

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний педагогічний університет
імені Г.С.Сковороди

МОРАДІ АРЕЗУ

УДК 811.161.1'373.2:911.375.1

**СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА І ФУНКЦІЇ НАЗВ МІСЬКИХ ОБ'ЄКТІВ
СУЧАСНОГО МІСТА
(на матеріалі емпоронімів і трапезонімів м. Харкова)**

10.02.02 – російська мова

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Харків – 2019

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі російської мови Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Міністерство освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор філологічних наук, професор
Степанченко Іван Іванович,
Харківський національний
університет імені В. Н. Каразіна,
професор кафедри російської мови.

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, доцент,
Яроцька Галина Сергіївна,
Одеський національний
університет імені І. І. Мечникова,
професор кафедри прикладної лінгвістики;

кандидат філологічних наук, доцент,
Голікова Оксана Миколаївна,
Харківський національний
технічний університет «ХПІ»,
доцент кафедри ділової іноземної
мови та перекладу.

Захист відбудеться _____ 2019 р о _____ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.053.05 Харківського національного університету імені Г. С. Сковороди за адресою: 61168, м. Харків, вул. Валентинівська, 2, ауд. 221–А.

Із дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди за адресою: 61168, м. Харків, вул. Валентинівська, 2, ауд. 215–В.

Автореферат розіслано _____ січня 2019 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



Н. В. Щербакова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. До явищ, що характеризують розвиток сучасної російської мови наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. на пострадянському просторі, належать лексико-семантичні інновації у сфері найменувань міських об'єктів. Номінації міських об'єктів, що є компонентами мовного простору міста, відображають не лише соціально-економічні зміни, але й процеси, які відбуваються в живій мові городян в усній і письмовій формі. У цьому аспекті науковий інтерес становлять назви, що створюють «письмовий», «текстовий» мовний простір міста і є важливою частиною його ономастичного ландшафту. Це, насамперед, власні імена, які функціують в ергонімії – у галузі номінацій ділових об'єднань людей, підприємств, фірм, організацій.

Більшість лінгвістичних досліджень у цій галузі виконано на регіональному мовному матеріалі різних російських міст (Ю. В. Вайрах, К. В. Ворошилова, Н. О. Гусейнова, М. В. Китайгородська, Р. І. Козлов, Л. А. Капаназе й К. В. Красильникова, В. І. Крюкова, М. Я. Крючкова, В. В. Носенко, Р. В. Разумов, О. Б. Сиротініна, В. В. Стародубцева, О. В. Суперанська, К. О. Трифонова, М. В. Шимкевич, Т. В. Шмельова, Т. В. Щербакова та ін.). Лінгвісти України теж звертаються до вивчення мовного простору міста, різних його сфер. Опубліковані наукові праці, у яких дослідники вивчають структурні особливості ергонімів, аналізують індивідуальні номінації міських об'єктів. Із різним ступенем повноти вивчено україномовні, російськомовні та іншомовні ергоніми українських міст – Одеси, Сум, Ужгорода, Донецька, Луганська, Запоріжжя, Маріуполя. Серед робіт останніх років – дослідження О. О. Белея, Ю. Ю. Горожанова, Ю. А. Грушевської, Ю. І. Дідур, О. Ю. Карпенко, І. О. Кудрейко, Н. В. Кутузи, Н. М. Лесовець, Л. В. Нуждак, Ю. М. Петрашика, О. М. Сидоренко, І. І. Турути, М. М. Циліної, С. О. Шестакової та інших.

Вивчення ергонімів як класу міських онімів дозволило дослідникам описати структурно-граматичні й лексико-семантичні особливості, визначити лінгвокультурний потенціал, а також виділити окремі підрозряди найменувань міських об'єктів за профілем їхнього призначення. Проте недостатньо вивченими залишаються назви й тексти вивісок торгових закладів і підприємств громадського харчування, оскільки вони нечасто стають предметом спеціальних досліджень, а зазвичай їх використовують як приклади в загальному ряду ергонімів, що не диференційовані дослідниками за типами найменувань з огляду на характер діяльності підприємств. Дослідження деяких аспектів найменувань торгових об'єктів нечисленні (М. Г. Бакшеєва, О. М. Зюзіна, Т. О. Кадоло, Т. С. Куш і В. В. Деманова, О. М. Іванова, Л. З. Подберезкіна, Р. Х. Тірігулова і Е. Р. Ібрагімова), як і дослідження назв підприємств громадського харчування (М. С. Алексєєва, В. І. Васюкова, Т. В. Васильєва, О. В. Гостєва, К. В. Овсянникова, І. Ю. Рогова, Г. М. Старикова). До цього часу не визначене місце найменувань підприємств торгового і ресторанного бізнесу в ономастичному просторі сучасного міста, не описані способи їхнього утворення та лексико-семантичні й структурно-

граматичні особливості як самостійних ономастичних одиниць, що вирізняються з-поміж інших розрядів ергонімів. Усе це свідчить про **актуальність** дисертаційної роботи.

Про недостатню вивченість найменувань підприємств торгівлі та харчування свідчить і той факт, що для них немає окремих усталених термінів, вони не набули належного тлумачення в ономастичній терміносистемі; не визначено їхній ономастичний статус як виду ергонімів у полі урбанонімів. Для назв міських об'єктів, досліджуваних у дисертації, використовують термінопозначення, що їх запропонували російські лінгвісти. Для позначення назв торгових закладів – термін «емпоронім»: з грец. εμπορίου емпорія ‘торгівля’ + онім (Т. В. Шмельова). Для позначення назв закладів громадського харчування – термін «трапезонім»: з грец. τραπέζα ‘стіл’ і в переносному значенні ‘харчування, їжа’ через ст.-сл. ‘трапеза’ – ‘приймання їжі, їжа (за столом)’ + онім (І. В. Євсєєва та Д. А. Нурієва).

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема дисертації відповідає науковій проблематиці, що розробляється кафедрою російської мови філологічного факультету Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна в рамках наукового напрямку «Російська мова як об'єкт порівняльно-історичних, лінгвокультурологічних, когнітивних і соціолінгвістичних досліджень» (реєстраційний номер № 0115U000660 від 19.02.2015 року).

Об'єкт дослідження – найменування внутрішньоміських підприємств торгового і ресторанного бізнесу, що є елементами письмових текстів міського середовища, одним із засобів формування ономастичного простору і презентують мовний простір сучасного міста (на прикладі міста Харкова).

Предметом дослідження є структура найменування на вивісці підприємств торгового і ресторанного бізнесу, а також лексико-семантичні, словотвірні та функціональні особливості емпоронімів і трапезонімів як складових частин ономастичного простору міста.

