

CREATION OF ERGONYMS IN THE FIELD OF HEALTH CARE IN POLAND AND UKRAINE

У статті проведено порівняльний аналіз творення українських і польських ергонімів у сфері медичних послуг. Досліджено особливості, спільні та відмінні риси назв закладів охорони здоров'я України та Польщі. Проаналізовано мотивацію, виявлено засоби вираження інформативної та рекламної функцій медичних ергонімів.

Ключові слова: ергонім, мотивація, інформативна функція, реклама.

Юрий Петрашик. ОБРАЗОВАНИЕ ЭРГОНИМОВ В СФЕРЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В УКРАИНЕ И ПОЛЬШЕ

В статье проведен сравнительный анализ способов образования украинских и польских эргонимов в сфере медицинских услуг. Исследованы особенности, общие и отличительные черты названий учреждений здравоохранения Украины и Польши. Проанализирована мотивация, выявлены средства выражения информативной и рекламной функций медицинских эргонимов.

Ключевые слова: эргоним, мотивация, информативная функция, реклама.

Yuriy Petrashyk. CREATION OF ERGONYMS IN THE FIELD OF HEALTH CARE IN POLAND AND UKRAINE

The article provides a comparative analysis of creation of Ukrainian and Polish ergonyms in health care. Features, differences and similarities of names of health facilities of Ukraine and Poland are studied. Motivation, means of expression of informative and advertising functions of ergonyms in health care are analyzed.

Key words: ergonym, motivation, informative function, advertising.

За останні два десятиліття в Україні значно зросла кількість закладів охорони здоров'я, а також відбулися зміни у тих, що вже існували. Подібні процеси відбуваються також у Польщі. Із зростанням кількості таких закладів стрімко збільшується число їх назв, а тому постає необхідність вивчення ергонімів у сфері медичних послуг.

Під ергонімом ми розуміємо «власну назву певного об'єднання людей: організації, партії, установи, закладу та под., зокрема магазину, перукарні, ресторану та ін.» [2, с. 85].

У сучасній ономастиці існують три підходи до вивчення ергонімів: *регіональний* (дослідження ергонімів певної території, регіону), *галузевий* (вивчення ергонімікону окремої галузі чи сфери діяльності), *проблемний* (аналіз ергонімії в аспекті певної наукової проблеми). Названі аспекти можуть бути поєднані і взаємодоповнені. В українській ономастиці переважають праці з *регіональним* підходом до вивчення ергонімів, часто з виокремленням певної *проблеми*. Це дослідження О. О. Белея [1], С. О. Шестакової [7], Н. В. Кутузи [2], М. І. Романюк [4], М. М. Цілини [6], Н. М. Лесовець [3] та ін.

Наукове вивчення української ергонімії започаткував О. О. Белей працею «Сучасна українська ергонімія: власні назви підприємств Закарпаття» [1], що стала першим у вітчизняній лінгвістиці дослідженням українського ергонімікону. У ній серед мотиваційних ознак виникнення ергонімів учений називає сферу діяльності підприємства, його організаційну структуру та правову форму, просторові відношення, належність підприємства, рекламу, асоціативність, ідеологічні мотиви, тощо [1].

На жаль, в українській ергоніміці досі відсутні ґрунтовні галузеві дослідження ергонімікону нашої країни. Крім того, існує потреба у порівняльному аналізі українського та іноземного ергонімікону.

Мета статті: проаналізувати творення українських і польських ергонімів у сфері медичних послуг, дослідити їх особливості, спільні та відмінні риси, мотивацію, виявити засоби вираження інформативної та рекламної функцій медичних ергонімів.

Основою українського ергонімного матеріалу послужили назви медичних закладів Тернопільської області, а польського – назви лікарень та клінік Люблінського воєводства Польщі. Всього зібрано та проаналізовано 73 українські та 78 польських медичних ергонімів зі сфери медицини.

