певному закладу саме такого імені. **Мотив номінації** або **мотивіровка імені**, за Н. В. Подольською, це «екстралінгвальна причина вибору або створення даного імені для даного об'єкта» [10: 84]. Цю точку зору відбито також у сучасному «Словнику української ономастичної термінології». За Д. Г. Бучком та Н. В. Ткачовою, **мотив номінації** – «екстралінгвальна причина вибору чи створення конкретної власної назви для певного об'єкта» [11: 124]. Іншими словами, **мотив номінації** – «причина, яка зумовила з-поміж багатьох варіантів можливих найменувань вибір лише одного, який і став власною назвою» [14: 180]. Таку екстралінгвальну причину слід усвідомлювати, бо інколи семантична структура назви є прозорою, але причину вибору цього оніма можна не повністю зрозуміти. Наприклад, у Києві є клубний ресторан *Indigo*, про який засновники пишуть так: «INDIGO – унікальний природний цвет, котрым на короткие мгновения окрашивается горизонт в момент заката и восхода Солнца. Это границы ночи – обратная сторона реальности. Цвет времени, когда мы сбрасываем оковы обыденности и отдаемся своим желаниям и эмоциям. Одна из главных наших потребностей – потребность в удовольствиях, которые делают жизнь по-настоящему полноценной. В Киеве создан новый ультрасовременный проект, который открывает сразу все грани легальных удовольствий: гастрономического, эстетического, удовольствия от музыки, самовыражения, общения с интересными людьми, обретения свободы и независимости». Тобто без такого розлогого пояснення не можливо було б зрозуміти, що на увазі мається не тільки колір, а й щось зовсім інше.

Тож **мотивоване ім'я** – це «будь-яка власна назва, яка має прозору семантичну структуру, чітко виокремлену кореневу морфему, через що в ній можна висвітити мотив номінації» [10: 85], або «будь-яка власна назва, яка має прозору семантичну структуру, чітко виділювану кореневу морфему,

тому в ній може бути виявлено мотив номінації» [11: 124], а **мотивованість** оніма – певна закономірність, не випадковість відношення (зв'язку) між позначуваною й позначальною сторонами знака, між змістом і формою мовної одиниці, між поняттям і його назвою» [13: 401]. О. О. Селіванова розрізняє **мотивацію** у традиційному словотворі, у теорії номінації та у сучасній когнітивній ономазіології [8: 480], зокрема, у розвідці, яку присвячено дослідженню мотиваційних механізмів ергонімічної картини м. Черкаси, вона трактує **мотивацію** як наскрізну лінгвопсихоментальну операцію формування ономазіологічної структури на підставі вибору мотиватора (-ів) зі структури знань про позначене у складній системі зв'язків різних пізнавальних функцій свідомості [7: 172-173].

Першою спробою створення структурно-семантичної класифікації власних назв в українській ономастиці була праця М. М. Кордуби, який виокремив **краєзнавчі, відособові, колонізаційні, фортифікаційні, службові, вільготні, лісові, церковні, жартівливі** назви [3: 22].

В. В. Німчук розрізняє вмотивовані та невмотивовані оніми, так, серед топонімів виокремлюються **фізіографічні та суспільно-історичні** [5: 24-43].

Н. В. Подольська розрізняє **квалітативні, апотропеїчні, охоронні, обманні, захисні** антропоніми, **кваліфікативні, ландшафтні, локативні, посесивні, відпатронімі, прибережні та орієнтирні** топоніми. До того, дослідниця веде мову про **меморіальні, геральдичні, евфемістичні, почесні, глузливі, принизливі, характеристичні** власні назви [10].

Дослідники ергонімів досить часто концентрували свою увагу на мотиваційній класифікації. Так, А. В. Беспалова розподіляє ергоніми на **реально вмотивовані й символічно вмотивовані** [1: 95-104]; Н. В. Кутуза – на **нейтральні й конотовані** [4: 92]; С. О. Шестакова розділяє ергоніми на такі, що відбивають **просторові ознаки денотата, право власності, специфіку**

діяльності об'єкта, його базову функцію, естетичну навантаженість, а також з рецесивним мотивом номінації [16: 181-183].

