

тов и примеров и, в конечном итоге, образует вывод. В научной статье уделяется особое внимание подводу научного факта и определению научного понятия с новой точки зрения. То есть перечисление известных идей в научной статье неверно. Не обучающий, а исследовательски-ориентировочный научный текст «что?», «что было сказано?», «что вызывает спор?», «кто прав?», «как должно быть?» основывается на его логической последовательности.

Изменение научного языка, его развитие, как правило, определяются процессами, происходящими в языке, а также научными проявлениями развития науки в разные исторические периоды. В лексике научного языка можно выделить

три независимых слоя: 1) нетерминологическая лексика (основные и вспомогательные слова в языке); 2) общенаучная лексика (специальные слова научной коммуникации); сюда входят специальные слова, используемые в разных областях науки. Благодаря интеграции и дифференциации наук количество слов в этом слое постоянно растет; 3) своеобразная терминологическая лексика [1, с. 17].

Выводы. Таким образом, языковые единицы разных уровней, используемые в процессе создания текста, формируют стиль текста. Они выступают как средство связывания отдельных частей текста, а также образуют определенные стилевые черты текста.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Даниленко В.П. Русская терминология: Опыт лингвистического описания. М.: Наука, 1977.
2. Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989.
3. Ельмслев Л. Прологомены к теории языка // Новое в лингвистике. Вып.1., М., 1960.
4. Курбанов А. Современный азербайджанский литературный язык. Баку, 1985.
5. Дамирчизаде А. Стилистика азербайджанского языка. Баку: Азертедريسнешр, 1962.
6. Китаби Деде Коркут. Баку: Язычи, 1988.
7. Халилов Б. Морфология современного азербайджанского языка. Баку: Эльм, 2007.

УДК 81'373.21

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ НАЗВ ПЕРУКАРЕНЬ МІСТА КИЄВА

FEATURES OF FORMATION OF THE HAIRDRESSING SALONS' NAMES IN CITY KYIV

Сидоренко О.М.,

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри філософії, соціально-гуманітарних дисциплін,
іноземних мов, української та латинської мов № 1
Донецького національного медичного університету*

У статті розглянуто назви об'єктів обслуговування, зокрема назви салонів краси, перукарень, косметологічних салонів, зафіксованих упродовж останнього року в різних районах міста Києва. Основними способами формування заявлених назв визначено відонімний та відапелятивний. Особливу увагу приділено відонімному шляху формування українських ергонімів. Серед відонімних назв представлено різні відантропонімні, відтопонімні та відміфонімні назви, утворені шляхом трансонімізації імен та прізвищ, міфонімів, назв місцевості. Також проаналізовано відапелятивні ергоніми та зроблено спробу етимологічного аналізу деяких назв.

Ключові слова: ергонім, антропонім, топонім, міфонім, трансонімізація, апелятив, лексична одиниця.

В статье рассмотрены названия объектов обслуживания, в частности салонов красоты, парикмахерских, косметологических салонов, зафиксированных в течение последнего года в различных районах города Киева. Основными способами формирования заявленных названий определены отонимный и отапеллятивный. Особое внимание уделено отонимному способу формирования украинских эргонимов. Среди отонимных названий представлены различные отантропонимные оттопонимные и отмифонимные названия, образованные путем трансонимизации имен и фамилий, мифонимов, географических названий. Также проанализированы отапеллятивные эргонимы и предпринята попытка этимологического анализа некоторых названий.

Ключевые слова: эргоним, антропоним, топоним, мифоним, трансонимизация, апелляция, лексическая единица.

The names of objects of service, such as beauty salons, hairdressing salons, cosmetology salons fixed during the last year in various districts of the city of Kiev, are considered in the article. The main ways of the names formation are onymian and appellatvian. Particular attention is paid to the onymian method of Ukrainian ergonyms forming. Among the onymian names there are various ergonyms, formed by the transonymization from antroponyms, toponyms, mythonyms. Appellatvian ergonyms were also analyzed and an attempt of etymological analysis of some names was made.