Мета роботи полягає у визначенні лексико-семантичних, словотвірних і функційних особливостей емпоронімів і трапезонімів як компонентів ономастичного простору міста і як периферійних розрядів онімів.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- 1) визначити місце найменувань підприємств торгового і ресторанного бізнесу в ономастичному просторі міста, а також в ієрархії ономастичних полів у мовному просторі міста;
- 2) обґрунтувати ономастичний статус емпоронімів і трапезонімів як периферійних розрядів онімів, як особливий різновид урбанонімів і підрозряд ергонімів;
- 3) визначити місце емпоронімів і трапезонімів в ономастичній терміносистемі, установити родо-видові відношення цих онімів з ергонімами інших видів;
- 4) проаналізувати компонентний склад повного найменування на вивісці підприємств торгового і ресторанного бізнесу та виокремити в ньому власну назву підприємства;

- 5) описати структурно-семантичні властивості емпоронімів і трапезонімів в аспекті їхньої вмотивованості під час семантичної онімізації, морфемної деривації, лексико-синтаксичних перетворень вихідних лінгвістичних одиниць, а також у ході трансонімізації;
- 6) визначити продуктивність установлених моделей і визначити, де це можливо, залежність лексико-семантичних характеристик від особливостей діяльності підприємств, що дістали назви;
- 7) проаналізувати трансонімізовані емпороніми й трапезоніми щодо походження та розробити їхню лексико-семантичну класифікацію;
- 8) розглянути мовну гру як креативний спосіб творення емпоронімів і трапезонімів і запропонувати класифікацію креативних прийомів і засобів їхнього утворення; визначити, які з них обумовлюють специфіку названих розрядів онімів.

Матеріалом для дослідження послужили найменування підприємств торгівлі й харчування, які було отримано шляхом вибірки з інтернет-ресурсів інформаційних сайтів м. Харкова, з адресно-телефонного довідника підприємств, організацій і установ Харкова й Харківської області «Золоті сторінки» (2015-2017), а також найменування, самостійно зібрані автором шляхом фотографування вивісок з назвами підприємств торгового і ресторанного бізнесу. Загалом було відібрано 3890 назв, із них 2798 емпоронімів і 1092 трапезоніми. З усього масиву відібраних онімів були виділені російськомовні назви (1695 емпоронімів і 805 трапезонімів – разом 2500 одиниць) і назви, оформлені латиницею та іншої графікою – арабською, китайською, в'єтнамською, грузинською, ідиш – як власне іноземні, так і транслітеровані російські, а також графогібриди (1103 емпороніми й 287 трапезонімів – 1390 одиниць), коли в одній назві поєднується кирилиця з алфавітами інших мов, напр., ідиш і російська в назві ресторану *Шалом=שׁלוֹם*.

Система досліджуваних онімів нестабільна, перебуває в процесі безперервного формування та оновлення. Спостереження за функціонуванням харківських трапезонімів і емпоронімів, що здійснювалося протягом п'яти років, виявили зникнення одних і виникнення нових назв у зв'язку з появою нових об'єктів номінації або у зв'язку з реномінацією тих, що функціонують. Тому дисертація не претендує на розгляд кінцевого, вичерпного переліку найменувань.

Методи дослідження. У роботі використані загальнонаукові *індуктивний* і *дедуктивний* методи, *прийоми аналізу* і *синтезу* на всіх етапах дослідження. Основним лінгвістичним методом дослідження зібраного матеріалу став *метод наукового опису*, що складається з прийомів *безпосереднього спостереження*, *систематизації*, *класифікації* та *інтерпретації* отриманих результатів. Дослідження структурно-семантичних особливостей емпоронімів і трапезонімів проводилося за допомогою *словотвірного аналізу* з подальшим *лінгвістичним моделюванням* і *описом* отриманих структур. *Метод польового дослідження* застосовувався під час збирання фактичного (онімного) матеріалу. *Метод аналогій* дозволив установити деякі властивості емпоронімів і трапезонімів, характерні й для інших підрозрядів

ергонімів. За допомогою елементів *методу кількісної обробки* результатів визначалася продуктивність лексико-семантичних структур досліджуваних онімів.

Достовірність і об'єктивність отриманих результатів і зроблених висновків обумовлена репрезентативним обсягом проаналізованого матеріалу і застосуванням адекватних методів наукового дослідження.

Наукова новизна дослідження полягає в залученні до аналізу регіонального онімного матеріалу, що раніше не вивчався; уперше назви міських об'єктів торгового і ресторанного бізнесу розглянуті як компоненти ергонімного поля ономастичного простору міста; уперше в ономанології обґрунтовано ономастичний статус емпоронімів і трапезонімів, виокремлених із групи ергонімів у самостійні підрозряди, і ці терміни включено в науковий обіг української русистики; доказово уточнено компонентний склад повного найменування на вивісці підприємств торгівлі й громадського харчування, описано функції його компонентів, виокремлено власну назву закладу, яку зіставлено з термінами «емпоронім» або «трапезонім» відповідно до профілю діяльності об'єкта, якому ця назва належить; емпороніми й трапезоніми вперше розглянуто як ономастичні мікросистеми, що характеризуються специфічним набором типізованих словотвірних моделей; уперше виявлено весь спектр онімів, здатних трансонімізуватися в трапезоніми та емпороніми; на великому онімному матеріалі виявлено й систематизовано прийоми лінгвістичної креативності в емпоронімії і трапезонімії.

Теоретична значущість. У дослідженні представлено один із аспектів наукового вивчення мовного простору міста, що пов'язаний зі сферою урбанонімів. Результати дослідження поглиблюють наукове уявлення про емпороніми та трапезоніми як про периферійні розряди онімів, різновиди ергонімів. Розроблення питань взаємодії ядерних і периферійних розрядів онімів у процесах трансонімізації розширює знання про словотвір міських онімів. Матеріал, що було зібрано й проаналізовано, сприяє поповненню знань про емпоронімію й трапезонімію як частину ономастичної лексики російської мови, яка продовжує функціювати в сучасній Україні.

Практична цінність дисертаційного дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані в практиці викладання лекційних курсів з лексикології, у спецкурсах з ономастики, а також у порівняльних наукових дослідженнях емпоронімів і трапезонімів різних міст. Зібрані й досліджені найменування підприємств торгового і ресторанного бізнесу півтора мільйонного м. Харкова можуть стати складовою частиною корпусу урбанонімів, необхідного для опрацювання більш глибоких теоретичних положень урбанолінгвістики. Проаналізований матеріал і отримані результати можуть бути використані в лексикографічній практиці при підготовці словників емпоронімів і трапезонімів.

Особистий внесок автора. Автору дисертації належать вибір теми, формулювання задач, розроблення теоретичних аспектів досліджуваної проблеми, збирання, систематизація та аналіз онімного матеріалу. Усі публікації автора одноосібні. Представлені в дисертації наукові результати отримані автором

самостійно, робота не має текстових запозичень, ідей, наукових результатів і матеріалів інших авторів без посилань на джерела.