М. В. Голомідова на рівні часткової характеризуючої семантики оніма концентрує увагу на значенні «ознаки реалії, що мотивує, який відбирається з ряду інших для індивідуалізації та розпізнання об'єкта з-поміж подібних» [2: 33-34]. У науковій концепції К. О. Трифонової третій рівень семантичної моделі ергоніма торкається саме мотивувального значення власної назви, які, відповідно, розподіляються на **реальні** та **символічні** [15: 38-39].

За О. М. Сидоренко, специфіка ергонімії Донеччини постає в особливій географічній та індустріальній мотивації, яку можна розподілити на три типи, які вказують на: розташованість регіону на узбережжі Азовського моря, розвиток металургічної галузі, наявність вуглевидобувної промисловості [9: 37].

О. О. Селіванова диференціює мотиваційні відношення за трьома параметрами: залежно від статусу обраного мотиватором фрагмента ментально-психонетичного комплексу було виокремлено **пропозиційний, асоціативно-метафоричний, модусний і змішаний** типи мотивації; згідно з раціональністю й ірраціональністю знань про позначене було розгалужено **раціональну** та **міфологемну** мотивацію; за культурною значущістю було розглянуто мотивацію **прецедентну** [7: 174-177].

За М. М. Торчинським, мотиваційна класифікація має ґрунтуватися на основній ознаці денотата, у зв'язку з чим він поділяє власні назви на апотропейні, асоціативні, ідеологічні, квалітативні, локативні, меморіальні, номінальні, патронімічні, посесивні, символічні, ситуативні, сутнісні та темпоральні, а також оніми з комбінованою та невідомою мотивацією [14: 186-187]. **Квалітативні** власні назви виникли на основі різних зовнішніх чи внутрішніх характерних ознак [14: 187]. **Сутністі** власні назви пов'язані з тими функціями, які повинен виконувати денотат [14: 187]. Слід зауважити,

що у роботі М. М. Торчинського не завжди йдеться про функції, а частіше про ідентичність денотата. **Локативні** власні назви відбивають місцезнаходження своїх денотатів [14: 188]. **Темпоральні** власні назви характеризують денотат за часом його виникнення [14: 188]. **Патронімічні** оніми стосуються предків [14: 188-189]. **Посесивні** іменування характеризують денотат за правом власності на нього [14: 189]. **Меморіальні** власні назви увічнюють пам'ять про людей, події або інші реалії [14: 189]. **Ідеологічні** власні назви пов'язані з поглядами певної соціальної групи, прославляють основні ідеологічні постулати [14: 189]. **Апотропейні** оніми висловлюють побажання щодо перспектив денотата [14: 190]. **Номінальні** власні назви в основному вторинні, похідні і присвоюються без будь-якого мотиву [14: 190]. **Символічні** – це такі оніми, чия мотивація будується на певних конотаціях, і ці додаткові семантичні відтінки трансформують оніми в символи [14: 190]. **Асоціативні** власні назви виникають за аналогією до інших назв [14: 191]. **Ситуативні** оніми виникають спорадично, на основі певної актуальної ситуації [14: 191]. **Комбіновану** мотивацію мають переважно складні і складені власні назви [14: 192], а назви, походження яких з'ясувати не вдалося, мають **невідому** мотивацію [14: 195].