Key words: ergonym, antroponym, toponym, mythonym, transonymization, appellative, lexical unit.

Постановка проблеми. Останнім часом усе більше уваги українських та закордонних лінгвістів звертається на вивчення нового класу онімів – ергонімів – назв об'єктів різних видів людської діяльності, дослідження особливостей їх виникнення та функціонування. Поширений інтерес до аналізу саме цього класу пояснюється зростанням кількості об'єктів різноманітного направлення, зокрема об'єктів виробництва, торгівлі, обслуговування, розваг. Найчисленнішою серед ергонімів є підгрупа сервісонімів – об'єктів надання послуг, до якої й належать назви салонів краси, перукарень, косметологічних салонів та ін. Багато питань постає під час лінгвістичного розглядання назв, які вони отримують від своїх власників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням назв об'єктів людської діяльності почали займатися ще в 70-ті роки минулого століття. Проблемі виникнення та функціонування ергонімів в українській ономастиці присвячено численні праці сучасних дослідників. Велику кількість дисертаційних робіт присвячено вивченню ареальної ергоніміки. Так, О.О. Белей докладно проаналізував фірмонімікон Закарпаття [1], Ю.І. Дідур провела зіставний аналіз ергонімів трьох великих міст у різних країнах [3], Н.В. Кутуза досліджувала ергонімію Одеси [5], Н.М. Лесовець вивчала ергоніми міста Луганська [6], О.М. Сидоренко присвятила своє дослідження номінаційним процесам у полілінгвальної ергонімії Донеччини [8], М.М. Цілина проаналізувала назви Києва [11], С.О. Шестакова – ергоніми Києва, Львова, Полтави, Сум, Харкова [12]. З.І. Бузинова вивчала назви промислових об'єктів в історичному напрямі [2], осмисленню природи ергоніма приділили увагу у своїх працях О.Ю. Карпенко [4], Є.С. Отін [7], М.М. Торчинський [9], І.І. Турута [10]. Значну увагу надано ергонімам і в інших працях.

Постановка завдання. Проте окремі підкласи ергонімів ще ретельно не досліджувались. Усі існуючі назви потребують лінгвістичного аналізу. Багато питань постає під час розгляду підгрупи сервісонімів, до якої належать назви перукарень (найчисленнішої серед ергонімів). Метою дослідження є аналіз назв перукарень та салонів краси, зафіксованих у місті Києві протягом останнього року.

Виклад основного матеріалу. До нашого дослідження залучено більше 700 назв, зафіксованих у місті Києві протягом останнього року, які позначають салони краси, перукарні, косметологічні салони, солярії, SPA-салони, а також салони масажу, татуажу, пірсингу, нарощування вій, волосся, манікюру та педикюру.

Існує два основних способи утворення ергонімів: відонімний та відапелятивний. Під час дослідження відонімного шляху формування українських ергонімів, зокрема назв перукарень, салонів тощо, зафіксовано трансонімізацію в ергоніми різних класів та підкласів онімів: антропонімів, топонімів, міфонімів, теонімів, космонімів, астрономів, ідеонімів, поетонімів, фаунонімів, флоронімів, прагматонімів тощо. Але перевага надається трансонімізації **антропонімів** (близько 15%).

