

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИЙ СПОСІБ ПРОДУКУВАННЯ УРБАНОНІМІВ

Титаренко А. А. Лексико-семантичний спосіб продукування урбанонімів.

У статті розглянуто основні механізми лексико-семантичного способу словотвору урбанонімів Кривого Рогу. Увагу зосереджено на трансонімізації та онімізації. При трансонімізації відбувається перехід з одного розряду власних назв до іншого. Показовими у цьому плані є назви лінійних міських об'єктів (годоніми). Онімізація характеризує найменування лінійних і масштабних внутрішньоміських об'єктів.

Ключові слова: урбанонімний простір, трансонімізація, онімізація, годоніми, ергоніми.

Титаренко А. А. Лексико-семантический способ образования урбанонимов.

В статье рассмотрены основные механизмы лексико-семантического способа словообразования урбанонимов Кривого Рога. Внимание сосредоточено на трансонимизации и онимизации. При трансонимизации происходит переход из одного разряда имен к другому. Показательны в этом плане названия линейных городских объектов (годонимы). Онимизация характеризует названия линейных и масштабных внутригородских объектов.

Ключевые слова: урбанонимное пространство, трансонимизация, онимизация, годонимы, эргонимы.

Tytarenko A. A. Lexical-semantic way of urbanonyms forming.

The article deals with the basic mechanisms of lexical-semantic derivation method of urbanonyms of Kriviy Rig. Attention is focused on transonymization and onymization. During the process of transonymization the transition of proper names occurs from one

category to another. The names of the city linear objects (hodonyms) are indicative in this regard. Proper names are used in the form of the genitive case singular (genitive type with endings a, и, -ої, -оро). Basically, the genitive case singular is a distinctive feature of those names which are memorial ones. The names, which have an indeclinable word of foreign origin in their structure, are formed by the same principle. The owners of industrial production, administrative and domestic trade and commercial establishments use this way of forming proper names rather actively. In this case material form of expression which exists in onym space without any modifications (writing is used with quotes) transferred to urbanonymic space.

Onymization characterizes the names of the linear and scaled intra city objects of various structural and grammatical organizations. Due to the onymization urbanonyms are formed from both abstract and concrete common nouns. As facts evidence, the most popular is metaphorical onymization, during which the metaphorical transfer involves the existence of a common semantic element: differential and connotative seme. Metonymic onymization (unlike metaphor) provides contextual link between forming and derived names: zoology: «Зоотовари»; products for children: «Малюк», «Малютка»; heating technology «Прометей»; clothing and footwear «Афродіта»; chandeliers «Сяйво».

Usually the work of trade and commercial structures, as well as the goods and services included in it are transferred onto the name (e.g. diadem – jewelry that is worn on the head, “Diadem” – jewelry store). The connection of the meaning of the forming stem with a derivative one can be quite weak, and the perception of a context – hypothetical.

Onimization occurs when the following become proper names: Objects of sale («Велосипеди», «Квіти», «Книги», «Люстри», «Меблі», «Посуд», «Хліб» etc.); Consumers («Газовик», «Бібліофіл», «Кокетка», «Модники», «Сантехник», «Школяр» etc.); The location («Бульвар», «На районі», «Розвилка», «97 квартал», «129 квартал» etc.); Characteristics of the object («Блиск», «Затишок», «Ідеал», «Шедевр»); Natural realities («Барвінок», «Веселка», «Весна», «Зорепад» and so on).

Key words: urbanonymic space, transonymization, onymization, hodonyms, ergonyms.

Значний інтерес для лінгвістів становлять способи творення урбанонімів, оскільки аналіз їхнього продукування дає змогу виявити особливості міської номінації і згодом охарактеризувати специфіку мовної картини мешканців тієї чи тої місцевості [6]. Урбаноніми не є ізольованими одиницями загальнонаціональної мови, а частиною її словникового складу. Аналізуючи дериваційні особливості урбанонімів Кривого Рогу, зазначимо: основними способами їхнього творення, як свідчить опрацьований фактичний матеріал, є лексико-семантичний та морфологічний.

