

МІСЦЕ ЕРГОНІМА У ПОНЯТІЙНО-ТЕРМІНОЛОГІЧНОМУ АПАРАТІ СУЧАСНОЇ ОНОМАСТИКИ

Позніхіренко Ю. І.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

Постановка проблеми в загальному вигляді, її актуальність та зв'язок із науковими завданнями. Розвиток будь-якої науки завжди супроводжується формуванням і вдосконаленням понятійно-термінологічного апарату. Ономастика – не є виключенням. Останніми роками ономастика як наука значно розвинулась і теоретично зміцніла, що зумовило появу нових термінопонять, деталізацію раніше існуючих, їх повні або часткові зміни. В результаті цей процес призвів до «понятійних і термінологічних новацій» [2, с. 4]. Сьогодні «для багатьох власних назв уже сформовані термінологічні системи, за прикладом яких можна створювати термінологію для інших секторів ономастичного поля» [3, с. 46].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Ономастичній термінології, її формуванню та застосуванню приділяється увага в світовому масштабі, про що свідчить існування різних типів ономастичних термінологічних словників і низки робіт, присвячених зазначеній проблематиці [такі, як: Alhaug, 2002; Aljoksjina, 2001, 2002; Brylla, 2001; De Stefani, 2004; Dorion, Poirier, 1975; Frydrich, 1966a, 1966b; Helleland, 2001; Kaleta, 1998; Karaś, 1968; Kiviniemi, Pitkänen, Zilliacus (ред.), 1974; Kuba, 1997; Majtán, 1976, 1979, 1989; Miodunka, 1971; Німчук, 1966; Olivová-Nezbedová, 1998; Petr, 1969; Pleskalová, 2000; Подольская, 1988; Room, 1996; Rzetelska-Feleszko, 1993; Schmidt, 1981; Smith, 1967; Sonderegger, 1985; Strandberg, 2001, 2002; Svoboda, 1961a, 1961b, 1964; Svoboda, Šmilauer et al., 1973; Šmilauer, 1976; Šrámek, 2000, 2003; Vasil'eva, 1998; Walther, 1998; Witkowski, 1964, 1995; Zgusta 1966, 1967, 1995, 1996, 1998]. Першим досвідом у створенні термінологічного словника з ономастики стала праця Н. В. Подольської «Словник російської ономастичної термінології» (1978). Це видання отримало широкий резонанс. Тому десятьма роками пізніше, врахувавши недоліки попереднього випуску, вийшло у світ друге видання, перероблене й доповнене. Головною метою, за словами авторського колективу, стала «подальша систематизація й уточнення дефініцій» [2, с. 6]. Значний внесок у розвиток ономастичної термінології зробили А. В. Суперанська, Ю. О. Карпенко, О. Т. Молчанова, Є. С. Отін та ін.

Основною метою цієї статті є визначення місця ергоніма в сучасній ономастичній термінології.

Завдання статті: 1) уточнити статус ергоніма в системі ономастичних терміносистемі.

Одним із невідкладних завдань сучасної ономастики є «... необхідність упорядкування термінології, яка надто строката, а точніше, не відзначається

чіткістю й однозначністю її тлумачення» [5, с. 37]. У цьому питанні можна виділити декілька класичних принципів утворення термінів. В своїх спостереженнях схилиємось до думки Н. В. Подольської про те, що «позначення певним терміном конкретного поняття – річ умовна» [2, с. 11]. По-перше те, що з розвитком будь-якої науки той чи інший термін має здатність трансформуватися чи взагалі змінювати своє значення. По-друге, «новоутворення в термінології створюються на базі національної мови або на базі запозичень» [2, с. 11]. Важливим аспектом сучасного термінознавства є - використання слів іншомовного походження для позначення нового поняття, серед яких першорядне місце посідають слова з грецькими та латинськими коренями. По-третє, варто відзначити, що нові терміни можуть бути створені на основі або ж за зразком уже існуючих (наприклад, в ономастиці на основі терміна *онім* було створено нові: *гідронім*, *хрононім* та ін.) Новоутворені терміни можуть бути більш або менш успішними відповідно до їх загальновідомості або маловідомості. І останнє, найважливіше серед усього переліченого, – існування певних критеріїв для створення нового терміна:

- а) однослівний термін є прийнятнішим, ніж багатослівний (наприклад, *хрематонім*);
- б) важливим компонентом терміна є грецькі або латинські терміноелементи, що становлять його основу (наприклад, фальсифікатоніми від лат. *falsificatum* – підробка);
- в) необхідним є врахування існування певної моделі, згідно з якою утворюється новий термін – для однослівних термінів головним є існування типових морфем [2, с. 21].

Розглянемо детальніше терміни, що позначають розділи ономастики:

- топоніміка вивчає власні імена географічних об'єктів (Україна, Чорне море, Новгород, Невський проспект, річка Ловать, озеро Байкал, Куликове поле);
- антропоніміка досліджує власні імена людей (Петро Миколайович Амехін, Іван Калита, Ігор Кію, Рюрик);
- космоніміка аналізує найменування зон космічного простору - сузір'їв, галактик, як прийняті в науці, так і народні (Чумацький Шлях, Плеяди, Галактика Андромеди). Вельми часто термін "космонім" вживають як синонім "астроніми"[3];
- астроніміка вивчає назви космічних об'єктів, або окремих небесних світил-наприклад, Сонце, Місяць, Юпітер, Зарянка, комета Галлея, мала планета (астероїд) Веста, карликова планета Церера, зірки Толіман або Сіріус;
- зооніміка вивчає власні іменами тварин, їх клички (Шарик, Мурка, Квадрат, Зірочка, Донгуз);
- хрематоніміка вивчає власні імена предметів матеріальної культури (алмаз "Орлов", меч Дюрандаль, гармата "Гамаюн");
- теоніміка вивчає власні імена богів і божеств будь-якого пантеону (Стрибог, Зевс);
- карабоніміка вивчає власні імена кораблів, суден і катерів (Аврора, Варяг, Бородіно, Пам'ять Меркурія і т. д.). Термін запропонував