Серед ергонімізованих антропонімів виділено такі структурні моделі:

– апелятив + антропонім, де апелятив є ергонімним терміном, вказівкою на функціональну спрямованість закладу, а антропонім – ім'ям та прізвищем власника: *«Парикмахерські послуги Лілії Істоміної»*, *«Студія Ірини Лесової»*, *«Салон-перукарня Оксани Галецької»*, *«Майстерня Вікторії Колодій»*, *«Студія краси Ольги Золотухіної»*, *«Пані Рольска»*;

– одиничні антропоніми, до яких залучені привабливі переважно жіночі (рідше чоловічі) імена, імена власників, їхніх дружин, дочок, подруг: *«Нінель»*, *«Софія»*, *«Тетяна»*, *«Наталья»*, *«Клаудія»*, *«Руслана»*, *«Беата»*, *«Анжеліка»*, *«Оксана»*, *«Нукита»*, *«Сабина»*, *«Марго»*, *«Злата»*;

– одиничні антропоніми, які є запозиченими іменами, передані засобами латинської графіки: *Rachel*, *Gretta*, *Rozali*, *Irina*, *Natali*, *Yana*, *Antonia*, *Lizette*, *Naomi*;

– одиничні антропоніми, які є іноземними прізвищами видатних акторів або героїв відомих фільмів, передані латинською графікою: *Belmondo*, *Merilyn Monro*, *Corleone*;

– антропонім + антропонім: *«Адам и Ева»*, *«Соня & Соня»*, *Ella et Lui*;

– антропонім + апелятив, передані засобами латинської графіки, де апелятив є запозиченням: *Karina style*, *Alessandro studio*, *Ann Vita*;

– абрєвіатури-антропоніми, які містять закодовану інформацію про своїх власників чи їхніх

близьких: *T&D, ES, CB, RG, DIA, S&A Group, НОЛ, ЛенТа*.

Друге за чисельністю місце займає підгрупа трансонімізованих *топонімів*, яка нараховує близько 6% від загальної кількості. Серед них виділено такі структурні моделі:

– одиничні топоніми, які стосуються цієї місцевості та позначають унікальні за природною або архітектурною красою міста світи, передано засобами як кирилиці («*Гавай*», «*Малібу*», «*Версаль*», «*Венеція*», «*Флоренція*», «*Сан-Тропе*», «*Санторіні*»), так і латинської графіки (*Beverly Hills, De Paris, Florens, Savoya*);

– відтопонімний ад'єктив + ергонімний термін: «*Подільська цирульня*», «*Київський інститут краси*»;

– ергонімний термін + топонім (його різновид – урбанонім, що вказує на розташування об'єкта у місті): «*Цирульня на Андріївському Узвозі*», «*Перукарня на Кольцова*», «*Студія краси на Виноградаря*», «*Салон краси на Оболоні*»; на більш детальне місцезнаходження вказують такі назви: «*Перукарня на Мастку*», «*Перукарня на 2-му поверсі*»;

– абрєвіатурні утворення, які містять закодовану інформацію щодо розташування об'єкта: *Салон 19* знаходиться за адресою Голосіївський проспект, 19, *М-15* – на вулиці Михайлівській, 15, *42* – на вулиці Володимирській, 42, *204* – розташовано в офісі за номером 204, *V-15* – на вулиці Латинській 15.

Назва перукарні «*Кияночка*» є трансонімізованим катойконімом у демінутивній формі.

Салон краси «*Киевская Венеция*» є словосполученням відтопонімного ад'єктива, вказуючи на місто розташування об'єкта + топонім, що позначає одне з найгарніших міст у світі, пристань закоханих і романтиків. Така назва повністю виконує атрактивну функцію, приваблюючи клієнтів.

Назва салону краси «*Зазаркалье*» є трансонімізованим міфотопонімом, що позначає вигаданий простір, казкову країну по той бік дзеркала (вперше використано в дитячій повісті Л. Керола «*Аліса в Задзеркаллі*»).

Окрім транонімізованих антропонімів та топонімів, до створення назв сервісонімів цієї підгрупи також залучено інші види онімів (близько 4%). Широко вживають **міфони́ми**: «*Аполлон*», «*Даная*», «*Шахареада*», «*Нефертити*», «*Зефир*», «*Афина*», «*Нимфея*», «*Аврора*» та ін. Серед **поетонімів** зафіксовано назви перукарень «*Тортілла*» відома черепаха Тортілла – героїня казки О. Толстого «*Золотий ключик*», «*Златовласка*» – ім'я красуні з довгим золотим

волоссям із чеської казки, «*Золотая рыбка*» – ім'я головної героїні з однойменної казки О. Пушкіна, «*Багіра*» – граціозна та розумна чорна пантера, персонаж «*Книги джунглів*» Р. Кіплінга.