Інформація про діяльність медичного закладу є найпоширенішою мотивацією досліджених ергонімів у сфері медичних послуг: вона присутня у 89% українських та 93,6% польських ергонімів. Подібні відомості номінатори надають через описові конструкції і метонімічні переноси за допомогою таких лексично-семантичних категорій, як ергонімні терміни (78,1% українських і 87,2% польських назв, мотивованих сферою діяльності), галузева номенклатура (11% і 16,7%), назви професій (2,7% і 2,6%), а також поодинокі випадки вживання назв торгових марок, культуронімів і назв рослин.

У проаналізованих ергонімах зі сфери медичних послуг України та Польщі не виявлено деяких лексико-семантичних засобів, характерних для ергонімів інших галузей, таких як міфотеоніми, поетоніми, прецедентні топоніми, мовна гра, національно-патріотичні символи, назви тварин, каменів і мінералів.

Ергонімні терміни (ЕТ) – найпоширеніший засіб інформативності у назвах медичних закладів. ЕТ, тобто термінологічна частина назви, номенклатурний термін, що є апелятивом-родовим поняттям, що називає тип установи, містить інформацію про її організаційно-правову форму та сферу діяльності (*диспансер, клініка, лікарня*) входить до складу більшості ергонімів у сфері медичних послуг поряд з індивідуалізуючою частиною («*Азія*», «*ЛюксМед*»).

Для ергонімів у медицині характерне те, що ергонімні терміни в них мають вузьке коло значень та вжиті переважно у буквальному сенсі, в основному, прямому словниковому значенні, тому позначають саме той заклад, який є їхнім першочерговим денотатом: «*Тернопільська обласна дитяча клінічна лікарня*», «*Dziecięcy Szpital Kliniczny w Lublinie*» (Дитяча клінічна лікарня у Любліні). Їм властиві типові лексико-семантичні моделі, елементами яких виступають ЕТ, компоненти, що містять інформацію, переважно описового характеру, про діяльність, розташування закладу та індивідуалізуюча частина назви: *Медичний центр «Борис», Кабінет комплементарної медицини, Клініка ендокринопатії, Комунальна лікарня швидкої допомоги, Лікувально-консультативний центр, Тернопільська обласна комунальна клінічна психоневрологічна лікарня, «Centrum Medyczne-Diagnostyczne»* (Лікувально-діагностичний центр), «*Samodzielny Publiczny Szpital Kliniczny nr 4 w Lublinie*» (Незалежна громадська клінічна лікарня №4 у Любліні), «*Wojewódzki Szpital Zespólny w Chełmie*» (Воєводська об'єднана лікарня у Хелмі), «*Zespół Zakładów Opieki Zdrowotnej w Parczewie*» (Об'єднання закладів охорони здоров'я у Парчеві).

Інформація про діяльність закладу охорони здоров'я передається також за допомогою галузевої номенклатури, тобто лексики, характерної для його діяльності: «*Дентальна косметика*», *ПП «Плазма»*, «*Ośrodek Diagnostyki Radiologicznej i USG*». Сюди відносимо, зокрема, лексеми-афікси *мед-, біо-, сан-*, характерні для медицини: *Центр досліджень «BIOMEDIKA»*, *ПП «Біомед»*, «*CENTERMED LUBLIN*», «*Resort-Med*», «*Sanmed*».

У медичному ергонімотворенні серед галузевої номенклатури бачимо спеціальні терміни із позитивними конотаціями на позначення понять і предметів, які характерні для сфери діяльності ергооб'єкта і якими він оперує у своїй діяльності: *Центр духовної та соціально-психологічної реабілітації «Агапе»*, *Медичний центр «Паракліт»* (паракліт – грец. людина, яку кличуть на допомогу), *Медико-косметичний центр «Усмішка»*, *Міжнародний благодійний фонд «Дар життя»*, *Комунальна установа Тернопільської облради «Центр здоров'я»*, «*Centrum Zdrowia*».

На діяльність закладу вказує також вжита в ергонімі назва професії: «Лікар-отоларинголог Хоружий Ігор Володимирович», «Приватний гінеколог», NZOZ «Lekarz rodzinny» (ПЗОЗ «Сімейний лікар»), NZOZ «Medyk», «Przychodnia Lekarzy Specjalistów» (Клініка лікарів-спеціалістів).

