

УДК 81'373.21

Е. Н. Сидоренко, С. С. Ельцова

*Приазовский государственный технический университет (г. Мариуполь)*

## **СПЕЦИФИКА ВЫБОРА ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ ПРИ НОМИНАЦИИ ОБЪЕКТОВ ПРОИЗВОДСТВА**

Рассмотрены слова и словосочетания, послужившие материалом для образования названий объектов производства. Отмечены эргонимные термины, зафиксированные на территории Донецкой области, для общего названия объектов производства, а также фирм и компаний, относящихся к промышленной эргонимии. Описаны мотивированные и немотивированные названия. Рассмотрены также аббревируемые эргонимы и названия, образованные от иноязычных апеллятивов.

*Ключевые слова:* эргоним, объект производства, фирмоним, мотивированное название, немотивированное название, апеллятив, онимизация.

Сидоренко О. М., Ельцова С. С. Приазовський державний технічний університет (м. Маріуполь). **СПЕЦИФІКА ВИБОРУ МОВНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ НОМІНАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ВИРОБНИЦТВА**

Розглянуто слова і словосполучення, що послужили матеріалом для утворення назв об'єктів виробництва. Відзначено ергонімічні терміни, зафіксовані на території Донецької області, для загального називання об'єктів виробництва, а також фірм і компаній, що належать до промислової ергонімії. Описано мотивовані та немотивовані назви. Розглянуто ергонімі-аббревіаційні назви, утворені від іншомовних апелятивів.

*Ключові слова:* ергонім, об'єкт виробництва, фірмонім, мотивована назва, немотивована назва, апелятив, онімізація.

Sydorenko O. M., Eltsova S. S. Pryazovskyi State Technical University (Mariupol). **PARTICULARITY OF CHOICE OF LINGUISTIC MEANS FOR OBJECTS OF PRODUCTION NOMINATION**

The article deals with studying of words and word formations, used for naming of objects of production which include companies of various kinds: steel works, agricultural farms, corporations, societies, associations, organizations, plants, factories, firms, mines, which produce different kinds of products. There were mentioned ergonym terms fixed in the Donetsk region for the general naming production facilities, as well as firms and companies related to the industrial ergonymiya. These and other similar ergonyms have toponymic roots. A full name, indicating the location and functional features of the object is applied in the official style. Motivated and non-motivated names are described. Motivated names contain specific information about the named objects; indicate its location, a field of activity, relationship with a man. A number of names indirectly characterize the activities of the company. Non-motivated names of objects of production include an abstract associative names, indirectly related to the company. Greater degree of emotional impact on the consumer peculiar to them thanks to using of metaphor and fantasy elements, compared to clearly and concretely motivated ergonyms. A special group of names consists of ergonyms, which are derived of words, motivated by non-native (foreign, borrowed) appellatives. The presence of abbreviative ergonyms and names derived from foreign-language appellatives is also indicated.

*Key words:* ergonym, object of production, firmonym, motivated name, non-motivated name, appellative, onymization.

**Постановка проблемы.** Резкое увеличение объектов различных видов деятельности влечет за собой появление большого количества их наименований. Смысловая неоднозначность названий вызывает множество интерпретаций при их декодировании реципиентами. Следовательно, существует необходимость сбора и систематизации многочисленных эргонимов, разностороннего изучения их структурных и функционально-стилистических особенностей, рассмотрения с точки

зрения лингвистики, выявления общего и индивидуального в принципах номинации деловых объединений людей.

