

УДК:811,161,2: 81'44

DOI: 10.31891/2415-7929-2019-19-22

ЯНЧИШИН А. М.

Хмельницький національний університет

## ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОВАРОНІМІЇ ВІДАПЕЛЯТИВНОГО ПОХОДЖЕННЯ

Стаття присвячена дослідженню відапелятивних власних назв машин та апаратів з погляду мотивування семантики. Під час дослідження звернено увагу на продуктивні групи власних назв промислових товарів до яких зараховуємо: антропоцентричні номінації, зоолексеми, флоролексеми, назви явищ та процесів природи, мистецькі поняття, космічну лексику, просторові поняття, назви побутового характеру, технічна лексика, темпоральні лексеми, математичні поняття та спортивні терміни.

Ключові слова: відапелятивна номінація, власна назва, прагматонім, товаронім.

YANCHYSHYN A.

Khmelnitsky National University

## PECULIAR LEXICAL AND SEMANTIC FEATURES OF TOVARONYMS OF APPELLATIVE-BASED ORIGIN

*Tovaronym is mainly an artificial onym related to material sphere of human activity, which characterizes proper name of a product, i.e. object designed for trade or exchange. When analyzing proper names of industrial products that function in modern Ukrainian, we registered 825 names based on appellative. They include: names of apparatuses related to sound and image transmission (594; 72%); proper names of household appliances that are used to facilitate household chores (131; 15,88%); names of means of transportation (100; 12,12%). A significant amount of proper names of industrial products is interrelated with approximation to the appellative, which can be explained by the name's functioning peculiarity, namely such onym does not need an additional explanation; it is generally known, easy to remember, which is considered to be a positive feature in terms of advertisement.*

*We assume that appellative-based machinonyms motivate such groups of lexeme: anthropocentric names (225; 27,27 %), zoo-lexemes (183; 22,18 %), floro-lexemes (142; 17,21 %), names of natural phenomena and processes (88, 10,66 %), art notions (45; 5,45 %), astronautic lexemes (31; 3,76 %), space notions (27; 3,27 %), everyday-character notions (24; 2,91 %), technical notions (23; 2,79 %), temporal lexemes (15; 1,82 %), mathematical notions (11; 1,33 %), sports terminology (11; 1,33 %).*

*Appellative-based tovaronyms are mostly motivated by lexemes that have positive semantics, render pleasant associations for consumers, and have symbolic meaning for ethnos, indicate on the place of production of a certain denotative. Regarding separate pejorative names, they are mostly widespread in slang forms, their sounding or spelling being the reason of their appearance.*

Keywords: appellative-based nomination, proper name, pragmatonym, tovaronym.

Товаронімікон – особливий клас онімної системи мови, який досить тісно пов'язаний із життєдіяльністю людини. Оніми такого типу наділені певними ознаками в більшій чи меншій мірі та вирізняються з-поміж інших денотатів, оскільки сформувалися в результаті свідомого назвотворчого процесу. В Україні власні назви матеріальних об'єктів почали досліджуватися фактично лише у XXI ст., причому переважно паралельно зі студіюванням інших розрядів пропріативів. Це, зокрема, стосується робіт Ю. А. Грушевської [1], О. Ю. Карпенко [2], М. А. Курушиної [3], С. О. Шестакової [4], які мають описовий характер. Проте дослідження особливостей семантики твірної основи товаронімії, зокрема відапелятивних похідних, на сьогодні не здійснювалося, що й визначає **актуальність** нашого дослідження.

**Мета** дослідження – комплексна характеристика власних назв машин та апаратів з погляду семантики твірної основи.

Реалізація вказаної мети передбачає виконання таких завдань:

1) окреслити суть поняття «товаронім»;  
2) зібрати і систематизувати власні назви промислових товарів, відапелятивного походження, що функціонують на території України;

4) визначити продуктивні групи мотивування відапелятивних власних назв машин та апаратів.

**Об'єкт** дослідження – система власних назв промислових товарів.

**Предмет** дослідження – лексико-семантична характеристика товаронімії.

**Джерельною базою** є 825 назв товарів широкого вжитку сучасного українця, зібраних із спеціальних видань виробників, журнальних статей, рекламних оголошень, прайс-листів, Інтернет-сайтів.

