

Мотиваційна класифікація ергонімів

Дідур Юлія

Одеський національний економічний університет

Мотиваційна класифікація онімів здавна привертає увагу як західноєвропейських [Mill 1865; Miklosich 1872; Taszycki 1958 та ін.], так і українських й російських ономотологів [Кордуба 1938; Німчук 1966; Никонов 1974; Суперанська 2007 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.

Метою цієї роботи є осмислення існуючих мотиваційних класифікацій онімів та створення власної класифікації ергонімів. Об'єктом дослідження є ергоніми м. Києва, предметом – їх мотиваційна структура. Матеріалом дослідження було обрано 100 власних назв на позначення закладів харчування м. Києва, 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» [1988: 84]. Цю точку зору відбито також у сучасному «Словнику української ономастичної термінології»: мотив номінації – «екстралінгвальна причина вибору чи створення конкретної власної назви для певного об'єкта» [Бучко 2012: 124]. Іншими словами, мотив номінації – «причина, яка зумовила з-поміж багатьох варіантів можливих найменувань вибір лише одного, який і став власною назвою» [Торчинський 2010: 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...». Тобто без такого розлогого пояснення не можливо було б зрозуміти, що на увазі мається не тільки колір, а й щось зовсім інше.

За М. М. Торчинським, мотиваційна класифікація має ґрунтуватися на основній ознаці денотата, у зв'язку з чим від 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 [2010: 186-187]. **Квалітативні** власні назви виникли на основі різних зовнішніх чи внутрішніх характерних ознак [2010: 187]. **Сутністі** власні назви пов'язані з тими функціями, які повинен виконувати денотат [2010: 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 [2010: 188]. **Темпоральні** власні назви характеризують денотат за часом його виникнення [2010: 188]. **Патронімічні** оніми стосуються предків [2010: 188-189]. **Посесивні** іменування характеризують денотат за правом власності на нього [2010: 189]. **Меморіальні** власні назви увічнюють пам'ять про людей, події або інші реалії [2010: 189]. **Ідеологічні** власні назви пов'язані з поглядами певної соціальної групи, прославляють основні ідеологічні постулати [2010: 189]. **Апотропейні** оніми висловлюють побажання щодо перспектив денотата [2010: 190]. **Номінальні** власні назви в основному вторинні, похідні і присвоюються без будь-якого мотиву [2010: 190]. **Символічні** – це такі оніми, чия мотивація будується на певних конотаціях, і ці додаткові семантичні відтінки трансформують оніми в символи [2010: 190]. **Асоціативні** власні назви виникають за аналогією до інших назв [2010: 191]. **Ситуативні** оніми виникають спорадично, на основі певної актуальної ситуації [2010: 191]. **Комбіновану** мотивацію мають переважно складні і складені власні назви [2010: 192], а назви, походження яких з'ясувати не вдалося, мають **невідому** мотивацію [2010: 195].

Вважаємо за доцільне зупинитися на перших 13 класах з огляду їх відповідності структурі ергонімікону м. Києва. 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* (до складу ергонімікону Києва входять назви не тільки українські, а й англійські, російські та ін.). 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*, 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, Лусса, Lancelot*. Велика кількість таких ергонімів подається у іншомовному написанні, що є характерною рисою ергонімікону Києва. **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. Хама рибака* також є посесивним ергонімом, але цей заклад харчування не належить рибаківі, а лише вказує на тип їжі та, можливо, інтер'єр. 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 піцци, який є спеціалізацією цієї піццерії. 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*. Тому гадаємо, що слід об'єднати квалітативні власні назви з апотропейними, а залишок перейменувати у **імперативні**, як, наприклад, *Будьмо* чи *Здоровенькі були*. **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* чи *Єврохата*. 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* чи *Сезам*. 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, 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 ергонімікону м. Києва 12 класів власних назв: локативні, темпоральні, патронімічні, посесивні, сутнісні, квалітативні, імперативні, ідеологічні, асоціативні, ситуативні та з комбінованою й невідомою мотивацією. Перше місце посідають асоціативні ергоніми (30 одиниць), причому тут присутні як літературні асоціації, так і асоціації за схожістю. На другому місці сутнісні ергоніми (17), які чітко називають спеціалізацію закладу. Третє місце посідають локативні ергоніми (13). На четвертому місці багатокomпонентні ергоніми з комбінованою мотивацією. 7 ергонімів мали невідому мотивацію. Поодинокі випадки складають квалітативні (5), посесивні (5), патронімічні (3), ситуативні (3), ідеологічні (2), імперативні (2), темпоральні ергоніми (2), що, гадаємо, пов'язане зі специфікою української етнічної

картини світу. У подальших розвідках планується провести порівняння мотиваційної структури ергоніміконів трьох столиць – Києва, Лондона та Москви – з метою висвітлення загальних тенденцій ергонімотворення.

Література

Кордуба, М. М.: Що кажуть нам назви осель? Наша Батьківщина, Львів 1938.

Німчук, В. В.: Українська ономастична термінологія. Наукова думка, Київ 1966.

Никонов, В. А.: Имя и общество. Наука, Москва 1974.

Подольская, Н. В.: Словарь русской ономастической терминологии. Наука, Москва 1988.

Бучко, Д. Г., Ткачова, Н. В.: Словник української ономастичної термінології. Ранок-НТ, Харків 2012.

Суперанская, А. В.: Общая теория имени собственного. ЛКИ, Москва 2007.

Тараненко О. О.: Мотивованість. In: Українська мова. Енциклопедія. Українська енциклопедія, Київ 2007, с. 401-402.

Торчинський М. М.: Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови. Київ 2010.

Miklosich F.: Die Bildung der Slavischen Personennamen. In: Denkschriften der philos.-hist. Klasse der Akademie der Wissenschaften 16, s. 3-134.

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. London 1865.

Taszycki W.: Rozprawy i studia polonistyczne. 1. Onomastyka. PAN, Krakow 1958.