**Анализ последних исследований и публикаций.** С точки зрения особенностей образования и высокого уровня информативности эргонимы являются интересным и разносторонним объектом исследований. Именно потому эргонимная лексика привлекает значительное внимание современных ученых. Эргонимия разных ареалов Украины проанализирована в работах многих современных лингвистов: О. Е. Белея (эргонимия Закарпаття) [1; 2], С. А. Шестаковой (эргонимия Харьковской и Сумской областей, частично Киева, Полтавы, Львова) [11] и др. Раздел эргонимной лексики, охватывающий наименования объектов производства и фирмонимы, также служит объектом внимания лингвистов уже несколько десятилетий. З. И. Бузинова рассматривала именованья промышленных объектов в дореволюционной России – картелей, концернов, синдикатов, торговых домов, трестов, акционерных обществ, акционерно-паевых компаний, а также историю развития русской эргонимии 20–30-х гг. на материале названий промышленных предприятий [3]. О. Е. Белей посвятил диссертацию исследованию фирмонимии Закарпаття [1; 2]. От термина фирмоним О. Е. Белей предлагает образовать название подраздела эргонимики – *фирмонимику*, которая «вивчає власні назви комерційно-виробничих підприємств» [1, с. 4]. Термин *фирмоним* употребляют и другие лингвисты. Д. А. Яловец-Коновалова пользуется терминологическим сокращением *НКП* (*название коммерческого предприятия*) [13]. Н. В. Шимкевич, исследуя коммерческую эргонимию, толкует качествен *коммерческая* как применяемый для именованья «структур, так или иначе имеющих главной задачей своей деятельности получение прибыли» [12, с. 4].

**Целью** данной работы является анализ наименований объектов производства, зафиксированных на территории Донецкой области в течение последнего десятилетия, резкое увеличение количества которых требует упорядочения и изучения.

**Изложение основного материала.** К фирмонимам и объектам производства относятся металлургические *комбинаты*, предприятия различного профиля производства: агропромышленные *комплексы* и фермерские *хозяйства*, *концерны*, *общества*, *объединения*, *организации*, *заводы* и *фабрики*, *фирмы*, *шахты*, которые занимаются выпуском многочисленных видов продукции. Для общего называнья объектов этого раздела, кроме уже указанных, используют следующие эргонимные термины: *компания*, *кооператив*, *корпорация*, *мастерская*, научно-производственный и учебно-производственный *центр* и др. Названия объектов производства, а также фирм и компаний, относящихся к промышленной эргонимии, представляют собой в Донецком регионе довольно большую группу и дают богатый материал для анализа.

В последние десятилетия значительные изменения наблюдаются и в номинации предприятий различных форм собственности – государственных и частных. Названия *фирм*, *бирж*, *компаний*, по мнению В. М. Лейчика, «должны отвечать трем требованиям, которые в известной мере противоречат друг другу. Во-первых, они должны отражать признаки (функции) соответствующих органов, то есть быть, как говорят лингвисты, мотивированными. Во-вторых, они должны быть легко запоминаемыми и удобопроизносимыми, а значит, достаточно короткими. В-третьих, они должны привлекать внимание и интерес людей, то есть выполнять рекламную роль» [7, с. 31]. Сам автор отдает предпочтение названиям, которые информируют о деятельности объекта или, по крайней мере, не вызывают ложных ассоциаций.

Названия крупных промышленных предприятий состоят из нескольких слов и указывают не только на специфику, но и в первую очередь на их месторасположение: *Артемовский завод по обработке цветных металлов, Горловский завод строительных машин, Донецкая макаронная фабрика, Мариупольская кондитерская фабрика, Донбасская торгово-промышленная палата*. Эти и другие подобные эргонимы, имеющие топонимическую привязку, уже отмечены исследователями и получили название – *эргоурбонимы*, «ибо любой промышленно-хозяйственный объект можно считать не только эрго-, но и топообъектом» [12, с. 7]. Н. В. Шимкевич указывает на актуализацию в речи одного из двух денотатов – «делового объединения» или «объекта на местности». В официально-деловом стиле применяется полное название, указывающее на месторасположение и функциональные признаки объекта. Так, в полном названии *Мариупольский металлургический комбинат «Азовсталь»* слово *мариупольский* указывает на месторасположение объекта, *металлургический* – на специфику деятельности, *комбинат* – на масштабность, «*Азовсталь*» – индивидуализирующий компонент, отличающий от других подобных объектов (например, от *Мариупольского металлургического комбината имени Ильича*). Подобным образом могут быть охарактеризованы и другие названия: *Дзержинский электромеханический завод «Сенсор»*, *Мариупольская швейная фабрика «Фея»*, *Макеевская фабрика деревянных заготовок «Реликт»*, *Красноармейская швейная фабрика «Веселка»*. В разговорной речи чаще употребляется не полная, а сокращенная форма эргонима, выраженная его индивидуализирующей частью – «*Азовсталь*», «*Фея*», либо просторечный, апеллятивный вариант – *кондитерка, швейка, коксохим (Мариупольский коксохимический завод)*.