Мета і завдання роботи зумовили використання таких **методів** дослідження, як *описовий* (для інвентаризації, класифікації та інтерпретації товаронімів), *статистичний* (для кількісного підрахунку одиниць з метою виявлення продуктивності окремих груп найменувань), а також метод польової лінгвістики (робота з носіями мови).

Товаронім – це переважно штучний онім, пов'язаний із матеріальною сферою людського життя, що описує власну назву окремого товару, тобто об'єкта, призначеного для продажу чи обміну. Серед них:

номінації апаратів, пов'язаних з передачею звуку і зображення (594; 72 %): «Кедр», «Малятко», «Піонер»; власні назви побутових приладів, що використовуються для полегшення насамперед домашніх робіт (131; 15,88%): «Бриз», «Вітерець», «Гном»; найменування транспортних засобів (100; 12,12 %): «Калина», «Неоплан», «Орлятко». Значна кількість власних назв промислових товарів взаємопов'язана з близькістю цього шару лексики з апеллятивом, що пояснюється особливістю функціонування назви, а саме такий онім не потребує додаткового пояснення, є загальновідомими, легко запам'ятовується, що вважається позитивною рисою з погляду реклами.

На нашу думку, відапелятивні машиноніми мотивують такі групи лексем:

– **антропоцентричні номінації** (225; 27,27 %). Досить часто людина не лише бере участь у назвотворенні, але й наділяє денотати своїми ознаками. Насамперед це стосується найменувань що стосується вад людини, причому, зважаючи на пейоративну спрямованість номінації, такі пропріативи часто трапляються серед неофіційних форм машинонімів: «Горбатий» (сленгова назва автомобіля «ЗА3-965») – «Який має горб, горби; вкритий горбами» [5; с. 125.]; «Каліка» (сленгова назва автомобіля «Москвич Aleko») – «Той, хто позбувся якої-небудь частини тіла або втратив здатність рухати нею» [5; с. 211]; фотоапарат «Ліліпут» – «Неприродно мала на зріст людина; карлик» [7; с. 515]. Часто фіксуємо назви, що вказують на професію, рід діяльності людини, заняття за певними інтересами або подібні атрибути: радіоприймач «Витязь» – «Хоробрий воїн, герой, богатир» [4; с. 524], «Геолог» – «Фахівець з геології» [5; с. 51], «Кобзар» – «Український народний співець, що супроводить свій спів грою на кобзі» [7; с. 200];

– **зоолексеми** (183; 22,18 %). Порівняно з іншими об'єктами навколишнього світу, тварини ближчі людині за формами існування і тілесності. Уведення зоофорної лексики у світ ономастики спрямоване на розширення ролі людини в природі і є закономірним способом її пізнання. Висока частотність таких назв пов'язана зі словами на позначення насамперед ссавців, зокрема: «Ведмідь» (сленгова назва автомобіля «ВАЗ-2329 Нива Пікап») – «Великий хижий ссавець з незграбним масивним тілом, укритий густою шерстю» [4, с. 316]; аудіоплеєр «Дельфін» – «Велика морська тварина-ссавець з чорною спиною і білим черевом» [5; с. 237]; мотоцикл «Пума» – «Великий хижий ссавець родини котячих, що живе в лісах Америки; кугар» [11; с. 388]. Крім того, фіксуємо і найменування птахів: як дорослих: «Зозуля» (сленгова назва автомобіля «Chery QQ») – «Корисний перелітний птах-самка зі світло- чи бурувато-сірим оперенням» [6; с. 678]; велосипеди «Ластівка» – «Перелітний птах ряду горобцеподібних з вузькими гострими крилами, стрімкий у льоті» [7; с. 452] і «Лелека» – «Великий перелітний птах із довгим прямим дзьобом та довгими ногами» [7; с. 474]; так і їхніх дитинчат: «Зозуля» (сленгова назва автомобіля «ВАЗ 1111 Ока») – «Пташа зозулі» [6; с. 678]; велосипед «Орлятко» (пестливе) – «Пташа орла» [8; с. 747]. Трапляються і товароніми, які похідні від номінацій комах: пральна машина «Бджола» – «Медоносна комаха, що збирає квітковий нектар і переробляє його на мед» [14; с. 117]; пилюмок «Джміль» – «Корисна як запилювач комах рід бджолиних з товстим мохнатим тілцем» [5, с. 263]; велосипед «Метелик» (одичине від «метелики») – «Рід комах, що мають по дві пари крил, вкритих дрібними лусочками, які зумовлюють яскраве і різноманітне їх забарвлення» [7, с. 688]. Сленгові найменування автомобілів можуть мотивуватися і назвами риб: «Акула» («BMW 5XX») – «Велика хижа морська риба» [4, с. 30]; «Саїра» («Toyota Soarer») – «Тихоокеанська промислова риба» [12, с. 16]; «Шпрот» («Mitsubishi Pajero Sport») – «Дрібна морська промислова риба родини оселедцевих» [1, с. 527];