Вважаємо за доцільне зупинитися на перших 13 класах з огляду їх відповідності структурі ергоніміконів досліджуваних міст. Так, безперечним є досить широке вживання **локативних** та **темпоральних** ергонімів, причому видається правильним віднести до них не тільки такі, що відбивають місце й час виникнення саме цих закладів, а й такі ергоніми, що мають мотивувальною базою назви історичних подій чи локацій. Цей тип власних назв частково створює меморіальні оніми за класифікацією М. М. Торчинського. Прикладами **локативних** ергонімів можемо вважати *Веранда на Дніпрі*,

*Москва, Antwerpen, Дакота, Желтое море*¹; *Босфор, Недальний Восток, Тель-Авив, Узбекистан, Barbados; 10 Greek Street, Launceston Place* (назва вулиці, на якій розташований ресторан), *Mirano* (острів біля м. Венеції). Такі ергоніми називають не тільки місце свого знаходження, але й інші локації. Походження їх часто є відтопонімним, або ж топоніми входять до їх складу. **Темпоральні** ергоніми, такі як *7 Пятниця, Прімавера; Весна, Времена года* позначають зовсім не час свого виникнення, а інші концепти. Оскільки меморіальні оніми складають також антропоніми видатних історичних осіб, їх ми віднесемо до **патронімічних** ергонімів, наприклад, *Рішел'є, Лисса, Lancelot*. Велика кількість таких ергонімів подається у іншомовному написанні, що є характерною рисою ергонімікону Києва. Прикладом московських та лондонських ергонімів цього типу може бути *Пушкін, Чайковський, Жан-Жак* та *Le Gavroche* (*Гаврош* – дійова особа роману В. Гюго «Знедолені»). **Посесивні** ергоніми, які називають володаря закладу чи його засновника, також обіймають значне місце у складі ергонімікона м. Києва, наприклад, *Макдональдс, Mario's, Viola's pub. Хата рибака* також є посесивним ергонімом, але цей заклад харчування не належить рибаківі, а лише вказує на тип їжі та, можливо, інтер'єр. У складі ергоніміконів Москви та Лондону також знаходимо ергоніми цього типу: *Илларион, У Бурчо, Novikov, Uilliam's* та *Bistrot Bruno Loubet, Charlotte's Place, Nobu, Yashin Sushi*. Серед ергонімів знаходимо певну кількість **сутнісних**, які називають основні функції закладу, наприклад, *Пиваріум, BEEF М'ясо & Вино, Beer Point, Mister Cat*, причому останній ергонім називає різновид американо-італійської піци, який є спеціалізацією цієї піццерії. Прикладом московських та лондонських ергонімів цього типу може бути *Ваниль, Колбасофф, Мясной клуб, Beef Bar* та *Kitchen W8, Petrus* (різновид французького вина), *Ristorante Semplice* (італ. *простий ресторан*), *Tinello*

¹ До складу ергонімікону Києва входять назви не тільки українські, а й англійські, російські та ін.

(італ. *невелика їдальня*). Частіше за все сутнісні ергоніми номінують державні заклади, але у сфері харчування панують різнобарвні естетичні уподобання власників. **Квалітативні** ергоніми частково збігаються з апотропейними, бо часто неможливо розрізнити, чи мається на увазі реальна характеристика закладу, чи бажана, наприклад, *Смачне!*, *Швидко*, *Нірвана*; *Большой (ресторан)*, *Две палочки*, *Fresh*; *Roganic*. Тому гадаємо, що слід об'єднати квалітативні власні назви з апотропейними, а залишок перейменувати у **імперативні**, як, наприклад, *Будьмо*, *Здоровенькі були*; *Как есть*; *Quo Vadis* (лат. *куди ти йдеши*). **Ідеологічні** власні назви мають своє представництво серед ергонімів Києва, переважно це стосується політичних чи релігійних угруповань, але й серед закладів харчування є такі, що відбивають певні релігійні та політичні реалії, наприклад, *Культ Ра*, *Єврохата*. Серед московських прикладів ергонімів цього типу знаходимо *Ноев Ковчег*. Певну схожість між собою мають номінальні та асоціативні оніми, тому можемо об'єднати їх у єдину групу під назвою **асоціативні**, прикладом яких можуть слугувати *Чардаш*, *Сезам*; *Балкон*, *Карлсон*; *Hibiscus*, *Indian Zing*. Яскравим прикладом такого типу ергоніма можна вважати заклад у Москві *Скромное обаяние буржуазии*. І хоча у рекламі (<http://www.bourjousia.ru/>) немає жодного посилання на Луї Бунюеля, зрозуміло, що це кафе у першу чергу асоціюється з його фільмом.