Апробація результатів дисертаційного дослідження. Основні ідеї, положення та окремі результати наукового дослідження були представлені у виступах на п'ятьох міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях протягом 2015-2018 рр.: XVI Міжнародна наукова конференція «Семантика мовних одиниць (на матеріалі української та російської мов)» (Харків, 14-15 квітня 2016); VI Міжнародна конференція «Актуальные проблемы русистики и славистики» (Харків, 11 квітня 2017 року); XVII Міжнародна наукова конференція «Художній текст: лексика, граматики, стилістика» (Харків, 15-16 травня 2018 року); Всеукраїнська наукова конференція «Слово – текст – мова у дослідницьких парадигмах сучасної лінгвістики», присвячена 90-річчю від дня народження професора ХНУ імені В. Н. Каразіна В. В. Акуленка (Харків, жовтень 2015 року); V Всеукраїнська науково-практична конференція «Лінгвістичні та лінгвокультурологічні аспекти навчання іноземних студентів у вищих навчальних закладах України» (Дніпропетровськ, 31 березня – 1 квітня 2016 року). Дисертація в повному обсязі обговорювалася на кафедрі російської мови Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (24 травня 2018 р.).

Публікації. Зміст основних положень дисертації викладено в 7 наукових публікаціях автора. Серед них 5 статей в українських фахових виданнях, зареєстрованих у ВАК України, 1 стаття в міжнародному періодичному виданні «Virtus», унесеному до міжнародних наукометричних баз даних Scientific Indexing Services (SIS) (USA), International Innovative Journal Impact Factor (IIJIF), Citefactor (USA), 1 тези у збірнику матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Лінгвістичні та лінгвокультурологічні аспекти навчання іноземних студентів у вищих навчальних закладах України» (Дніпропетровськ, 2016 р.) додатково відображають результати дисертаційного дослідження.

Структура дисертаційної роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списків використаних наукових джерел після кожного розділу, що містять 295 бібліографічних одиниць, та 5 додатків. Загальний обсяг роботи – 351 стор., з яких 211 стор. (9,1 д. а.) основного тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, сформульовано мету й завдання; визначено об'єкт, предмет і методи дослідження, розкрито наукову новизну й практичну цінність отриманих результатів; подано відомості про публікації та апробацію результатів дослідження, про особистий внесок автора дисертації.

У першому розділі «**Назви підприємств торгового і ресторанного бізнесу як компоненти мовного й ономастичного простору міста**» розглянуто поняття «мовний простір міста»; визначено склад його компонентів і місце в ньому ономастичного простору, утвореного міськими номінаціями, місце найменувань

підприємств торгівлі й громадського харчування в ономастичному просторі міста і в ієрархії ономастичних полів; виявлено властивості емпоронімів і трапезонімів як компонентів ергонімичного поля, а також визначено їхній ономастичний статус як периферійних розрядів онімів та родо-видові відношення в ономастичній терміносистемі. Окрім того, описано структуру повного найменування підприємств торгівлі й харчування на вивісці.

Опрацювання фундаментальних науково-теоретичних праць у галузі досліджень «мовного простору» і «мовного простору міста» (Б. М. Гаспаров, Ю. М. Караулов, О. О. Корнілов, В. Г. Костомаров, О. О. Леонтьєв, М. А. Бородіна, М. Г. Курбанова, А. М. Ємельянова, Ю. В. Вайрах, О. Ю. Позднякова, К. С. Яковлева), а також наукових розвідок, присвячених вивченню мови міста (О. А. Земська, М. В. Китайгородська і Н. М. Розанова, В. В. Колесов, Д. Р. Копосов, Б. О. Ларін, Н. О. Прокуровська, Є. М. Степанов, Л. З. Подберезкіна і Г. О. Трапезникова, Б. Я. Шаріфуллін та ін.), дозволили визначити, що мовним простором міста є фрагмент, виокремлений із загального мовного простору за територіальним принципом. Водночас він є локалізованою в межах території міста реалізацією системи мови в усній і письмовій формі. Мовний простір міста складається з безлічі взаємозалежних, але різнорідних компонентів, які можна згрупувати у дві сфери функціонування лінгвістичних одиниць, що перетинаються: сферу усного мовного спілкування у всіх його стилістичних різновидах і сферу письмових текстів міського середовища, до якої належить підсфера міських номінацій. Усне мовлення створює усно-мовний простір, міські найменування (урбаноніми) утворюють ономастичний простір міста всередині письмової сфери мовного простору, який формується всіма міськими письмовими текстами. Найменування, що мають форму тексту в письмовому вигляді на вивісках міських об'єктів, створюють візуальний вигляд міста і беруть участь у мовній/комунікативній діяльності городян у рамках усього міського мовного простору.

Розгляд поняття «ономастичний простір» у дослідженнях із загальної ономастики (В. Д. Бондалетов, М. Гарвалік, І. О. Корольова, О. К. Матвеев, В. В. Німчук, Є. С. Отін, О. Ю. Позднякова, О. В. Суперанська, В. І. Супрун, В. С. Топоров, М. М. Торчинський, G. Bauer, A. Gardiner, J. Horecky) і застосування полевого підходу дозволив виокремити ономастичний простір міста, що складається з ономастичних полів з упорядкованими, ієрархізованими сукупностями мовних одиниць (міських онімів), які характеризуються системно-структурними відношеннями. Це дало можливість поєднати ономастичний простір міста з предметом дослідження дисертаційної роботи, сформулювавши таке робоче визначення: *ономастичний простір міста* – це простір номінацій, що включає в себе не тільки імена городян (поле антропонімії) і найменування географічних об'єктів (поле міської топонімії), але й власні назви внутрішньоміських об'єктів (поле урбанонімії): спортивних та культурних закладів, культових споруд, транспортних зупинок, різних банківських, торгових, комерційних підприємств, організацій, фірм і подібне, – які зафіксовано в письмовому вигляді в міському

просторі і які функціують у розмовній мові городян. Таке розуміння дозволяє розглядати структуру ономастичного простору міста в співвіднесенні її елементів з типами об'єктів, що їм надано назви, а також аналізувати окреслені групи власних назв як одиниці лексико-семантичного поля.

Найменування підприємств торгового і ресторанного бізнесу є одиницями підсфери міських номінацій, тобто компонентами ономастичного простору міста, що включає різнорідну множину ономастичних полів. Серед них є поле ергонімії, яке складається з номінацій об'єктів виробничого, навчального, культурного, спортивного, соціального та іншого призначення. Дослідники часто відносять ергоніми до міських топонімів – мікротопонімів (Н. В. Подольська, Р. І. Козлов, Ю. В. Вайрах та ін.). У дисертації емпороніми й трапезоніми розглядаємо як складники ергонімічного поля, відмінного від поля міських топонімів, оскільки вони відрізняються від міських топонімів за мотивами і способами номінації, функціями, сферою вживання й комунікативними потребами в них городян.