Наявність в ергонімі назви торгової марки свідчить про те, що заклад є представництвом, філією відомої медичної фірми: «Медична лабораторія Сінево», «Laboratorium Medyczne Synevo», «Laboratorium Medyczne ALAB». Цікаво, що виявлено ідентичні українську та польську назви цього типу.

Інформативність відкультуронімних ергонімів заснована на асоціативних зв'язках антропонімів–іменувань історичних постатей, зокрема в ергонімах–посвятах. Асоціативні зв'язки із сутністю ергооб'єкта поєднуються із прецедентністю таких культуронімів. Цього досягають, підбравши ім'я історичної постаті відповідно до її професії: *Медичний центр «Aganin» (Aganin Печерський – чернець Києво-Печерського монастиря, лікар)*, «Samodzielny Publiczny Szpital Wojewódzki im. Jana Bożego w Lublinie» (Іван Божий – святий, покровитель пацієнтів, медсестер і керівників лікарень), «Szpital Neuropsychiatryczny im. prof. M. Kaczyńskiego w Lublinie» (М. Качинський – польський лікар-психіатр). Проте у назві однієї польської лікарні такий асоціативний зв'язок відсутній: «Wojewódzki Szpital Specjalistyczny im. S. kard. Wyszyńskiego w Lublinie» (С. Вишинський – польський священик, єпископ).

У зібраному ергонімному матеріалі ми виявили лише по одній назві медичного закладу, утвореній від назви рослини. Асоціативно спорідненою за призначенням і сферою використання є назва лікарської рослини, що вживається у назві медичного закладу Тернопільщини: «Барвінок» (центр народної нетрадиційної медицини; санаторій) – лікарська рослина. Тут фізичні властивості рослини-референта апелятива, від якого утворено ергонім, асоціюються з особливостями діяльності закладу. Натомість у польському ергонімі відповідний асоціативний зв'язок відсутній: *Centrum Medyczne «Tulipan»*.

Лише на Тернопільщині ми виявили один ергонім із назвою адресата діяльності: *Тернопільський обласний перинатальний центр «Мати і дитина»*.

Інформація про просторові відношення дещо менш поширена в українських медичних ергонімах (32,9%) порівняно з польськими (56,4%). Подібні відомості номінатори передають переважно через оніми-назви міст, що вказують на розташування закладу: «Тернопільська міська дитяча поліклініка», «Тернопільська комунальна міська лікарня № 2», «Тернопільський обласний центр медико-соціальної експертизи», «Szpital Instytutu Medycyny Wsi w Lublinie», «Szpital Rejonowy w Opolu Lubelskim».

Виявлено один український та один польський ергонім, що свідчить про територіально-відомчий характер лікарні: «Відділкова клінічна лікарня станції Тернопіль», «Okręgowy Szpital Kolejowy w Lublinie» (Районна залізнична лікарня в Любліні).

Цікаво, що у люблінському медичному ергоніміконі ми виявили два типи назв, невластивих для тернопільського. Перший містить інформацію про розташування закладу на конкретній вулиці: «Rodzinna Przychodnia Na Sadowej» (вул. Садова, 6), «CENTRUM MEDYCZNE PRZYJAŹNI» (вул. Пшиязні, 13), «Przychodnia Specjalistyczna HIPOTECZNA 4» (вул. Хіпотечна, 4). Другий тип – це вказівка на розташування через асоціації з футбольним клубом, розміщеним у тому ж місті: «Centrum Medyczne GÓRNIK» (Медичний центр ШАХТАР).

