

матеріальними об'єктами чи поняттями з негативною конотацією, які міцно укорінились в межах американської культури відповідно до її текстуральних та семіотичних традицій. Вживання таких метафор є прогнозом та одночасно “криком про допомогу” до всіх країн для об'єднання усіх своїх зусиль у подоланні цього страшного фінансового колапсу.

Ми дійшли висновку, що поле досліджень, пов'язаних так чи інакше з метафорою постійно збільшується, так як метафора торкається чи не усіх сфер людських відносин. На сучасному етапі термін “метафора” – це вже далеко не простий перенос за подібністю чи аналогією, а складна багатофункціональна дискурсивна категорія з тенденцією до відокремлення як самостійний науково-міждисциплінарний термін.

Список використаних джерел

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М., 1990. – С. 5-18.
2. Будаев Э.В. Становление когнитивной теории метафоры / Э.В. Будаев // Лингвокультурология. – 2007. – № 1. – С. 16-32.
3. Дэвидсон Д. Что означают метафоры / Д. Дэвидсон // Теория метафоры. – М., 1990. – С.173-193.
4. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С.И. Сметанина. – Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 323 с.
5. Тимошенко Ю. Феномен метафори: проблема давня і сьогочасна / Ю. Тимошенко // Слово і час. – 2001. – №5. – С. 29-35.
6. Krantz M. Europe's troubles pose a real threat [Електроний ресурс] / М. Krantz. – Режим доступу: <http://www.usatoday.com/money/markets/story/>. – Назва з екрана.
7. Lehman Brothers [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Lehman_Brothers. – Назва з екрана.
8. Zinken J., Hellsten L., Nerlich B. Discourse metaphors [Електроний ресурс] / J.Zinken, L.Hellsten, B.Nerlich. – Режим доступу: www.port.ac.uk/departments/.../staff/.../filetodownload,68139,en.pdf. – Назва з екрана.

Summary. The article discusses the problem of interpretation of discursive metaphor, studied the functioning of discourse metaphors for the concept of Europe trajectory transfer source region - an area goals in the American media text.

Keywords: discursive metaphor, Europe, media-text, source region, the area targets.

УДК 811.161.2'373

Ю.М. Деремєнда

МЕТОНІМІЧНА ОНІМІЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОЇ НАЗВИ

У статті розглянуто метонімію вживання в ергонімах апелювання на позначення осіб за ознакою професійної та фахової приналежності. Виділено структурно-семантичні та логічні моделі перенесення значення. Описано лексичні особливості ергонімів, утворених від назв професій.

Ключові слова: ергонім, метонімія, структурно-семантична модель.

Останнім часом усе більше праць дослідників присвячується вивченню проблем ергонімії як розділу ономастики, що зумовлене зростанням ролі ергонімів як в онімному просторі, так і в щоденному житті кожної людини. Однак до сьогодні ще не було проведено детального вивчення метонімічної онімізації як важливого і поширеного засобу творення ергонімів. Саме в цьому полягає актуальність нашої теми.

Об'єктом нашого дослідження є ергоніми, утворені за допомогою мовних засобів метонімії, зокрема ті, що передають інформацію про діяльність ергооб'єкта через асоціації з назвами осіб за ознакою професії. Матеріалом дослідження послужили назви підприємств, установ, організацій Тернопільщини за період кінця XX – початку XXI століття.

Мета дослідження полягає у встановленні особливостей метонімічної онімізації при ергонімній номінації та у виділенні певних логічних і структурно-семантичних моделей

застосування метонімії у творенні ергонімів на прикладі використання в ергонімах назв професій, що відповідають діяльності установи.

У своїх працях деякі науковці торкаються питання природи метонімії та класифікації її типів, а також застосування метонімії у творенні власних назв взагалі й ергонімів зокрема.

Метонімія (*грец. $\mu\Delta\text{I}\Sigma E\text{I}\pm$* – перейменування) – це слово, значення якого переноситься на найменування іншого предмета, пов'язаного з властивим для цього слова предметом за своєю природою [1, 457].

Поряд із простою та метафоричною онімізацією, як різновид семантичної онімізації Н.В. Подольська виділяє метонімічну, у якій номінація проходить на основі перенесення значення за ознакою суміжності [3, 92].

Однією з перших з'явилася класифікація метонімії за Г. Паулем, який визначив метонімію як “перенесення назви на основі просторових, часових або каузальних зв'язків” [4, 97]. Вивчаючи метонімію в ергонімії, О.Г. Мікіна стверджує, що метонімічні переноси “є наслідком уподібнення самих реалій і результатом наших уявлень про особливості цих реалій” [2, 6]. А проте метонімія як джерело нових ергонімів ще не вивчалася достатньо глибоко.