Емпороніми й трапезоніми, які є компонентами ергонімічного поля, належать до різних самостійних підполів, що обумовлено їхньою співвіднесеністю з міськими об'єктами різного типу, які відрізняються за профілем і специфікою діяльності. Власні назви в номінаціях міських об'єктів належать до периферії ономастичного простору (О. В. Суперанська, Н. В. Подольська, В. І. Супрун, О. Ю. Позднякова, Л. С. Головіна, Ю. В. Вайрах). Унаслідок цього емпороніми й трапезоніми, репрезентуючи окремі ономастичні поля в межах поля ергонімії, теж належать до периферії ономастичного простору. Розгляд емпоронімів і трапезонімів як компонентів ергонімічного поля, дозволив дійти висновку про те, що емпороніми й трапезоніми мають низку лінгвістичних властивостей, характерних для ергонімів загалом: 1) емпороніми й трапезоніми займають периферійне місце в ономастичному просторі й становлять явище штучної номінації; 2) вони є продуктом вторинної номінації і тому актуалізують переносні значення і створюють необхідні для номінатора асоціації та конотації; 3) вони поліфункційні, оскільки виконують номінативну, інформативну, ідентифікувальну та рекламну функції, остання включає експресивну й атрактивну; 4) їхні структурні, семантичні та функційні особливості багато в чому схожі з особливостями інших підрозрядів ергонімів, але є й розбіжності. Специфічною особливістю щодо створення найменувань у сфері емпоронімії й трапезонімії є значний вплив екстралінгвальних чинників, у тому числі таких, як профіль діяльності закладу, правила неймінгу, особисті вподобання й особистісні характеристики номінаторів.

Вивчення матеріалів роботи термінологічної групи Міжнародної ради ономастичних наук (International Council of Onomastic Sciences – ICOS) над міжнародним «Словником основних ономастичних термінів», а також аналіз наявних класифікацій онімів, розроблених російськими та українськими лінгвістами (О. В. Суперанська, В. Д. Бондалетов, М. М. Торчинський), дозволив визначити ономастичний статус емпоронімів і трапезонімів як периферійних розрядів онімів і з'ясувати їхнє місце в ономастичній терміносистемі. Їхні родо-видові відношення з ергонімами інших видів та урбанонімами загалом були встановлені таким чином:

стосовно одне одного *емпоронім* і *трапезонім* виступають співгіпонімами (еквонімами). Відносно гіпероніма *ергонім* терміни *емпоронім* і *трапезонім* є гіпонімами, як і інші підрозряди ергонімів. У свою чергу *ергонім*, виступаючи компонентом ономастичного поля урбанонімії, є гіпонімом щодо *урбаноніма* та співгіпонімом до міських топонімів (хоронімів і годонімів), а також щодо позначень міських споруд (ойкодонімів і еклезіонімів). Родовим терміном (гіперонімом) для *ергоніма* виступає *урбанонім*, що є гіпонімом відносно загального, головного родового поняття *онім*.

Терміни емпоронім і трапезонім утворюють словотвірні гнізда, традиційні для терміносистеми онімів: *емпоронім* → емпоронімія (сукупність, множина всіх емпоронімів), емпоронімікон (список, іменник емпоронімів на певній окресленій території, наприклад, емпоронімікон м. Харкова), емпороніміка (наука, що вивчає емпороніми), емпоронімізація (перехід апелювання та інших лінгвістичних одиниць в емпоронім), трансемпоронімізація (перехід онімів інших розрядів в розряд емпоронімів), а також словотвірні ряди: емпоронімний (< емпоронім), емпоронімічний (< емпороніміка), емпоронімізований (< емпоронімізація). Відповідно, й термін *трапезонім* → трапезонімія, трапезонімікон, трапезоніміка, трапезонімізація, трансрапезонімізація; трапезонімний (< трапезонім), трапезонімічний (< трапезоніміка), трапезонімізований (< трапезонімізація).

Вивчення наявної наукової літератури про структуру найменування міського об'єкта ергоурбаноніма, законодавчих актів і літератури з менеджменту, а також аналіз повного найменування підприємств торгівлі і громадського харчування на вивісках м. Харкова дозволили описати структуру повного найменування і виявити в ньому чотири компоненти: комерційне ім'я, тип/формат підприємства, фірмове найменування й атрибут. У складі повного найменування визначено дві власні назви: фірмове найменування (напр., *ФОП Кришталь Т.В.*, *ЧП Мосиенко*) та комерційне ім'я (напр., *«Чудо-маркет»*; *«ЕлітОбои»*, *«Пиццаленд»*, *«ЯпонаХата»*), між якими спостерігаються істотні розбіжності як у понятійному, так і у функційному плані. Вони також із різним ступенем обов'язковості присутні на вивісці. Фірмове найменування визначає лише організаційно-правову форму юридичної особи, його правовий статус, проте комерційне ім'я є власною назвою конкретного об'єкта і виконує основні функції оніма – номінативну, ідентифікувальну, диференціювальну, а також рекламну, тобто служить індивідуалізованою назвою підприємства торгівлі або харчування. Саме комерційному імені відповідають ономастичні терміни *емпоронім* або *трапезонім* стосовно об'єктів торгівлі або харчування.

У другому розділі **«Структурно-граматичні та лексико-семантичні особливості трапезонімів і емпоронімів»** досліджувані оніми розглянуто в аспекті онімотворення, проаналізовано моделі їхнього творення в процесі семантичної онімізації (неморфемної деривації) та граматичної онімізації (морфемної деривації і лексико-синтаксичних перетворень мотивуючих лінгвістичних одиниць), а також моделі семантичної і граматичної трансонімізації. Процеси онімізації й трансонімізації трактуються в дисертації, слідом за О. В. Суперанською,

Н. В. Подольською, Ю. О. Карпенком і Є. С. Отіним, як лексико-семантичні способи словотвору та онімотворення.

Словотвірну структуру емпоронімів і трапезонімів проаналізовано в єдності з їхніми семантичними характеристиками, що дозволило з'ясувати залежність лексико-семантичних характеристик досліджуваних онімів від профілю діяльності підприємств, які мають ці назви.

Під час аналізу процесів онімізації були розглянуті такі структурно-граматичні типи трапезонімів та емпоронімів: 1) однослівні (*Крендель_кофейня*¹, *Погребок_рюмочная*, *Копилочка_магазин+(секонд хенд)* та інші); 2) аббревіатури і складні слова (*АТБ_національна мережа продуктових магазинів*, *ЗиМ_буфет*, *Старгород_ресторан-пивоварня* та інші); 3) складені – бінарні (*Кавказские блюда_кафе*, *Блинная на Шляху_кафе*, *Всё для животных*, *Фурнитура и ткани* та інші); та багатокomпонентні емпороніми- і трапезоніми-словосполучення (*Столовая домашней кухни*, *Женская одежда из трикотажа* та інші); а також емпороніми- і трапезоніми-речення, які є предикативними конструкціями (*Не горюй!_ресторан*, *Как удачно я зашёл+(эконом цена)*, *Порыбачим_магазин* та інші).