Поряд з інформацією про діяльність та розташування закладу, деякі ергоніми містять відомості про його власника чи засновника. Таку інформацію виявлено у 6,8% та 3,8% назв в ергоніміконі Тернопільщини і Люблінщини відповідно. Зауважимо, що антропоніми у таких назвах завжди поєднуються з ергонімними термінами чи описовими компонентами. Це ергоніми, утворені на основі моделі ЕТ + особове ім'я + прізвище, що можуть містити як повний антропонім-ім'я чи прізвище власника фірми: «Клініка сучасної медицини професора Стефана Хміля», *Медичний центр «Валентина»*, «Indywidualna Specjalistyczna Praktyka Lekarska dr Dariusz Rapa», «Lekarze Rodzinni Anetta i Janusz Mirosław»; так і його частину:

Лікувально-діагностичний центр «Румед-Т» (ім'я засновниці – Ружена), «Centrum Medyczne Ulamed» (ім'я власниці – Уляна).

Засобами реклами в медичних ергонімах виступають запозичення з іноземних мов, рекламні компоненти, а також уже розглянута вище галузева номенклатура, назви професій, рослин, торгових марок.

Рекламну мотивацію мають 20,5% як українських, так і польських ергонімів, причому всі вони – назви приватних медичних закладів, клінік.

У зібраному медичному ергоніміконі переважають запозичення з *латинської* мови – 6 українських та 6 польських ергонімів. Домінування саме латинських запозичень можна пояснити тим, що латинська мова є мовою науки, медицини, ознакою освіченості, і водночас незвичною, тому такі ергоніми гармонійно поєднуються із закладами охорони здоров'я та приваблюють увагу потенційного клієнта чи ділового партнера. Латинські запозичення містять лексику, пов'язану зі здоров'ям, медициною, вічними цінностями: «Медичний центр *Vita Sana*» < *vita sana* – здорове життя, *Клініка мікрохірургії ока «Медікус»* < *medicus* – лікар [149, с. 624], *Лікувально-діагностичний кабінет «Санітас»* < *sanitas* – здоров'я [149, с. 898], «*Vita-Med*», *Медична клініка «Доктус»*, *Медичний центр «ВІАСАН»*, *Centrum Medyczne «Internus»*, *Centrum Medyczne «SANITAS»*, «*Luna Med*», *Centrum Medyczne «Medivita»*, *Centrum Medyczne «Vivamed»*.

До високої атрактивності латинських запозичень в ергонімії спричинилося ще й те, що латинські лексеми у складі давньоримських прислів'їв та приказок за посередництвом цих знаних висловлювань і самі стають відомими, прецедентними. Наприклад, лат. *astra* (ас. plur. від *astrum*, *i* – зірка) відоме за давнім прислів'ям *Per aspera ad astra* – *Через терни до зірок: Медичний центр «Астра-Міа»*.

Інші запозичення є поодинокими; так в ергоніміконі Тернопільщини виявлено одне запозичення з французької мови, яке, до того ж, не пов'язане з діяльністю ергооб'єкта, а має оказіональну мотивацію: *Центр естетичної медицини «Аккомплі»* < фр. *accompli* – довершений [186, с. 9].

В ергоніміконі Люблінщини бачимо два запозичення з англійської мови: *Centrum Medyczne «Top Medical»*, *Zakład Fizjoterapii i Masażu «Bio Relax»*.

Рекламну мотивацію має вживання в ергонімах так званих рекламних компонентів, тобто лексем на кшталт *супер*, *люкс*, що мають позитивні конотації та використовуються винятково з метою створення позитивного іміджу: *Медико-косметичний центр «Усмішка» Centrum Medyczne «Zdrowa Rodzina»* (Медичний центр «Здорова сім'я»). Також трапляються випадки поєднання в одному ергонімі кількох рекламних компонентів: «*Медгарант плюс*», «*Прем'єр плюс*» (медичне обладнання).

Дуже рідко номінатори вибирають для назв своїх закладів астроніми й космоніми, які позначають зірки і планети, що вирізняються з-поміж інших певними унікальними фізичними властивостями чи просторовими характеристиками: «*Натурпродукт-Вега*» (крамниця медобладнання) < *Вега* – одна з трьох найяскравіших зірок літнього неба в Україні. Присвійний займенник *Ваш* є ввічливою формою звертання; в ергонімах він ніби каже клієнту: «Це те, чого Ви шукаєте», вказує на правильність вибору. В ергоніміконі Тернопільщини ми виявили одну назву з присвійним займенником *ваш*: «*Ваше здоров'я*».