Метою нашої розвідки є з'ясування основних механізмів лексико-семантичного способу словотвору в урбанонімній системі Кривого Рогу.

Як відомо, «лексико-семантичний спосіб словотворення

«закономірний, повноцінний і досить поширений шлях поновлення лексичного складу мови» [5, с. 3]. При лексико-семантичному способі словотворення звукова форма твірного слова (мотиватора), залишаючись незмінною, набуває нового значення і стає семантично похідною (мотивованою).

Цей спосіб словотвору активно виявляється в системі номінації власних назв. Згідно з результатами цілої когорти науковців (В. Беленька [1], О. Галай [2], В. Горпинич [3] та ін.), лексико-семантичний спосіб продукування онімів загалом й урбанонімів зокрема, є одним із активних джерел найменувань внутрішньоміських об'єктів.

Серед лексико-семантичного способу вирізняються насамперед:

1) трансонімізація; 2) онімізація.

Трансонімізація – це такий різновид лексико-семантичного способу словотвору, при якому відбувається перехід з одного розряду власних назв до іншого. Досить показовими у цьому плані є назви лінійних міських об'єктів (годоніми), пов'язані з увіковіченням пам'яті про когось. Наприклад: вул. *Бірюзова*, вул. *Єсеніна*, вул. *Котляревського*, вул. *Коцюбинського*, вул. *Наливайка*, вул. *Примакова*, вул. *Рахімова*, вул. *Самойлова*, вул. *Туркенича*, вул. *Фабриціуса*, вул. *Харитонова*, вул. *Чуковського*, вул. *Шаляпіна*, вул. *Юхневича* тощо.

Ця словотворча модель є дуже продуктивною. Власна назва вживається у формі родового відмінка однини (генітивний тип із закінченнями *-а*, *-и*, *-ої*, *-ого*). В основному, форма родового відмінка характерна для тих найменувань, які є меморіальними назвами-присвятами [4].

За тим же принципом утворюються й найменування, у складі яких є невідмінюване слово іншомовного походження, як-от: вул. *Бізе*, вул. *Бруно*, вул. *Вівальді*, вул. *Джапарідзе*, вул. *Дідро*, вул. *Кюрі*, вул. *Лазо*, вул. *Ландау*, вул. *Паганіні*, вул. *Церетелі* і т. ін. Годоніми, утворені лексико-семантичним способом, можуть мати просту, складну чи складену структурну організацію: вул. *Володимира Михайличенка*, вул. *Дмитра Войчишина*, просп. *Гагаріна*, вул. *Гулака-Артемівського*, вул. *Коцюбинського*, вул. *Панаса Мирного*, вул. *Сакко і Ванцетті* тощо.

Досить активно послуговуються таким способом продукування

власних назв власники промислово-виробничих, адміністративно-побутових і торговельно-комерційних установ. У такому разі наявна в онімній системі матеріальна форма вираження без особливих модифікацій (змінюється написання з використанням лапок) переноситься до урбанонімного простору, як-от: «Анастасія», «Аріель», «Бамбіно», «Валенсія», «Ванда», «Ватикан», «Венера», «Володар Перснів», «Геліос», «Генуя», «Джулія», «Дюймовочка», «Іванна», «Колобок», «Лаура», «Ліза», «Ляна», «Лучіано Карварі», «Мілан», «Оксфорд», «П'єр Карден», «Саксагань», «Санта-Марія», «Таврія», «Цейлон», «Юнітер», «12 місяців», «Marta Vladi», «Mila», «Watsons» тощо. Дериваційною базою для таких найменувань послужили як власні імена підприємців чи членів їхніх родин, так і назви відомих брендів, дійових персонажів фільмів і мультфільмів, міфологічні назви, назви художніх творів, міст, островів, країн, річок і т. ін. (пор.: антропонім Анастасія → «Анастасія», антропонім Жаклін → «Жаклін», антропонім Марія → «Марія», антропонім Наталі → «Наталі»).