Своєрідність морфологічного аспекту лексико-семантичних способів творення емпоронімів і трапезонімів під час онімізації полягає в тому, що: по-перше, онімізуються не лише іменники, покликані називати об'єкти, але й інші частини мови (прикметник, прислівник, числівник, займенник, вигук, хоча й значно рідше), які при онімізації набувають граматичних властивостей власної назви і можуть виконувати всі функції онімів (*ЮБИЛЕЙНЫЙ_супермаркет*, *Вот так!_магазин одежды*, *Биллион_интернет-магазин строительных материалов*, *Алло_магазин электроники*, *Вкусно_кафе*, *#ШО_бар*, *Браво_кафе*); по-друге, не можна однозначно стверджувати, що на етапі онімотворення при виборі однослівного найменування (нескладного слова) номінатор використовує словотвірний ланцюжок, у якому за вихідну береться безафіксна форма, а не готове слово з афіксами, а тому можна говорити лише про умовну афіксацію при утворенні емпоронімів або трапезонімів, навіть якщо в структурі апелятива можливе морфемне членування (*Теремок+сувениры игрушки*, *Шоколадка_кофейня*, *Дубки_кафе*); по-третє, найбільш продуктивними, поряд із семантичною онімізацією, є моделі словоскладання (композиції), за допомогою яких утворюються оригінальні й здебільшого ефективні найменування міських об'єктів торгівлі й харчування (*Мапа_пиццерия (мама + папа)*, *Коффишка_кофейня* ('кофейная фишка'), *Иград+настольные игры, подарки*).

Проведений аналіз дозволяє констатувати, що структурно-граматичні способи творення емпоронімів і трапезонімів, які спираються на неморфемну й морфемну деривацію, породжують моделі, що відображають словотвірні процеси, загалом притаманні російській мові та онімотворенню в ергонімії.

Семантичний аспект емпоронімізації й трапезонімізації характеризується тим, що назва відображає особливі ознаки об'єкта номінації, які хотів виділити

¹ У прикладах емпороніми або трапезоніми позначені курсивом. Знак підкреслення відокремлює комерційне ім'я від указівки на тип/формат підприємства в тому вигляді, у якому це зафіксовано на вивісці закладу. Знаком плюс відокремлено атрибут – додаткову характеристику закладу.

номінатор, і викликає відповідні асоціації та додаткові конотації в адресата. При цьому мотивуюча лексема, згідно зі своєю новою функцією, набуває основного онімного значення – «назва магазину», «назва ресторану», «назва кафе» і подібне, а доонімне значення при переході лексеми-апелятива в онім перетворюється, стає переносним і доповнює основне, виділяючи об'єкт номінації з-поміж подібних за вказівкою на його особливі ознаки.

Аналіз синтаксичної структури складених емпоронімів і трапезонімів, що мають форму словосполучень і речень, продемонстрував різноманітність і неоднорідність синтаксичних структур. Наприклад, для бінарних емпоронімів і трапезонімів найбільш продуктивними є атрибутивні конструкції з узгодженим (напр., *Цветочный рай_магазин* цветов, *Старый рояль_кафе*) і неузгодженим означенням у род. від. (напр., *Долина Снов_магазин* товаров для сна, *Территория Отдыха_кафе*), із прикладкою (напр., *Рыболов-Эксперт+товары* для рыбалки, *Дубы Колдуньи_ресторан*), а також з прийменниково-відмінковим словосполученням тільки в емпоронімії (напр., *Товары для дома_магазин*, *Огород у дома+овощи и фрукты*). Актуальними є також бінарні й багатокомпонентні емпороніми і трапезоніми, мотивовані міськими топонімами-еліпсами, що вказують на місце розташування закладу, але з відсутніми номенклатурними словами *вулиця*, *провулок*, *набережна*, *площа* (напр., *Люстры на Московском_торговый дом*, *Блинная на Шляху_кафе* (Блинная на улице Полтавский шлях), *Торговый центр «на Гагарина»*).

Незначна кількість випадків емпоронімізації і трапезонімізації фразеологізмів (*Из рук в руки_комиссионный магазин*, *С пылу с жару_кафе-пекарня*, *Тет-а-Тет_кафе*), які відтворюються в назвах у цілісному, незміненому вигляді, і окремих типів речень, що спеціально сконструйовані для номінації підприємств торгівлі й харчування (*Скоро буду мамой_магазин* одежды для беременных, *Мне бы мяса*), є інноваціями в цій царині функціонування мови і мають креативний характер. Утворення емпоронімів і трапезонімів, мотивованих лексико-синтаксичними структурами, свідчить, на наш погляд, про нові тенденції в онімізації й ширше – у мовних процесах початку ХХІ століття, які спрямовано на демократизацію мови, на наближення її усних і письмових форм.

Представлений аналіз способів онімізації емпоронімів і трапезонімів продемонстрував різну продуктивність структурно-граматичних типів у номінації міських об'єктів, різноманіття й неоднорідність моделей творення досліджуваних онімів. Навіть при збігові в емпоронімії і трапезонімії структурно-граматичних моделей спостерігаємо лексико-семантичну розбіжність їхнього наповнення, що пояснюємо залежністю лексико-семантичних властивостей найменувань від профілю й специфіки діяльності закладу.

У ході аналізу процесів трансонімізації були розглянуті не лише відантропонімні та відтопонімні трапезоніми й емпороніми, тобто такі, що утворені від ядерних розрядів онімів, а й великий корпус трапезонімів та емпоронімів, які утворилися від близькоядерних і периферійних розрядів онімів, а саме: від міфонімів, від астронімів або космонімів, від ідеонімів, від імен персонажів дитячих анімаційних фільмів, від найменувань спортивних клубів, від урбанонімів, від

прагматонімів, від фірмонімів, від інтернет-онімів тощо. Аналіз трансономізації в емпоронімії і трапезонімії ономастичного простору м. Харкова продемонстрував, що трансономізації піддаються не лише антропоніми й топоніми, а й оніми 18 неядерних розрядів, а з урахуванням усіх підрозрядів – 46 видів онімів, із них 13 – різновиди антропонімів і топонімів. Активність периферійних розрядів онімів в емпоронімії та трапезонімії свідчить про тісний зв'язок онімів різних розрядів і про взаємодію всіх полів міського ономастичного простору. Наслідок цього – відсутність чіткої лексико-граматичної структурованості емпоронімів і трапезонімів, а також різноманітність їхньої семантики.

На основі аналізу онімів було розроблено лексико-семантичну класифікацію трансономізованих емпоронімів і трапезонімів. Запропонована класифікація наочно демонструє, що найбільш продуктивною слід визнати семантичну трансономізацію, оскільки абсолютно всі розряди онімів переходять в емпороніми й трапезоніми без зміни вихідної форми. Граматична трансономізація є менш продуктивною, при цьому, на відміну від граматичної онімізації, при трансономізації продуктивною є іррадіація, тобто утворення складеного оніма з розвитком синтаксичної структури, коли мотивуючий онім доповнюється означеннями (напр., *Дом шашлыка «Армения»*_магазин-кафе, *Старый Амстердам*_бутик сыров). При змішаному типі морфологічної трансономізації словотвірним змінам піддаються лише антропоніми: (*Маришка*_магазин одежды, *Обедовъ*_столовая ХНТУСХ, *Товарищ Одевайкин*_Центр Сток). Для багатьох типів трансономізованих емпоронімів і трапезонімів характерна різномовність, у деяких випадках оригінальна назва у графіці іншої мови дублюється російською або українською (*New Шенген*, *Lensom*_професіональная косметика, *Mona Lisa*_ресторан, *COSMO*+Итальянская обувь, *Маруся*=*Marusya*_українське кафе, *Taurus*=*Таурус*_кафе).