Г. В. Алексушин на противагу запропонованим раніше термінам наутоніміка і кароніміка;

- ергономіка вивчає найменування ділових об'єднань людей. Наприклад, емпороніми - назви магазинів, фірмоніми - назви фірм. Сюди ж відносяться назви перукарень, барів, кафе, більярдних клубів, благодійних організацій та ін.;

- прагматоніміка вивчає найменування товарів та інших результатів практичної діяльності людей. Наприклад, парфюмоніми - назви парфумерної продукції, ароматів ("Chanel", "J'adore", "Lauren"), чоконіми - назви шоколадної продукції ("Кара-Кум", "Метелиця", "Ластівка") [6].

Сучасне термінування власних назв не завжди відповідає вимогам чіткості, компетентності й послідовності. Під час детального та поглибленого вивчення предмета «неминуче відбувається дроблення понять» [2, с. 10] на значно дрібніші, що надалі призводить до термінування новоутворених понять. Пропонуємо детально розглянути цей процес на прикладі розряду ергонімів.

Ергонім - термін, закріплений Н.В. Подольською для позначення найменування ділового об'єднання людей, а ергонімія - для позначення всієї сукупності назв ділових об'єднань людей. Під «діловим об'єднанням людей» дослідник має на увазі будь-які союзи, організації, установи, корпорації, підприємства, суспільства, закладу, гуртків [2].

В області «ергоніма» дослідники виділяють такі поняття, як: ойкодомоніми - найменування, закріплені за певними будівлями, при обов'язковій наявності вивіски; НКП - «назва комерційного підприємства»; найменування ділових об'єктів; емпороніми - виключно торгові підприємства. Дану тенденцію пояснює Н.В. Подольська: «Нові поняття виникають при будь-якому творчому процесі, в будь-якій сфері наукового пізнання. При поглибленому вивченні предмета, встановленні внутрішніх зв'язків і взаємозалежності неминуче відбувається дроблення поняття на більш приватне, що супроводжується термінованістю цих більш приватних понять» [2].

Інший напрямок у сучасній лінгвістиці - об'єднання в наукових дослідженнях ергонімів з онімами, розташованими з ними поруч у ономастичному просторі, в першу чергу по виконуваних функціях.

І.В. Крюкова пропонує загальний термін «рекламне ім'я», до якого відносить «не тільки словесні товарні знаки (прагматоніми), але і назви підприємств (ергоніми), засобів масової інформації (гемероніми), фестивалів, конкурсів концертів (геортоніми), транспортних засобів (порейоніми)» [1]. На думку автора, їх ріднить прагматична спрямованість і приналежність до мови реклами, дослідник виявляє і аналізує основні етапи входження рекламних імен в сучасну мову, описує семантичні модифікації та функції на кожному з етапів. Розвиває цю ідею Е.А. Трифонова і об'єднує під терміном ергонім власні імена будь-яких ділових об'єктів незалежно від їх правового статусу та наявності / відсутності місця постійної дислокації, які штучно створюються іменують суб'єктом з метою прагматичного впливу на адресата [4].

Відрізняється від зафіксованої в словниках дефініція терміна *ергонім* у А. О. Білецького це “річ, твір” – “Війна і мир” Л. М. Толстого, “Останній день Помпеї” К. Брюлова, “Місячна соната” Л. ван Бетховена. Підкласи *ергонімів* (річ, предмет, начиння) належать, за термінологією вченого, до класу *технонімів* (назв матеріальних результатів людської праці, цілеспрямованої трудової діяльності). Зроблено вченим зауваження щодо правопису ергонімів – учений вважає неекономним їхнє виділення за допомогою одночасно і лапок, і великої літери. Непослідовний правопис і в передаванні так званих *епохонімів* – назв епох. «Чому Відродження (Ренесанс) пишемо з великої літери, а неоліт – із малої?» [7] Актуальним на сьогодні є висновок А. О. Білецького що, «...вся справа в недоторканності філологічної традиції, навіть якщо вона зберігається всупереч здоровому глузду»[7].

Зазначені тенденції можна позначити як опозиційні: одна група дослідників відмовляється від терміна ергонім, інша- виділяє і позначає нові розряди власних імен в ергонімічному полі ономастичного простору різних типів ономастичних термінологічних словників і низки робіт, присвячених зазначеній проблематиці.

Висновки та перспективи подальших досліджень. На сучасному етапі є протиріччя, що полягає в необхідності визначення ергоніму, визначення основних розрядів власних імен, що входять в ергонімічне поле, і позначення цих розрядів поняттями, які б органічно входили в існуючу в ономастиці терміносистему, і відсутністю робіт, що пропонують шляхи вирішення зазначених проблем.

Література

1. Крюкова И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. Волгоград: Перемена, 2004. 228 с.
2. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Наука, 1988. – 186 с.
3. Торчинський М.М. Структура онімного простору української мови: Монографія. – Хмельницький: Авіст, 2008. – 548 с.
4. Трифонова Е.А. Названия деловых объектов: семантика, прагматика, поэтика (на материале русских и английских эргонимов). Автореф. дис. канд. филол. наук. Волгоград, 2006. 20 с.
5. Antiquarum//<http://www.timeway.ru/articles/antiquorium/>.
6. <http://znaimo.com.ua>
7. <http://term-in/index>

Summary

The article deals with the problems of modern onomastic terminology, focusing on the issues of coining in onomastics.