Среди наименований разных групп эргонимов можно выделить мотивированные и немотивированные имена. «Под мотивом мы понимаем то, что в отражаемой человеком реальности побуждает его к совершению действий и поступков и направляет его речевую деятельность» [4, с. 11]. Мотивированные названия содержат определенную информацию об именуемом объекте, указывают на его месторасположение, сферу деятельности, связь с человеком. Такие эргонимы, как правило, имеют прозрачную семантическую структуру, которая «допомагає розкрити мотив номінації – понятійний чи асоціативний блок лінгвістичної та екстралінгвістичної інформації <...>, на чому й ґрунтується той чи інший вибір ознаки, покладеної в основу найменування» [11, с. 6]. В названиях промышленных предприятий указывается специфика их деятельности. Эргонимы этой группы содержат терминологическую лексику соответствующих производственно-экономических сфер деятельности. Информация об этом чаще всего заключена в апеллятиве, испытавшем онимизацию: «*Кирпичный завод*» (Мар.), «*Завод полимерных материалов*» (Д.), «*Пищевкусовая фабрика*» (Др., Мар.), завод «*Электробытприбор*» (Мар.). Название металлургического комбината «*Азовсталь*» (Мар.) образовано из привычных основ, которые в ансамбле и составляют формально-смысловую структуру возникшего эргонима. Такие наименования можно отнести к реально мотивированным. «Пока люди занимаются производством ради производства или удовлетворения собственных потребностей, название организованного ими предприятия носит описательный характер, обозначая то, чем оно в действительности является» [10, с. 56]. Условно мотивированные эргонимы содержат намеки на признаки деятельности предприятия, влияют на подсознание путем ассоциативного восприятия. К таким названиям относятся: предприятие «*Восток*» (Мар.) – его название указывает на местонахождение объекта в восточной части Украины, ЧП «*Эскорт*» (Д.) – занимается ремонтом автомобилей, ООО «*Монолит-Донецк*» (Д.) – выпуском сборных железобетонных конструкций.

«Многолетняя хорошая репутация фирмы и ее доброе имя являются особым капиталом: фирмы-бренды стоят больших денег» [6, с. 284].

Ряд названий косвенно характеризует направленность деятельности предприятия, его производственный профиль: МЧП «*Миґ*» (Мар.), «*Европа*» (Мар.), ООО «*Меркурий*» (Д.), ЧП «*Люкс*» (Д.), «*Каскад*» (Д.). В таких эргонимах иногда наблюдается ономазиологическая несочетаемость – несоответствие между апеллятивным или первичным проприальным значением слова и характером обозначаемого им объекта. Такие названия либо имеют «глубоко скрытую мотивированность» [8, с. 87], либо являются случайно подобранными. Так название «*Миґ*» может указывать как на незамедлительное изготовление какой-либо продукции, так и порождать отрицательное отношение к ней, намекая на кратковременный срок ее пригодности. Эргоним «*Европа*» также может указывать на «европейское» качество работы, на европейское оборудование предприятия или на совместную деятельность с другим европейским предприятием, что соответствует действительности. По названию предприятия «*Меркурий*» можно судить или о содержании ртути в продукции (от англ. mercury «ртуть»), или о больших прибылях от какого-то производства, так как Меркурий – римский бог торговли, прибыли и обогащения. «Несовместимость» эргонимов и их денотатов обнаруживается и в названиях, образованных окказионально или содержащих глубоко скрытую мотивированность: предприятия «*Амрита*» (Мар.), «*Боссит*» (Гор.), «*Гарвей*» (Мар.), «*Лема*» (Мар.), «*Лингвей*» (Кр.), «*Мицар*» (Мар.), «*Нэд*» (Мар.), «*Таур*» (Мар.), «*Уарда*» (Мар.). Н. В. Шимкевич называет такие эргонимы «нераспознаваемыми в речевом узусе новообразованиями» [12, с. 13].