Установлено, що реалізація функцій, притаманних емпоронімам і трапезонімам, відбувається завдяки багатокомпонентному складу повного найменування на вивісці. Креативним назвам, створеним за допомогою прийомів мовної гри, властива також лінгвомаркетологічна функція.

Третій розділ дисертації «**Мовна гра як креативний спосіб утворення емпоронімів і трапезонімів**» присвячений розгляду креативних емпоронімів і трапезонімів, утворених за допомогою лінгвістичних і паралінгвістичних засобів. Мовну гру розглянуто як один зі способів творення креативних номінацій за допомогою узуальних і незузальних засобів, навмисно зорієнтованих на відхилення від мовних норм при перетворенні структури й семантики вихідних мовних одиниць і розрахованих на актуалізацію асоціативного контексту мовного знака. На численних прикладах продемонстровано, що наявність комічного ефекту, який зазвичай очікується в мовній грі, не є обов'язковою, а лише бажаною і супутньою ознакою креативності найменування, оскільки лінгвістичну креативність мислення номінатора спрямовано на досягнення прагматичних цілей, пов'язаних з конкурентоспроможністю його підприємства на ринку торгового або ресторанного бізнесу.

Мовна гра в номінації виявляється на всіх рівнях мовної системи. Лінгвістичні та паралінгвістичні прийоми й засоби мовної гри використовуються в емпоронімії й трапезонімії самостійно або в комбінації одне з одним.

У харківській емпоронімії й трапезонімії були виявлені такі лінгвістичні прийоми і засоби мовної гри: 1) фоносемантичні: звуконаслідування і звукосимволізм (*tuk-tuk*_ресторан, *Чих-Пых*+електронные сигареты), повтори-відлуння (*Пицца-ца*_пиццерия), паронімічна заміна (*Жар-пицца*_пиццерия), гендіадіс (*Гоголь-моголь*_кофейня, *Шашлык машлык*_магазин шашлыка), анаграма (*Олвинг*_кафе < ООО Головин В.М.); 2) орфографічні: відхилення від норм правопису закінчення дієслова (*Подкреpizza*_пиццерия), ненаголошеної голосної (*ХаХатун*+прикольные подарки) і частки -ка (*ЭкономьКА*_магазин сэконд хенд), ненормативне використання твердого знака (*ЭкономьКласс*+одежда для вас, *ТрактирЪ*, *БубликЪ*); 3) морфологічні та словотвірні: суфіксація (*Даришка*_магазин подарков; *Блинофф*_ресторан), дефісація (*Кофей-Ник*_кофейня), словоскладання (*Хабар*_кафе-бар < Харьковский бар, *БарДым*_ресторан-кальянная), ініціальна аббревіація (звукова і літерна): **МЯСО**_(Мій **яскравий образ**), **ЧП=Час Поїсти**_бістро-піцерія, контамінація (*БаиМаг*, *ЛавШаи* < **лаваш** + **шашлык**), зрощення (*гдебургер*_бургер-бар), деструктуризація слова за допомогою пробілу або великої літери в середині слова (*На|Хлебник*+кондитерская булочная, *ВиноГрад*_винный бутик, *еДа*+продукты 24 часа); 4) синтаксичні: деструктуризація слова графічним виділенням до утворення словосполучення (*Клуб нічка*_кафе, *Виктор и Я*_кафе (< Виктория), *best іЯ*_магазин жіночого одягу (< bestия), розбиття слова на частини і прирощення кожної частини з утворенням словосполучення (**ПРИХОД** > **ПРИ**вичка *Хорошо Одеваться*_економбутик).

Мовна гра часто підтримується паралінгвістичними прийомами: графічними та іконічними засобами, цифровими і нецифровими знаками. Вони завжди розраховані на зорове сприйняття і сприяють виділенню прийомів гри мовної, що призводить до підвищення виразності, посилення експресивності, а отже, і до запам'ятовування найменування та самого міського об'єкта. Сутність графічної гри в номінації міських об'єктів полягає у графічному виділенні елемента або частин утвореного оніма, що сприймаються візуально, та в їхній семантичній актуалізації, завдяки чому формується оригінальний зміст унаслідок перерозподілу значень між вихідним словом і значеннями новоутворених складових частин. Невербальний і вербальний компоненти взаємодіють, утворюючи узуальні слова з новим значенням або створюючи оказіональні найменування.

Різновиди графодеривації в мовній грі визначаються наявністю тих чи тих графічних засобів і графічних елементів. Були виявлені прийоми й засоби графічної гри, серед яких найбільш різноманітною за моделями виявилася графогібридація, що веде до семантичних і асемантичних перетворювань і може доповнюватися невербальними та іконічними знаками, напр., *berězka*_boutique, *Блэк & Милк*_кофейня, *ВАР МАЛЕЙ*, *стокGo!*льм+одежда, *Євроточка*, *#KozaDerezza*_gifts & party shop, *ШАПО-БА=Chapeo bas*_ресторан+малюнок, який ілюструє переклад «знімаю капелюха».

Аналіз використання цифрових знаків в емпоронімії й трапезонімії продемонстрував, що вони як один із засобів мовної гри функціують на вивісці

закладу самостійно або поєднуються з вербальними знаками. І в тому, і в тому разі цифрові знаки здатні повідомляти в зашифрованому вигляді певну інформацію про об'єкт номінації, напр., значущу історичну дату (*Городское кафе 16/54_кафе* [дата заснування міста Харкова 1654 р.]); номер будинку, в якому розташовано заклад (*7/9_антикафе* [на Харківській набережній, 7/9]); ознаки якості, асортимент товару (*16 дюймов+диски шини*); адресат найменування (*40 недель_магазин+одежда для беременных*) та інші. При цьому використання цифрових знаків разом із графічними та вербальними знаками набуває вигляду не мовної, а швидше інтелектуальної гри у формі загадок, ребусів (напр., *Мебель 7я, Pro100Bar_караоке бар, Podaro4ek_сувениры с вашим фото*).

З урахуванням проведеного аналізу розроблено класифікацію креативних прийомів і засобів утворення емпоронімів і трапезонімів. Визначено, що специфіку цих розрядів онімів складають комбінування вербальних засобів із графічними та іконічними або цифровими знаками, а також графогібридизація, яка представлена семантичними й асемантичними перетвореннями і доповнена невербальними знаками.

Проведене дослідження, у якому емпороніми й трапезоніми вперше піддаються систематизації і комплексного аналізу з позиції їхнього ономастичного статусу, способів творення (на рівні структурно-граматичних і лексико-семантичних моделей), а також функціонування, дає підстави для таких **висновків**:

1. Мовний простір міста становить фрагмент, виокремлений із загального мовного простору за територіальним принципом. Він складається з певної кількості взаємозалежних, але різнорідних компонентів, що їх можна об'єднати у дві сфери: сферу усного спілкування городян і сферу письмових текстів міського середовища, до якої належить підсфера міських номінацій, що утворює ономастичний простір міста.