Під час дослідження ергонімів, утворених відапелятивним способом, виділено такі підгрупи:

– назви з незауваженою вказівкою на вид діяльності: «*Перукарня*», «*Студія ногтевої естетики*», «*Салон краси для всієї сім'ї*», «*Косметологический фитнес*», «*Косметологический кабинет*», «*Шпилька*», «*Студія завивок*», «*Маникюрниця*», «*Кабинет ногтевого сервіса*», *Nails Made, Nail-St, Beauty Hair*;

– ергоніми, утворені від назв рослин та умовно розподілені на назви від найменувань квітів («*Мята*», «*Лотос*», «*Білий лотос*», «*Цвітущий лотос*», «*Ірис*», «*Орхідея*», «*Барбарис*», «*Жасмин*», «*Роза*» та від найменувань плодів фруктових дерев («*Манго*», «*Авокадо*», «*Гранат*», «*Мандарин*»). До цієї підгрупи також належить загальна назва перукарні «*Квітка*» та двокомпонентна назва салону «*Квітка краси*» з позитивною конотацією. Також було виявлено декілька назв, позначуваних англійською: *Melissa, Mango, Orange*, та французькою (салони краси *Beate de Fleur* (з французької – *красива квітка*), *Hyogo Fleur, Fleur* (з французької – *квітка*)) мовами;

– ергоніми, утворені від назв тварин, птахів та комах: «*Колібрі*», «*Лелека*», «*Райська птиця*», «*Кошка*», «*Имаго*», *Butterfly* (з англійської – *метелик*), *Red Fox* (з англійської – *руда лисиця*), *Bella Farfalla* (з італійської – *красивий метелик*), *Zebra*;

– ергоніми, які було утворено від назв дорожніх каменів: «*Жемчужина*», «*Изумруд*», «*Изумруд Суама*», *La Perle* (з італійської – *перелина*);

– «смачні» назви з позитивною конотацією: «*Мармелад*», «*Шоколад*», «*Шоколадка*», «*Карамель*», *Vip-Chocolate, Moloko, Candies* (з англійської – *цукерки*), *Sweet Studio* (з англійської – *солодка студія*);

– лексеми з вказівкою на якість обслуговування: «*Браво*», «*Империя стиля*», «*Идилия*», «*Панські примхи*», «*Мрія*», «*Успех*», «*Легенда*», «*Фабрика грез*», *Best* (з англійської – *найкращій*);

– абстрактні назви романтичного або фантазійного плану: «*Фея*», «*Чарівниця*», «*Чаклунка*», «*Рай*», «*Замок богинь*», «*Магія*», «*Седьмое небо*», *Wizard* (з англійської – *чаклун*), *Obsessoin* (з англійської – *одержимість*);

– романтичні назви, пов'язані з музичною лексикою: «*Симфонія*», «*Мелодія стиля*», «*Сюита*», *Jazz*;

– назви з компонентом «краса»: «Азбука краси», «Формула краси», «Красатуля», «Путь красоты», «Академия красоты», *Magic Beauty* (з англійської – чарівна краса), *Beauty Hair* (з англійської – красиве волосся), *Quick and Beautiful* (з англійської – швидко й красиво), *Graceful Beauty* (з англійської – витончена краса), *Beauty Life* (з англійської – красиве життя), *Place Belle* (з англійської – місце, з італійської – красиве), *Beauty Club “de Paris”* (з англійської – клуб краси «Париж»), *American Beauty International* (з англійської – міжнародний американський салон краси), *Natural Beauty* (з англійської – натуральна краса), *Beauty Secret* (з англійської – секрет краси), *Bella Vita* (з італійської – красиве життя), *Dolce Bella* (з італійської – солодка краса);

– назви з вказівкою на гендерну спрямованість діяльності закладу: «Панночка», «Красуня», «Краля», *Bright Lady* (з англійської – яскрава пані), *Woman Club* (з англійської – жіночий клуб).