Немотивированные названия объектов производства включают абстрактно-ассоциативные наименования, косвенно связанные с деятельностью предприятия. Благодаря метафоре, использованию фантазийных элементов им свойственна, по сравнению с четко и конкретно мотивированными эргонимами, большая степень эмоционального воздействия на потребителя. Рекламным «притяжением» обладают имена производственных объектов «*Надия*» (Гор., Мак.), «*Юнона*» (Мар.), «*Стиль*» (Д.), «*Мелодия*» (Гор.). Такой тип наименований называют «суггестивными эргонимами» [8, с. 88]. Покупая оборудование или другую продукцию, клиент останавливает свой выбор на предприятии, которому он доверяет, его название является гарантом качества, придает уверенности при принятии решения.

Владельцы ЧП и фирм используют в их названии свои фамилии, имена свои и близких, создавая различные слоговые комбинации. Так, название ЧП «*Саввади*» (Мар.) содержит первые слоги кратких имен владельца, его жены и дочери – Саша, Валя, Диана. Использование своих фамилий для создания эргонимов «...свідчить про реанімацію забутої дореволюційної моделі номінації» [11, с. 8]. Фамилия в названии прямо и ясно указывает на принадлежность определенному владельцу: ЧП «*Прутковский*» (Мар.), ЧП «*Хоменко*» (Мар.).

Особую группу наименований составляют эргонимы, «являющиеся производными словами, мотивированными иноязычными апеллятивами» [8, с. 85]: компания «*Метинвестхолдинг*» (Д.); предприятие «*Вест-сервис*» (Мар.) – от англ. *west* «запад»; предприятие «*Релакс*» (Мар.) по пошиву авточехлов – от англ. *relax* «смягчать, расслаблять»; малое предприятие «*Спарк*» (Мар.) – от англ. *spark* «искра, вспышка»; предприятие «*Тандем*» (Д., Мар.) – от англ. *tandem* «велосипед для двоих или троих».

Зафиксированы также аббревирированные эргонимы: предприятия «*Строй-сервис*» (Д.), «*Укрспецмонтаж*» (Д.), «*Электрохладремонт*» (Мар.).

Предприятия занимаются непосредственно производством, и их названия могут войти в самостоятельный раздел эргонимики. Так, исключительно производством занимались в 60–70-е гг. прошлого века *металлургические заводы им. Ильича* и «Азовсталь», макаронная и пищевкусовая фабрики, завод технологического оборудования и другие предприятия Мариуполя. Однако в «Економічному словнику-довіднику» [5] представлено новое толкование термина *предприятие*, которое «повніше і точніше відображає специфічні риси сучасного українського комерційно-виробничого об'єднання людей» [2, с. 16]: «Підприємство – самостійна, ініціативна, системна діяльність по випуску продукції, наданню послуг, торгівлі з метою отримання прибутку» [5, с. 250]. Здесь четко прослеживается связь объектов производства с объектами торговли и обслуживания. На *комбинате им. Ильича* открыт ряд вспомогательных цехов, агроцехов, молокозавод, вошла в состав комбината швейная фабрика. Создана сеть аптек «*Ильич-фарм*». Открыта сеть магазинов «*Наша марка*», «*Ильчевские цветы*». Среди объектов обслуживания – гостиница «*Чайка*», пансионат «*Металлург*». Среди объектов развлечения – дворец культуры «*Металлург*». На «*Азовстали*» работал магазин «*Азовстальский хрусталь*». Работают магазины при швейной фабрике и молокозаводе. Свои объекты развлечения имеют все крупные предприятия: предприятие «*Азовмаши*» (Мар.) – ДК «*Искра*; коксохимический завод (Мар.) – ДК «*Маркохим*»; предприятие ТФД (торговый флот Донбасса) (Мар.) – ДК «*Чайка*». «Несмотря на все отклонения от обычных языковых норм, коммерческие номены состоят из живой языковой материи и остаются словами» [9, с. 71].

**Выводы.** Проанализированная подгруппа наименований объектов производства является наиболее многочисленной среди других подгрупп эргонимов. При выборе наименований используются наиболее благозвучные, легко запоминающиеся слова и словосочетания с положительными ассоциациями.

Условия и принципы номинации объектов различной направленности определяются спецификой словообразовательной мотивации эргонимов. Эргонимы – это составная часть собственных имен, которая постоянно изменяется в условиях современной переходной экономики, развития предприятий малого бизнеса и укрупнения среднего. Эргонимный бум способствует увеличению лексического состава языка, привлечению новых, в том числе иностранных слов.