2. Ономастичний простір міста складається з ономастичних полів з упорядкованими, ієрархізованими сукупностями мовних одиниць – міських онімів (урбанонімів). Емпороніми і трапезоніми співвіднесено з типами міських об'єктів, які виділено за профілем діяльності. Ці назви належать самостійним підполям ергонімичного поля; при цьому емпороніми й трапезоніми не можуть бути віднесені до класу міських топонімів.

3. Унаслідок вивчення міжнародних і вітчизняних класифікацій онімів уперше підтверджено ономастичний статус емпоронімів і трапезонімів як периферійних розрядів онімів і визначено місце емпоронімів і трапезонімів в ономастичній терміносистемі; встановлено їхні родо-видові зв'язки з урбанонімами й ергонімами інших видів.

4. Показано, що структурно-семантичні особливості емпоронімів і трапезонімів багато в чому схожі з особливостями інших підрозрядів ергонімів і мають свої відмінні риси; при цьому специфічною особливістю емпоронімів і трапезонімів є значний вплив екстралінгвальних чинників на вибір найменування, а саме – профілю діяльності закладу, правил неймінгу, особистих переваг і особистісних характеристик номінаторів.

5. Під час аналізу повного найменування підприємств торгівлі й громадського харчування на вивісках м. Харкова в ньому визначено чотири компоненти: комерційне ім'я, тип/формат підприємства, фірмове найменування і атрибут; комерційному імені відповідають ономастичні терміни *емпоронім* або *трапезонім* на позначення назв об'єктів торгівлі або харчування.

6. Аналіз словотвірної структури емпоронімів і трапезонімів разом з їхніми семантичними характеристиками виявив залежність лексико-семантичних характеристик досліджуваних онімів від профілю діяльності підприємств, яким надано назви.

7. Аналіз зібраних онімів дозволив описати лексико-семантичні властивості емпоронімів і трапезонімів, а також виявити моделі їхнього творення в процесах семантичної онімізації, морфемної деривації і лексико-синтаксичних перетворень мотивуючих лінгвістичних одиниць; визначено продуктивність цих моделей, розроблено лексико-семантичну класифікацію утворення емпоронімів і трапезонімів.

8. Доведено, що структурно-граматичні способи онімізації в емпоронімії й трапезонімії є своєрідною підсистемою всередині способів словотворення та онімотворення.

9. Аналіз трансонімізованих емпоронімів і трапезонімів свідчить, що трансонімізації піддаються не тільки ядерні розряди (антропоніми й топоніми) онімів, але й значна кількість онімів неядерних розрядів, що підтверджує тісний зв'язок онімів різних розрядів і взаємодію всіх полів міського ономастичного простору.

10. Як один із засобів створення креативних номінацій у міському середовищі розглянуто мовну гру; виявлено, що при творенні онімів провідним механізмом мовної гри є навмисне порушення мовної норми, здатне проявлятися на всіх рівнях мовної системи і актуалізувати асоціативний контекст мовного знака.

11. Розроблено класифікацію креативних прийомів і засобів творення емпоронімів і трапезонімів; визначено, що специфіку цих розрядів онімів становлять прийоми графогібридизації, а також комбінування вербальних засобів із графічними, іконічними або цифровими знаками.

12. На численних прикладах продемонстровано, що наявність комічного ефекту, який зазвичай очікується в мовній грі, не є обов'язковою, а лише бажаною та супутньою ознакою креативності найменування.

Сформульовано загальний висновок про те, що лінгвістичні процеси у сфері номінації міських об'єктів відбуваються в руслі сучасних змін у словотворенні та онімотворенні й мають тенденцію до зближення з розмовними формами усного мовлення.

Перспективними для подальшого дослідження видаються питання, що пов'язані з описом ознак емпоронімів і трапезонімів в аспекті лінгвокультурології, когнітивної та комунікативної лінгвістики, а також дослідження взаємодії російської мови та інших мов в емпоронімії й трапезонімії сучасного поліетнічного міста.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ДИСЕРТАЦІЇ ВІДОБРАЖЕНО В ТАКИХ ПУБЛІКАЦІЯХ

Статті в наукових фахових виданнях

1. Моради А. «Состояние и нерешенные проблемы изучения названий городских объектов в русле урбанолингвистики (18 стр.) // Русская филология: Вестник Харьков. нац. пед. ун-та им. Г. С. Сковороды: Языкознание. Литературоведение. Методика преподавания русского языка и литературы. Харьков. 2015. №2 (55). С. 23-30.

2. Моради А. Структура наименования предприятий торгового и ресторанного бизнеса на вывеске // Русская филология: Вестник Харьков. нац. пед. ун-та имени Г. С. Сковороды: Языкознание. Литературоведение. Методика преподавания русского языка и литературы. Харьков, 2016. №29 (57). С. 35-41.

3. Моради А. Эргонимы полиэтнического города (на материале названий городских объектов г. Харькова) // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Серія «Філологія». 2016. №74. С. 151-154.

4. Моради А. Трансонимизация как один из путей создания эмпоронимов и трапезонимов // Мовознавство: Вісник Дніпропетров. нац. ун-ту ім. Олеся Гончара. Дніпро, 2017. Т.25. Вип.23 (1). С. 91-99.

5. Моради А. Трансонимизация в названиях объектов торгового и ресторанного бизнеса г. Харькова // Русская филология: Вестник Харьков. нац. пед. ун-та им. Г. С. Сковороды. Языкознание. Литературоведение. Методика преподавания русского языка и литературы. Харьков, 2017. № 1 (60). С. 43-49.

Статті в закордонних виданнях

6. Моради А. Цифровые знаки в наименованиях предприятий торгового и ресторанного бизнеса // Virtus: Scientific Journal. CPM «ASF» (Канада, Монреаль) 2018. №22. Part 1, March. P. 187-190.

Тези в матеріалах конференцій

7. Моради А. Структура наименования предприятий торгового и ресторанного бизнеса // Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції «Лінгвістичні та лінгвокультурологічні аспекти навчання іноземних студентів у вищих навчальних закладах України» (31 березня – 1 квітня 2016 року) / Днепропетр. нац. ун-та ім. Олеся Гончара. Дніпропетровськ, 2016. С. 93-95.

АНОТАЦІЯ

Мораді Арезу. Структура, семантика і функції назв міських об'єктів сучасного міста (на матеріалі емпоронімів та трапезонімів м. Харкова). – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.02 – російська мова. – Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди. – Харків, 2018.