Причини вибору антропонімів досить різноманітні: особисті уподобання, родинні зв'язки, відомий бренд (наприклад, непродовольчі товари «Михайл Воронін»), ностальгія за першим коханням, благозвучне ім'я тощо. Подекуди твірним словом для урбаноніма слугують ойконіми, як-от: Даллас → «Даллас» (престижне американське місто, отож і магазин не менш престижний), Санкт-Петербург → «Санкт-Петербург», Стамбул → «Стамбул», Флорида → «Флорида»; ороніми: Карпати → «Карпати»; гідроніми: Саксагань, Ингулець → «Саксагань», «Ингулець» і т. ін.

Доволі часто метафоричність та художня образність сприяють реалізації мети: актуалізувати увагу споживача, спонукати його до обрання саме того чи того підприємства, організації, установи.

Онімізація – це такий різновид лексико-семантичного способу словотвору, при якому відбувається перехід загальної назви у власну без будь-яких структурних змін. Такий спосіб продукування однаковою мірою характеризує найменування лінійних і масштабних внутрішньоміських об'єктів різної структурно-граматичної організації: а) $N_{2(одн.)}$: вул. Бадьорості, вул. Батьківщини, вул. Будівельників, вул. Визволення, вул. Вітчизни, вул. Волі, вул. Героїзму, вул. Дитинства, вул. Доблесті, вул. Достатку,

вул. *Зв'язку*, вул. *Космонавтів*, вул. *Лауреатів*, вул. *Миру*, вул. *Мудрості*, вул. *Наставників*, вул. *Незабудок*, вул. *Перемоги*, вул. *Правди*, вул. *Праці*, вул. *Радості*, вул. *Слави*, вул. *Умільців*, вул. *Учителів*, вул. *Хіміків*, вул. *Цементників*, вул. *Чемпіонів*, вул. *Читачів*, вул. *Яворів*, вул. *Ясенів*; б) Adj+N_{2(одн.)}, Adj+N_{2(мн.)}: вул. *Білих Акацій*, вул. *Пам'яті Героїв*, вул. *Трудових Резервів*, вул. *Трудової Слави*, вул. *Червоних Троянд*, вул. *Юних Комунарів*. У такому разі годонім реалізує граматичне значення родового відмінка однини чи множини і займає позицію після номенклатурної назви. Значно рідше трапляються годоніми у формі називного відмінка: вул. *Нова Зоря*, вул. *Червоний Жовтень*.

Унаслідок онімізації утворюються урбаноніми як від абстрактних, так і конкретних апелятивів. Прикметно, що причини вибору загальної назви досить різноманітні: як мотивовані, так і немотивовані.

Онімізація апелятивних назв відбувається не одразу: загальна назва спочатку є найменуванням одного конкретного денотата, а через певний час стає його власною назвою. Відповідний спосіб семантичної трансформації досить своєрідний, оскільки на початку такого перетворення семантичне значення апелятива звужується до одиничного, далі зникає лексичне значення загальної назви, залишається лише номінативна й ідентифікаційна функції.

Аналогічні процеси спостерігаються й при продукуванні ергонімів: той чи той апелятив або апелятивне словосполучення переходить до розряду власних найменувань у зв'язку зі зміною функції. Найпопулярнішою, як свідчить фактичний матеріал, є метафорична онімізація, під час якої метафоричне перенесення передбачає існування спільного семантичного елемента: диференційної та конотативної семи: «Анонс», «Аура», «Блиск», «Глобус», «Дар», «Диво», «Друг», «Ідеал», «Калина», «Лідер», «Мелодія», «Нова», «Омега», «Палітра», «Презент», «Резон», «Рута», «Талісман», «Теремок», «Термінал», «Тріумф», «Успіх», «Феєрія», «Феномен», «Фортуна», «Чарівник», «Чемпіон», «Шарм», «Шик» тощо.