– **флоролексеми** (142; 17,21 %). Флоролексеми є одним із найдавніших пластів лексики сучасної української літературної мови, що виступають словотворчим елементом у всіх сферах ономастичної науки. Такі оніми надають емоційно-експресивного забарвлення власним назвам товарів, що є досить важливим аспектом у сфері реклами. Здебільшого найменування машин і апаратів походять від флоролексем на позначення як листяних: телевізор «Айва» – «Південне плодове дерево родини яблуневих» [4, с. 25]; відеокамера і телевізор «Берізка» (пестливе) – «Лісове білокоре дерево з тоньким довгим гіллям і серцевидним листям» [4, с. 160]; велосипед «Горобинка» (пестливе) – «Дерево з оранжево-червоними ягодами, які ростуть гронами» [5, с. 135], так і хвойних дерев: радіоприймач «Кедр» – «Південне вічнозелене хвойне дерево» [7, с. 138]; фотоапарат «Ялинка» (пестливе) – «Високе хвойне вічнозелене дерево родини соснових» [14, с. 642]. Фіксуємо і похідні від номінацій квітів: велосипед «Мальва» – «Багаторічна декоративна рослина з високим стеблом і великими яскравими квітами, зібраними по кілька в пазухах листків, іноді в китицеподібні суцвіття; рожа» [7, с. 614]; фотоапарат «Нарцис» – «Трав'яниста цибулинна рослина з лінійними листками та білими або жовтими запашними квітками» [8, с. 159]; аудіоплеєр «Фіалка» – «Трав'яниста рослина родини фіалкових із фіолетовими, рідше жовтими, білими або різноколірними квітками» [13; с. 582]; крім того – трав: аудіоплеєр «Рута» – «Багаторічна напівкущова або трав'яниста рослина родини рутових, яка містить у собі ефірну олію» [10, с. 913]; пилюмок «Меліса» – «Трав'яниста багаторічна медоносна рослина, з білими або жовтими квітками та лимонним запахом, з якої добувають ефірне масло» [7, с. 669]; відеокамера «Імбир» – «Тропічна трав'яниста рослина, м'ясисте кореневище якої багате ефірними оліями» [7, с. 18]; та назв кущів, здебільшого таких як: автомобіль «Калина» («Лада-Калина») – «Кущова рослина родини жимолостевих, що має білі квіти й червоні гіркі ягоди» [7, с. 76]; «Лавр» (сленгова назва автомобіля «Nissan Laurel») – «Південне вічнозелене дерево або кущ, висушене листя якого вживають як приправу до страви» [7, с. 430];

– **назви явищ та процесів природи** (88, 10,66 %). Використання загальновідомих понять, зокрема номінацій природних явищ, не лише породжує певні асоціації у людини, але й на підсвідомому рівні наділяє їх певними характеристиками, що позитивно впливає на маркетинг. Насамперед, це лексеми, на позначення руху повітря: пілосмок «*Бриз*» – «Легкий береговий вітер, який дме вдень з моря, а вночі з суші» [4, с. 235]; велосипед і фен «*Вітерець*» (пестливе) – «Більший або менший рух потоку повітря в горизонтальному напрямі» [4, с. 687], комбайн і пілосмок «*Вихор*» – «Рвучкий круговий рух вітру» [4, с. 534]; та кругообігу води у природі, зокрема: аудіоплеєр і холодильник «*Іній*» – «Тонкий шар кристалів льоду, що утворюється осіданням водяної пари з повітря на охолоджені предмети» [7, с. 29]; радіотелефон «*Роса*» – «Краплі води, що осідають на поверхні ґрунту, рослин та інших предметів, коли з ними стикається охолоджений приземний шар повітря» [11, с. 881]; телевизор «*Сніжок*» (пестливе) – «Атмосферні опади у вигляді білих зіркоподібних кристалів чи пластівців, що становлять собою скупчення таких кристалів» [12, с. 423];