Будь-яка власна назва за певних умов може стати символічною, тому цей клас ергонімів нами не було виділено. Нарешті, **ситуативні** ергоніми існують, причому, якщо не знати історію їх виникнення, неможливо чітко зрозуміти їх мотивацію, тому часто їх відносять до таких, які мають невідому мотивацію. Скажімо, московський ресторан *Fat Cat* поіменовано саме так, тому що, згідно із рекламою, «Еще мы очень любим котов, у нас даже живут два, наверное, самых толстых на свете. Поэтому Fat Cat», або київська пивна ресторація *Чорне порося* рекламується у ЗМІ, зокрема, так: «Щоб ...

усвідомити, в чому ж все-таки полягає невловимий шарм цього місця, просто необхідно з неприхованим задоволенням, а то й «поросячим захватом» осушити пару кухлів фірмового пива. ... У процентному співвідношенні меню «Чорного поросяти» переважно «свинське». Тягнеться ще довгим м'ясним шлейфом спогадів низка ковбасок і сосисок від шефа ...»

Таким чином, ми виокремили в мотиваційній структурі ергоніміконів досліджених міст 12 класів власних назв: локативні, темпоральні, патронімічні, посесивні, сутнісні, квалітативні, імперативні, ідеологічні, асоціативні, ситуативні та з комбінованою й невідомою мотивацією. Їх кількісне співвідношення унаочнюється у наступній таблиці:

Таблиця 1. Мотиваційна структура ергоніміконів

Тип мотивації ергоніма	Українські ергоніми	Російські ергоніми	Англійські ергоніми
асоціативні	30	15	4
сутнісні	17	27	17
локативні	13	11	10
з комбінованою мотивацією	11	9	20
з невідомою мотивацією	7	13	17
посесивні	5	4	15
квалітативні	5	4	1
ситуативні	3	7	13
патронімічні	3	6	2
темпоральні	2	2	0
імперативні	2	1	1
ідеологічні	2	1	0

Всього	100	100	100
---------------	------------	------------	------------

Загальні мотиваційні тенденції ергонімотворення трьох досліджуваних столиць виявили майже співпадіння у кількості локативних, квалітативних, патронімічних та імперативних ергонімів. Що стосується інших типів пропріальних одиниць на позначення закладів харчування, то найсуттєвіші розбіжності стосуються асоціативних, посесивних та сутнісних ергонімів. Так, серед українських ергонімів перше місце посідають асоціативні ергоніми, причому тут присутні як літературні асоціації, так і асоціації за схожістю, у той час, як серед російських та англійських ергонімів відсоток назв такого типу є порівняно невеликим. Можливо, така розбіжність базується на загальному освітньому рівні мешканців українського міста, беручи до уваги значно більшу кількість іншомовних мігрантів в Лондоні та Москві. Серед англійських ергонімів значний відсоток складають традиційні посесивні назви пабів, що не є характерним для українських та російських ергонімів. Домінуючу позицію сутнісних ергонімів у Москві можливо пояснити їх зрозумілістю для мешканців міста, для яких російська мова не є рідною.

У подальших розвідках планується провести порівняльний аналіз мотиваційної структури ергоніміконів трьох столиць – Києва, Лондона та Москви – з їх структурною та денотатно-номінативною класифікаціями з метою висвітлення загальних тенденцій ергонімотворення.

Література

1. Беспалова А. В. Структурно-семантические модели эргонимов и их употребление в английском языке (на материале названий компаний): дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / А. В. Беспалова. – Донецк, 1989. – 184 с.