Метонімічна онімізація (на відміну від метафори) передбачає контекстуальний зв'язок між твірною та похідною назвами: зоотовари «Зоологія», товари для дітей «Малюк», «Малятко», опалювальна

техніка «Прометей», одяг та взуття «Афродіта», люстри «Сяйво». Найчастіше на назву переноситься діяльність торговельно-комерційної структури, а також товари та послуги, що входять до неї (наприклад, *діадема* – ювелірна прикраса, що одягається на голову, та «Діадема» – магазин ювелірних виробів). Причому зв'язок значення твірної основи з похідною може бути досить слабким, а сприйняття контексту – гіпотетичним.

Онімізація відбувається, коли власною назвою стають передовсім:

– об'єкти продажу («Велосипеди», «Квіти», «Книги», «Люстри», «Меблі», «Посуд», «Хліб» тощо);

– споживачі («Газовик», «Книголюб», «Кокетка», «Модники», «Сантехнік», «Школяр» тощо);

– місце розташування («Бульвар», «На районі», «Розвилка», «97 квартал», «129 квартал» тощо);

– характеристика об'єкта («Блиск», «Затишок», «Ідеал», «Шедевр»);

– природні реалії («Айсберг», «Барвінок», «Веселка», «Весна», «Зорепад», «Роса», «Світанок», «Тайга» і т. ін.).

Отже, продуктивними способами становлення, розбудови й оновлення урбанонімного простору Кривого Рогу стали трансонімізація й онімізація. До того ж спостерігається як відонімне, так і відапелятивне продукування. Дібраний фактичний матеріал демонструє переваги відапелятивного найменування як лінійних (годонімів), так і масштабних об'єктів, насамперед ергонімів, представлених нами як фірмоніми й шопоніми. Хоч непоодинокі зразки ілюструють відонімне (відантропонімне й відтопонімне більшою мірою) найменування, що цілком закономірно з огляду на ті чи ті історичні реалії: деякі назви з часом відійдуть на периферію, інші – передадуть нащадкам відомості про тих, хто прославив Кривий Ріг і державу Україну своїми подвигами, працею, творчістю, винаходами, геніальністю і т. ін.

Насамкінець зауважимо: опрацьовані урбаноніми демонструють не тільки особливості лексико-семантичного продукування, а й морфологічного, що великою мірою стосується годонімних найменувань. Специфіка продукування годонімів Кривого Рогу полягає не стільки у використанні особливих афіксів чи моделей,

скільки у використанні відомих способів із новими словотворчими зв'язками та значеннями.

Література

1. Беленькая В. Д. Особенности англоязычной топонимии / В. Д. Беленькая // Ономастика. – М. : Наука, 1969. – С. 225–232.
2. Галай О. Б. Українська урбанонімія Закарпаття в ХХ–ХХІ ст. : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова / О. Б. Галай. – Ужгород, 2009. – 29 с.
3. Горпинич В. А. Оттопонимическая деривация в восточнославянских языках : [монография] / В. А. Горпинич. – Днепропетровск, 2007. – 274 с.
4. Іванова Н. Г. Словотвірна характеристика лінгвістичних термінів з компонентом *онім* : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.02 «Російська мова» / Н. Г. Іванова. – К., 1998. – 20 с.
5. Карпенко Ю. О. Синхронічна сутність лексико-семантичного способу словотвору / Ю. О. Карпенко // Мовознавство. – 1992. – № 4. – С. 3–10.
6. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови : [монографія] / М. М. Торчинський. – Хмельницький : Авіст, 2008. – 550 с.

Стаття надійшла до редакції 04.12.2015 р.