В ергонімії Тернопільщини ми виявили значну кількість ергонімів, у яких номінатори послуговуються назвами осіб за професійною чи фаховою приналежністю для надання інформації про сферу своєї діяльності, тобто метонімічне перенесення реалізується за моделлю “ергонім ! обов'язки та функції, виконувані названим фахівцем”: “*Будівельник*” (торговий комплекс; будівельна фірма), “*Каменяр*” (каменеобробка), “*Поліграфіст*” (поліграфічні послуги), “*Хлібороб*” (сільгоспідприємство).

У цій статті при формулюванні моделей творення ергонімів ми послуговуватимемося такими умовними скороченнями: А – антропонім; АП – асоціативне поле; Е – ергонім; ЗП – значеннєве поле; ЗПП – знаряддя праці; ІК – інші компоненти; НП – назва професії; РП – результат праці; Т – товари і послуги, продукція підприємства.

Використовуючи ергоніми такого типу, при утворенні назви номінатори застосовують техніку метонімічного перенесення значення. При цьому актуалізується така логічна модель перенесення значення: НП (ЗП: ряд обов'язків, функцій, дій, виконуваних спеціалістом із певної галузі) > Е (АП=ЗП(НП)).

У таких ергонімах інформування про діяльність підприємства здійснюється за допомогою кількох окремих **структурно-семантичних моделей**:

1. НП. Ця модель ергоніма передбачає використання у назві об'єкта найменування професії у повній формі в називному відмінку без інших додаткових компонентів: “*Адвокат*” (адвокатське бюро), “*Дієтолог*” (кабінет дієтолога), “*Металіст*” (металовироби), “*Стоматолог*”, “*Сантехнік*” (сантехніка та сантехнічні роботи).

2. НП + А. Ця структурно-семантична модель, окрім вказівки на рід діяльності ергооб'єкта, несе інформацію про ім'я його власника чи спеціаліста, що в ньому працює: “*Адвокат Будз Тарас Васильович*” (адвокатське бюро), “*Адвокат Гнап Дмитро Олександрович*”, “*Адвокат Чудопалов Юрій Юрійович*”.

В ергонімах такого типу перенесення значення з апелятива на ергонім проходить винятково за першою семантичною моделлю: ЗП(Е)=ЗП(НП).

Переважно ці ергоніми мають таку структуру: НП+А, де антропонім відображає прізвище, ім'я і по батькові у повній формі: “*Адвокат Рукавець Олександр Володимирович*” (адвокатське бюро), “*Адвокат Семененко Людмила Михайлівна*”, “*Адвокат Чудопалова Раїса Ананіївна*”; хоча інколи трапляється такий варіант моделі НП+А, коли антропонім відображає повну форму прізвища та ініціали: “*Цілитель Чуфай Г.П.*”; а також модель НП+А+А, коли подаються імена двох власників чи спеціалістів: “*Адвокати Варода Борис Анатолійович і Бакалець Ігор Гнатович*”.

3. НП + ІК. Ергонім не завжди складається лише з назви професії у чистому вигляді; часто назви професій поєднуються з деякими іншими компонентами ергоніма, призначенням яких є надати додаткову інформацію про підприємство чи реалізувати рекламну функцію ергоніма.

Серед таких додаткових компонентів, основною функцією яких у більшості випадків є рекламна, трапляються ад'єктиви: “*Старий мисливець*” (мисливське спорядження), “*Страховий брокер ‘Експерт’*” (СК), “*Приватний уролог*”; відтопонімні ад'єктиви, що вказують на територіальну ідентичність та просторові відношення ергооб'єкта: “*Буданівський Бровар*”, “*Ласковецький бровар*” (ТОВ), “*Олійвський хлібороб*” (ФГ), “*Сидорівський Бровар*” (СТЗОТ); ергонімні терміни: “*Експерт-Центр*” (експертна оцінка), “*Центр ювелір*” (ювелірні вироби); ввічливі форми звертання: “*Пан Аптекарь*” (аптека); присвійні займенники: “*Ваш майстер*” (меблі), “*Ваш стоматолог*” (клініка); диференціюючі компоненти: “*Проектант-2*” (проектно-конструкторські роботи), “*Каменяр-1*” (ТОВ); інші інформативні та рекламні компоненти: “*Юрист консул*” (юридичні послуги), “*Зоорай рибалка +*” (зоомагазин). Ми зафіксували також

випадки словоскладання, коли назва професії зливається з іншим словом, утворюючи новотвір: “Містобудівельник” (Тернопільське обласне комунальне підприємство), “Домобудівник” (будівельні послуги).