Отже, для назв закладів охорони здоров'я (як державних, так і приватних) характерна переважно інформативна мотивація: інформація про діяльність (89% українських і 93,6% польських ергонімів), розташування (32,9% і 56,4%), власника чи засновника (6,8% і 3,8% відповідно). Рекламну мотивацію має однакова частка українських та польських ергонімів, але переважно вона лише доповнює інформативну. Дослідження виявило багато спільного в ергоніміконах Тернопільщини та Люблінщини; разом з тим, існують певні відмінності, а деякі типи ергонімів є унікальними лише для українських чи польських назв. Аналогічні дослідження ергонімії дадуть змогу провести порівняльний аналіз регіональних та галузевих особливостей українського ергонімікону, співставити його з ергонімами інших країн.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белей О. О. Сучасна українська ергономія: власні назви підприємств Закарпаття / О. О. Белей. – Ужгород: Ужгородський держ. ун-т, 1999. – 111 с.
2. Кутуза Н. В. Структурно-семантичні моделі ергономів (на матеріалі ергономікону м. Одеси): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / Н. В. Кутуза; Одеський нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. – Одеса, 2003. – 19 с.
3. Лесовець Н. М. Ергономія м. Луганська: структурно-семантичний і соціально-функціональний аспекти: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / Н. М. Лесовець; Луганський нац. пед. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Луганськ, 2007. – 295 с.
4. Романюк М. І. Соціально зумовлені інновації в ономастиконі Закарпаття кін. ХХ – поч. ХХІ ст.: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / М. І. Романюк; ЧНУ ім. Ю. Федьковича. – Чернівці, 2005. – 247 с.
5. Словник української ономастичної термінології / [уклад. Д. Г. Бучко, Н. В. Ткачова.] – Харків: Ранок-НТ, 2012. – 256 с.
6. Цілина М. М. Ергономи м. Києва: структура, семантика, функціонування: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / М. М. Цілина; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К., 2006. – 243 с.
7. Шестакова С. О. Лексико-семантичні інновації у системі сучасної української номінації (на матеріалі ергономів і прагмонімів): дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / С. О. Шестакова; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2002. – 281 с.

Стаття надійшла до редакції 12.11.2014 р.

УДК 81.42:162.1

Ольга Прасол

(Харківський національний педагогічний
університет ім. Г. С. Сковороди)

ВПЛИВ ПОЛЬСЬКОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУРИ НА ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ СВІДОМОСТІ ІВАНА ФРАНКА

У цій статті йдеться про вплив лінгвокультурної ситуації, що мала місце в Галичині др. пол. ХІХ – поч. ХХ ст. на формування мовної особистості І. Франка, характеризується його мовна й комунікативна компетенція стосовно польської мови з урахуванням думок сучасників митця, а також висновків, зроблених на основі аналізу фактів біографії, оцінки дискурсивної практики письменника загалом з урахуванням особливостей його повсякденної комунікації, лінгвокреативної діяльності – громадської, наукової, публіцистичної, художньої й перекладацької. Зроблено узагальнення щодо ролі польської мови в лінгвокультурі галичан, дискурсивному просторі мовлення І. Франка.

Ключові слова: мовна особистість, мовна і комунікативна компетенція, лінгвокультура, дискурсивний простір, лінгвокультурна ситуація.

Ольга Прасол. ВЛИЯНИЕ ПОЛЬСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ ИВАНА ФРАНКА

В этой научной статье речь идет о влиянии лингвокультурной ситуации в Украине второй пол. ХІХ – нач. ХХ вв. на формирование языковой личности И. Франко, характеризуется языковая и коммуникативная компетенция писателя, касающаяся польского языка с учетом оценок его современников, а также выводов, сделанных на основании анализа фактов биографии, оценки дискурсивной практики писателя в целом с учетом особенностей его повседневной коммуникации, лингвокреативной деятельности – общественной, научной,