Назви відапелятивного походження – це позитивні лексеми, які є зрозумілими як для українськомовних, так й іншомовних (не обов’язково англомовних) відвідувачів.

Англійські лексичні одиниці (як власні назви, так і запозичені апелятиви), створюють 36% усіх назв. Це пояснюється провідними позиціями англійської мови в міжнародному спілкуванні,

сприйняттям і розумінням значень більшості слів (назв) українськомовним населенням. Крім запозичень з англійської, зафіксовано також назви, запозичені з російської, французької та італійської мов.

Висновки. Таким чином, загальна кількість трансонімізованих в ергоніми онімів складає 25%, а решта назв утворюється шляхом онімізації апелятивної лексики. Звучні та легковимовні трансонімізовані в ергоніми назви й імена, які вже використовувались у називанні привабливих жінок чи персонажів міфів, казок, фільмів, а також літературних творів, назви цікавих міст та куточків світу, сприяють залученню клієнтів саме до цього закладу й несуть у собі позитивну конотацію, виконують рекламні функції. Для утворення відапелятивних ергонімів застосовується лексика з позитивною конотацією, яка швидко запам’ятовується та вимовляється.

Перспективи подальших розвідок. Аналіз назв перукарень та салонів краси охопив лише одне місто України, збір картотеки ще триває, адже необхідність вивчення не викликає сумніву. Перспективними також убачаються наукові розвідки формування назв об’єктів, подані в зіставному дослідженні з назвами інших регіонів України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Белей О. Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської області): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Львів, 2000. 209 с.
2. Бузинова З. Из истории развития русской эргонимии 20-30-х гг. (на материале названий промышленных предприятий). Восточноукраинский лингвистический сборник: Выпуск 5. Донецк: Донеччина, 1999. С. 60–73.
3. Дідур Ю. Особливості функціонування ергонімів у мові, мовленні та ментальному лексиконі (в українській, англійській та російській мовах): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15. Одеса, 2015. 195 с.
4. Карпенко О. Когнітивна ономастика як новий напрямок вивчення власних назв. Восточноукраинский лингвистический сборник: Выпуск 10. Донецк: Юго-Восток, 2006. С. 72–82.
5. Кутуза Н. Структурно-семантичні моделі ергонімів (на матеріалі ергонімікону м. Одеси): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Одеса, 2003. 214 с.
6. Лесовець Н. Ергонімія м. Луганська: структурно-семантичний і соціально-функціональний аспекти: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Луганськ, 2007. 295 с.
7. Отин Е. Номинационные процессы в русской эргонимии XX века (названия промышленных предприятий, акционерных обществ и фирм). Актуальные вопросы теории языка и ономастической номинации. Донецк: ДонГУ, 1993. С. 83–94.
8. Сидоренко О. Номінаційні процеси в полілінгвальної ергонімії Донеччини: дис. ... канд. філол. н.: 10.02.15. Донецьк, 2013. 210 с.
9. Торчинський М. Українська Ономастика: навчальний посібник. Київ: Міленіум, 2010. 238 с.
10. Турута И. Вывески, которые нас окружают. Русский язык, литература, культура в школе и вузе. 2005. № 3. С. 28–33.
11. Цілина М. Ергоніми м. Києва: структура, семантика, функціонування: дис. ... канд. філол. н.: 10.02.01. Київ, 2006. 243 с.
12. Шестакова С. Лексико-семантичні інновації у системі сучасної української номінації (на матеріалі ергонімів і прагмонімів): дис. ... канд. філол. н.: 10.02.01. Харків, 2002. 204 с.