Лексичні засоби ергонімів, мотивованих назвами професій. Серед ергонімів цього типу ми помітили також специфічну лексику, яка своєю новизною та неординарністю дає ергоніму потенціал впливу на адресата:

– діалектизми: “Спортовець” (магазин спортивних товарів: *спортовець* – діал. спортсмен, пор. польське *sportowiec* із тим самим значенням), “Газда” (ФГ: *газда* – діал., господар), “Модеста” (ательє: *модеста* на староғалицькому говорі означало “модельєр”, пор. пол. *modystka* – капелюшниця);

– новотвори та нелітературні варіанти назв професій: “Аграрія” (СПП: “*аграрія*” – новотвір, утворений від назви професії “*аграрій*”), “Житловик” (КЖЕП; МКП), “Забудівник” (магазин будматеріалів, ТОВ. “*забудівник*” – нелітературний варіант літературного слова “*забудовник*”), “Чоботяр” (магазин-салон: *чоботяр* – нелітературний варіант літературного “*чоботар*”), “Меблевик” (меблі, СМП: *меблевик* – калька російської назви професії “*мебельщик*”, якої не існує в українській мові);

– застарілі та історичні назви професій: “Бровар” (пивоварня), “ґалицький лицар” (клуб верхової їзди);

– слова іншомовного походження: “Медікус” (клініка мікрохірургії ока: від лат. *medicus* – лікар, хірург), “Рибак” (магазин: *рибак* – калька рос. *рыбак*, що означає “рибалка”);

– книжні слова: “Зодчий” (будівельні послуги: *зодчий* – книжн. художник-будівельник, архітектор);

– історичні варіанти назв професій: “Золотар” (ювелірний магазин: *золотар* – іст. той, хто покриває позолотою, золотить що-небудь);

– поетичні варіанти назв професій: “Боян” (народна аматорська хорова капела Бережанського районного будинку народної творчості: *боян* – поет., співець).

Поряд із лексичним аспектом формування ергонімів цього типу важливими для розуміння процесу онімізації апелятивів також є моделі перенесення значення. В ергоніміконі Тернопільщини серед ергонімів, утворених від назв професій, ми виявили наступні **логічні моделі перенесення значення** з апелятива-назви професії на ергонім:

– ЗП(Е)=ЗП(НП), тобто коли в ергонімі присутні назви осіб за професією чи родом занять, значеннєве поле яких прямо і безпосередньо переноситься на діяльність підприємства, тобто діяльність ергооб’єкта цілком відповідає функціям позначуваної апелятивом людини певної професії: “Аграрій” (СПП), “Антиквар” (салон антикваріату), “Дантист” (клініка), “Каменяр” (каменеобробка), “Комунальник” (ПМП), “Поліграфіст” (друкарня), “Репортер” (газета), “Харчовик” (м’ясні та ковбасні вироби);

– ЗП(Е)Н”ЗП(НП). Ергоніми також можуть містити загальні назви на позначення роду занять, що своїм значенням охоплюють різні професії, тому такі назви дають лише загальну характеристику діяльності підприємства без конкретизації його спеціалізації: “Оцінювач” (землевпорядкування), “Заготівельник” (с/г продукція), “Пан Майстер” (магазин будматеріалів), “Майстер” (інструмент; меблевий цех), “Євромайстер” (будівельні послуги; прибирання), “Майстер на виклик” (ремонтна служба), “Навігатор” (автомобільні шини), “Новатор Плюс” (покрівельні матеріали); або ж опосередковано вказувати на його діяльність за допомогою певних асоціацій: “Канцлер Плюс” (канцелярські товари), “Кооператор” (магазин промислових товарів: кооператор = працівник кооперативу < кооператив, кооперація = кооперативна крамниця), “Пілот” (таксі: пілот – водій літального апарата або гоночного автомобіля), “Кранівник” (вантажні перевезення);

– ЗП(Е)<ЗП(НП), у випадках, коли асоціативно-значеннєве поле новоутвореного ергоніма вужче: “Будівельник” (каменеобробка), ніж у назви професії чи роду занять, представленої в ергонімі;

– ЗП(Е)>ЗП(НП), у випадках, коли асоціативно-значеннєве поле новоутвореного ергоніма ширше: “Маляр” (студія ремонту), ніж у назви професії чи роду занять, представленої в ергонімі;