Объекты производства являются не только наиболее многочисленной группой, но и подклассом эргонимов, имеющим наиболее четкую мотивационную структуру, которая указывает на месторасположение объектов, вид деятельности или называет выпускаемую продукцию. Реально мотивированные эргонимы используются и для называния фирм. Условно мотивированные и немотивированные названия преобладают в номинации объектов развлечения, частично объектов обслуживания и торговли. Их наименования схожи по степени своей мотивированности и направлены на выполнение аттрактивной функции в условиях борьбы за клиента. Немотивированные названия выполняют рекламную функцию в более полном объеме, чем реально мотивированные эргонимы. Способы выражения функций эргонимов зафиксированы как в письменной форме – вывески над объектами, так и в устно-письменной – язык рекламы. Динамика принципов номинации различается хронологически и в зависимости от функциональной направленности именуемых объектов. Мотивировочные признаки, лежащие в основе наименований, могут отражаться как прямым, так и косвенным (опосредованным) способом, что предполагает существование прямо мотивированных, условно мотивированных и безусловно мотивированных эргонимов. Это деление про-

исходит на основе обобщения признаков, обозначающих принадлежность, местонахождение, назначение объекта, вид, качество производимой продукции и выполняемых услуг.

Перспективы дальнейших исследований заключаются в сопоставительном изучении номинационных процессов полилингвальной эргонимии Донетчины и других областей Украины.

### Библиографические ссылки

1. **Белей О. О.** Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської області): автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / О. О. Белей. – Л., 2000. – 17 с.
2. **Белей О. О.** Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської області) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / О. О. Белей. – Л., 2000. – 209 с.
3. **Бузинова З. И.** Из истории развития русской эргонимии 20–30-х гг. (на материале названий промышленных предприятий) / З. И. Бузинова // Вост.-укр. лингв. сб. – Донецк, 1999. – Вып. 5. – С. 60–73.
4. **Ейгер Г. В.** Мотивационный потенциал речевых актов / Г. В. Ейгер, И. С. Шевченко // Вісн. Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2000. – № 500. – С. 10–17.
5. **Економічний словник-довідник** / за ред. С. В. Мочерного. – К. : Femina, 1995. – 392 с.
6. **Карабан В. І.** Переклад англійської наукової і технічної літератури / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова кн., 2002. – 564 с.
7. **Лейчик В. М.** Алиса – имя собственное / В. М. Лейчик // Рус. речь. – 1992. – № 6. – С. 31–34.
8. **Отин Е. С.** Номинационные процессы в русской эргонимии XX века (названия промышленных предприятий, акционерных обществ и фирм) / Е. С. Отин // Акт. вопр. теории яз. и ономаст. номинации : сб. ст. – Донецк, 1993. – С. 83–94.
9. **Соболева Т. А.** Товарные знаки / Т. А. Соболева, А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1986. – 176 с.
10. **Суперанская А. В.** Товарные знаки и знаки обслуживания / А. В. Суперанская // В пространстве филологии : сб. ст. / отв. ред. В. М. Калинин. – Донецк, 2002. – С. 55–71.
11. **Шестакова С. О.** Лексико-семантичні інновації у системі сучасної української номінації (на матеріалі ергонімів і прагмонімів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / С. О. Шестакова. – Х., 2002. – 17 с.
12. **Шимкевич Н. В.** Русская коммерческая эргонимия : прагматический и лингвокультурологический аспекты : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 «Русский язык» / Н. В. Шимкевич. – Екатеринбург, 2002. – 23 с.
13. **Яловец-Коновалова Д. А.** Названия коммерческих предприятий : Ономазиологическая классификация и функционирование в современном русаком языке: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Д. А. Яловец-Коновалова. – Челябинск, 1997. – 177 с.

### Условные сокращения

Гор. – Горловка	Мар. – Мариуполь
Д. – Донецк	ДК – Дворец культуры
Др. – Дружковка	ООО – общество с ограниченной ответственностью
Кр. – Краматорск	МЧП – малое частное предприятие
Мак. – Макеевка	ЧП – частное предприятие

Надійшла до редколегії 20.01.15