Дисертацію присвячено вивченню лексико-семантичних інновацій у сфері найменувань міських об'єктів. На підставі полевого підходу до вивчення мовного простору міста визначено місце найменувань підприємств торгового і ресторанного бізнесу (емпоронімів і трапезонімів відповідно) в ономастичному просторі міста як компонентів поля ергонімії. З'ясовано їхній ономастичний статус як периферійних розрядів онімів та особливих видів урбанонімів і підрозрядів ергонімів, також встановлено родо-видові відношення емпоронімів і трапезонімів з онімами інших розрядів. Досліджено лексико-семантичні, словотвірні та функційні особливості емпоронімів і трапезонімів, що були утворені в процесі онімізації й трансонімізації, отримано їхні структурно-граматичні моделі, а також запропоновано їхні класифікації. Розглянуто лінгвістичні й паралінгвістичні прийоми і засоби мовної гри, що застосовуються номінаторами при створенні назв підприємств торгового і ресторанного бізнесу. Сформульовано загальний висновок про те, що лінгвістичні процеси у сфері номінації міських об'єктів відбуваються в руслі сучасних змін у словотворенні й онімотворенні і мають тенденцію до зближення з розмовними формами усного мовлення.

Ключові слова: ономастика, ономастичний простір міста, ономастичне поле, периферійні розряди онімів, ергоніми, емпороніми, трапезоніми, онімізація, трансонімізація, мовна гра в номінації міських об'єктів.

АННОТАЦИЯ

Мореди Арезу. Структура, семантика и функции названий городских объектов современного города (на материале эмпоронимов и трапезонимов г. Харькова). – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.02 – русский язык. – Харьковский национальный педагогический университет имени Г. С. Сковороды. – Харьков, 2018.

Диссертация посвящена изучению лексико-семантических, словообразовательных и функциональных особенностей наименований предприятий торгового и ресторанного бизнеса как компонентов ономастического пространства города и как периферийных разрядов онимов. В исследовании было определено, что языковое пространство города состоит из множества взаимосвязанных, но разнородных компонентов, которые можно сгруппировать в две сферы функционирования лингвистических единиц: сферу устного речевого общения горожан и сферу письменных текстов городской среды, в которую включена подсфера городских номинаций, образующая ономастическое пространство города.

Применение полевого подхода к изучению языкового пространства города позволило выделить ономастическое пространство города, которое состоит из ономастических полей, представленных упорядоченными, иерархизированными совокупностями городских онимов (урбанонимов). Определено место наименований предприятий торгового и ресторанного бизнеса в ономастическом пространстве города как компонентов поля эргонимии. На основании соотнесенности названий с

типами именуемых городских объектов, выделенными по профилю их деятельности, было доказано, что эти наименования принадлежат самостоятельным подполям эргонимического поля. Ономастические термины *эмпороним* и *трапезоним* соположены коммерческому имени в полном наименовании предприятий торговли и общественного питания на вывесках. Впервые подтвержден ономастический статус эмпоронимов и трапезонимов как периферийных разрядов онимов и как особых видов урбанонимов и подразрядов эргонимов, а также установлены родо-видовые отношения эмпоронимов и трапезонимов с онимами других разрядов. Установлено, что эмпоронимам и трапезонимам свойственна, как и всем эргонимам, полифункциональность, т. к. помимо номинативной они выполняют информативную, идентифицирующую, коммуникативную и рекламную функции, последняя включает в себя экспрессивную и аттрактивную.

Исследованы лексико-семантические, словообразовательные и функциональные особенности эмпоронимов и трапезонимов, образованных в процессе онимизации и трансонимизации, получены их структурно-грамматические модели, а также предложены их классификации. Словообразовательная структура эмпоронимов и трапезонимов рассмотрена в единстве с их семантическими характеристиками, что позволило выявить зависимость лексико-семантических особенностей изучаемых онимов от профиля деятельности именуемых предприятий.

Анализ трансономизированных эмпоронимов и трапезонимов показал, что трансонимизации подвергаются не только ядерные разряды онимов (антропонимы и топонимы), но и онимы 18 неядерных разрядов, а с учетом всех подразрядов – 46 видов онимов. Активность периферийных разрядов онимов свидетельствует о тесной связи онимов разных разрядов и о взаимодействии всех полей городского ономастического пространства. В то же время это ведет к отсутствию строгой лексико-грамматической структурированности эмпоронимов и трапезонимов и к многообразию их семантики. Выявленные модели образования исследуемых онимов доказывают, что структурно-грамматические способы онимизации и трансонимизации в эмпоронимии и трапезонимии представляют собой своеобразную подсистему внутри системы словообразования.

Рассмотрены лингвистические и паралингвистические приемы и средства языковой игры в номинации предприятий торгового и ресторанного бизнеса. Разработана классификация креативных приемов и средств образования эмпоронимов и трапезонимов, которые используются самостоятельно или в комбинации друг с другом. Определено, что специфику языковой игры в этих разрядах онимов составляют комбинирование вербальных средств с графическими, иконическими или цифровыми знаками, а также приемы графогибридизации, которая представлена семантическими и асемантическими преобразованиями и дополнена невербальными знаками.

Сформулирован общий вывод о том, что лингвистические процессы в сфере номинации городских объектов происходят в русле современных изменений в словообразовании и онимообразовании и имеют тенденцию к сближению с разговорными формами устной речи.

Ключевые слова: ономастика, ономастическое пространство города, ономастическое поле, периферийные разряды онимов, эргонимы, эмпоронимы, трапезонимы, онимизация, трансонимизация, языковая игра в номинации городских объектов.

SUMMARY

Moradi Arezoo. Structure, Semantics and Functions of the Names of Urban Objects of the Modern City (Based on Emporonyms and Trapesonyms of Kharkiv City). – Manuscript.

Thesis for the Candidate Degree in Philology, specialty 10.02.02 – Russian language. – H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University, Kharkiv, 2018.

The thesis is dedicated to the study of lexical-semantic innovations in the sphere of naming urban objects that significantly changed the visual appearance of the linguistic space of the modern city. On the basis on the field approach to the study of linguistic space of the city the place of names of trade and catering enterprises (emporonyms and trapesonyms) is defined in the onomastics space of the city as subfield components of ergonymy. Their onomastic status has been confirmed, and the genus-species relations of emporonyms and trapesonyms with other types of onyms have been established. Lexical-semantic, derivational and functional features of emporonyms and trapesonyms, formed within the process of onymization and transonymization, are analyzed, their structural and grammatical models are obtained, and also their classifications are suggested. Linguistic and paralinguistic techniques and means of language game are considered. The general conclusion that linguistic processes in the sphere of naming urban objects occur in line with modern changes in word-formation and formation of onyms and have a tendency towards convergence with colloquial registers of spoken language is formulated.

Keywords: onomastics, onomastics city space, onomastics field, peripheral onyms categories, ergonyms, emporonyms, trapesonyms, onymisation, transonymisation, language game in naming urban objects.

Відповідальний за випуск
доктор філологічних наук, професор Степанченко І. І.

Підписано до друку 27.12.2018. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Друк цифровий.
Ум. друк. арк. 0,9. Наклад 100 пр. Зам. № б/н.
Надруковано СПД ФО Степанов В. В., м. Харків, вул. Ак. Павлова, 311
Свідоцтво про державну реєстрацію В00 № 941249 від 28.01.2003 р.