– ЗП(Е)““ЗП(НП). Слід зазначити, що в ергоніміконі Тернопільщини трапляються випадки вживання назв професій, що не відповідають сфері діяльності підприємства, і в таких ергонімах реалізується ця семантична модель перенесення значення: “Канонір” (автозапчастини);

– Т(Е)=ЗПР(НП), тобто коли підприємство реалізує товари і вироби, які особа названої професії використовує у своїй діяльності як знаряддя праці: “Будівельник” (магазин будівельних матеріалів), “Гідротехнік” (спецтехніка), “Електрик” (магазин промислових товарів), “Мисливець” (магазин мисливського і рибальського спорядження), “Монтажник” (магазин);

– Т(Е)=РП(НП), тобто коли підприємство реалізує продукцію, що є результатом праці особи названої професії: “Пасічник” (продукти харчування), “Столяр” (магазин-салон столярних виробів), “Тесляр” (вікна), “Ювелір” (ювелірні вироби).

Отже, у результаті нашого дослідження ми виявили, що вживання в ергонімах апелювативів, які називають осіб за ознакою професійної та фахової приналежності є досить поширеним явищем; виділили структурно-семантичні та логічні моделі перенесення значення в таких ергонімах; описали лексичні особливості ергонімів, утворених від назв професій. Викладене вище доводить необхідність подальшого вивчення метонімії як засобу ергонімотворення у логічному, лексичному та семантичному контекстах.

Список використаних джерел

1. Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. – К.: ВЦ “Академія”, 1997. – 752 с.
2. Мікіна О.Г. Номінаційні процеси в сучасній європейській ергонімії: Автореф. дис... канд. філол. наук. – Донецьк, 1993. – 21 с.
3. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Н.В. Подольская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Наука, 1988. – 192 с.
4. Paul H. Prinzipien der Sprachgeschichte / H. Paul – Тьbingen : Max Niemeyer Verlag, 1975. – 428 s.

Summary. The article deals with metonymy of names of professions as a powerful and common means of forming company names. Our study defines logical and semantic models of applying metonymy to ergonyms. It puts forth a number of lexically specific means used in the transfer of meaning at metonymy in ergonyms.

Key words: ergonym, company name, metonymy, semantic model.

УДК 811.161.2'374

Н.М. Дзюбак

СТРУКТУРНО-ГРАМАТИЧНІ ОЗНАКИ СУЧАСНИХ ВІЙСЬКОВИХ ТЕРМІНІВ

Стаття присвячена дослідженню лексики військово-інженерної галузі. У цій науковій розвідці детально проаналізовано структурно-граматичні ознаки термінів, що активно функціонують у інженерній військовій терміносистемі.

Ключові слова: термін, термінологія, терміносистема, термінотворення, військово-інженерна лексика.

На сучасному етапі розвитку лінгвістики великий інтерес викликають проблеми галузевих терміносистем, розширення їх меж, збільшення кількості компонентів, які входять до них. Свідченням цього є низка фундаментальних праць, що з'явилися упродовж останніх років. Дослідженню термінологічної лексики повністю чи частково присвятили свої праці Л. Симоненко, І. Сабодаш, В. Марченко, Л. Малевич, Я. Яремко, Н. Москаленко, Є. Огар, Т. Панько та інші мовознавці. Вони зверталися до галузевих терміносистем, зокрема, біологічної, ботанічної, будівельної, виноградарської, гідромеліоративної, граматичної, друкарської, економічної, мінералогічної, образотворчої, медичної тощо.

Військову термінологію досліджували Т. Михайленко, Л. Мурашко, Я. Яремко. Однак праці цих дослідників присвячені лише окремим питанням військової сфери, зокрема, номінативам на позначення військового одягу, військовим термінам певного історичного періоду, наприклад, доби козаччини тощо.

Актуальність нашої статті зумовлена потребою детального вивчення сучасної військової лексики, зокрема її структурно-граматичних характеристик. Метою наукової розвідки є аналіз структурних та граматичних особливостей термінологічної системи військово-інженерної галузі.

Досягнення мети передбачає реалізацію таких часткових завдань:

- на основі аналізу сучасних дефініцій дати науково-обґрунтоване визначення терміна;
- користуючись сучасною структурно-граматичною класифікацією визначити структурні типи військово-інженерних термінів;
- проаналізувати військово-інженерну термінологію у граматичному аспекті.

Дослідження термінологічної лексики будь-якої галузі перш за все спирається на визначення терміна. З цього приводу в лінгвістичній літературі існують різні, не рідко протилежні точки зору. Традиційно терміном називають слово або словосполучення, що означає чітко окреслене спеціальне поняття якої-небудь галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя тощо [1,