2. Голомидова М. В., Хрущева Е. В. Отражение художественного «стиля эпохи» в эргонимической номинации / М. В. Голомидова, Е. В. Хрущева // Русский язык в контексте современной культуры. – Екатеринбург, 1998. – С. 33–34.
3. Кордуба М. М. Що кажуть нам назви осель? / М. М. Кордуба. – Львів: видавництво «Наша Батьківщина», 1938. – 22 с.
4. Кутуза Н. В. Структурно-семантичні моделі ергонімів (на матеріалі ергонімікону м. Одеси): дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Н. В. Кутуза. – Одеса, 2003. – 214 с.
5. Німчук В. В. Українська ономастична термінологія. – К.: Наукова думка, 1966. – Вип.1. – С.24-43.
6. Никонов В. А. Имя и общество / В. А. Никонов. – М.: Наука, 1974. – 280 с.
7. Селіванова О. О. Ергонімікон міста Черкаси: когнітивний аспект / О. О. Селіванова // Записки з ономастики. – Одеса: Астопринт, 2011. – № 14. – С. 171–179.
8. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 844 с.
9. Сидоренко О. М. Номінаційні процеси в полілінгвальній ергонімії Донеччини: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / О. М. Сидоренко. – Донецьк, 2013. – 210 с.
10. Словарь русской ономастической терминологии [сост. Н. В. Подольская]. – М.: Наука, 1988. – Изд.2-е, пер. и доп. – 189 с.
11. Словник української ономастичної термінології [уклад. Д. Г. Бучко, Н. В. Ткачова]. – Харків: Ранок-НТ, 2012. – 256 с.
12. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – Изд. 2-е, испр. – 368 с.

13. Тараненко О. О. Мотивованість // Українська мова. Енциклопедія. – Вид. 3, зі змінами і доповн. – К.: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, - 2007. – С. 401-402.
14. Торчинський М. М. Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови: дис. ... доктор філол. наук : 10.02.01 / М. М. Торчинський. – К., 2010. – 502 с.
15. Трифонова Е. А. Названия деловых объектов: семантика, прагматика, поэтика (на материале русских и английских эргонимов): дисс. ... канд. філол. наук : 10.02.19 / Е. А. Трифонова. – Волгоград, 2006. – 247 с.
16. Шестакова С. О. Лексико-семантичні інновації у системі української номінації (на матеріалі ергонімів і прагмонімів): дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / С. О. Шестакова. – Харків, 2002. – 241 с.
17. Miklosich F. Die Bildung der Slavischen Personennamen // Denchriften der philos.-hist. Klasse der Akademie der Wissenschaften. – Т. 14. – Wien, 1865. – S. 3–134.
18. Mill J. S. A system of logic, ratiocinative and inductive: being a connected view of the principles of evidence, and the methods of scientific investigation. / J. S. Mill, – London, 1865. – P. 3-180.
19. Taszycki W. Rozprawy i studia polonistyczne. 1. Onomastyka. – Krakow: PAN, 1958. – 346 s.

Дидур Ю. И.

МОТИВАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ЕРГОНИМИКОНА

Эта статья посвящена проблеме мотивационной структуры эргонимиконов трех столиц – Киева, Москвы и Лондона. Сделана попытка создания универсальной мотивационной классификации, которая включает 12 эргонимических классов первого уровня спецификации.

Ключевые слова: имя собственное, эргоним, мотив номинации, мотивация, классификация.

Didur Yu. I.

MOTIVATIONAL STRUCTURE OF ERGONYMICON

The present work is dedicated to the problem of the motivational structure of Kiev, Moscow and London ergonymicons. An attempt is made to create the universal motivational classification, which comprises 12 ergonymic classes on the first level of specification.

Key words: *proper name, ergonym, motive of nomination, motivation, classification.*