– **мистецькі поняття** (45; 5,45 %). Твірними лексемами для товаронімів є назви певних жанрів, зокрема музики: радіоприймач «*Блюз*» – «Жанр вокального та інструментального музичного мистецтва, що належить головним чином до джазу» [4, с. 62]; радіотелефон «*Вальс*» – «Плавний парний танець, що виконується під музику з розміром в 3/4 такту» [4, с. 288]; радіоприймач «*Джаз*» – «Вид розважальної, перев. танцювальної музики» [5, с. 261]; літератури: проектор «*Казка*» – «Розповідний народнопоетичний або писемно-літературний твір про вигадані події, вигаданих осіб, іноді за участю фантастичних сил» [7, с. 71]; магнітофон «*Легенда*» – «Народне сказання або оповідання про якісь події чи життя людей, оповите казковістю, фантастикою» [7, с. 460];

– **космічна лексика** (31; 3,76 %). Слова, пов'язані з космічним простором, завжди мали певний романтичний ореол, що сприяло активізації купівельної спроможності покупців, до прикладу: радіоприймач «*Зірка*» – «Самосвітне небесне тіло, що являє собою скупчення розжарених газів» [6, с. 576]; аудіоплеєри «*Комета*» – «Небесне тіло, що має яскраве ядро й туманну оболонку, від якої тягнеться довга смуга світла, що нагадує хвіст» [7, с. 245] і «*Орбіта*» – «Шлях руху небесного тіла, штучного супутника землі, орбітальної станції і т. ін. у космічному просторі навколо іншого тіла» [8, с. 738];

– **просторові поняття** (27; 3,27 %). Традиційна для багатьох пропріативівсемантична група, продуктивність якої значною мірою теж зумовлена певною конотацією романтизму: фотоапарат «*Зеніт*» – «Найвища точка небесної сфери над головою спостерігача» [6, с. 560]; проектор, радіоприймач, телевизор і фотоапарат «*Горизонт*» – «Частина земної поверхні, яку можна бачити на відкритій місцевості» [5, с. 129]; фотоапарати «*Захід*» – «Одна з чотирьох сторін світу; протилежне схід» [6, с. 380]

– **назви побутового характеру** (24; 2,91 %). У більшості це назви продуктів харчування: «*Батон*» («УАЗ-452») – «Білий хліб довгастої форми» [4, с. 112.]; «*Бублик*» (япон. «NissanBluebird») – «Круглий крендель із заварного тіста, що має форму кільця» [4, с. 244]; «*Пиріжок*» («Москвич 2715») – «Печений виріб із тіста з начинкою» [6, с. 152]; меблів і предметів інтер'єру: «*Крісло*» (япон. «ToyotaCresta») – «Різновид широкого, переважно м'якого стільця, з бильцями та зручною спинкою» [7, с. 358]; «*Лавка*» (швец. «Scania LTL») – «Те саме, що лава» [7, с. 430]; «*Табуретка*» («ВАЗ-2105») – «Те саме, що табурет» [7, с. 110];

– **технічні поняття** (23; 2,79 %). Товароніми такого зразка мають сутнісні характеристики (вказують на тип виробу), типу: «В» – «Велосипед», «М» – «Мотоцикл», «Т» – «Трактор».

– **темпоральні лексеми** (15; 1,82 %). Лексеми, що вказують на часові проміжки різної тривалості, теж досить часто використовували як мотиваторимашинонімів: радіоприймач, телевизор «*Весна*» – «Пора року між зимою і літом, яка характеризується подовженням дня, потеплінням, появою перелітних птахів, розквітом рослин і т. ін.» [4, с. 341]; телевизор «*Вечір*» – «Частина доби від кінця дня до початку ночі» [4, с. 344]; електробритви «*Ера*» – «Початок літочислення, зв'язаний з якою-небудь історичною або легендарною подією; відповідна система літочислення» [5, с. 485] Незначна кількість машинонімів похідна від найменувань різних фізичних величин та процесів, що, зважаючи на сутність денотатів, є закономірним явищем: м'ясорубка і соковитискач «*Аксіон*» – «Гіпотетична нейтральна псевдоскалярна елементарна частинка, постульована для збереження СР-інваріантності в квантовій хромодинаміці» [4, с. 51]; електропіч «*Імпульс*» – «Короткочасний стрибок електричного струму або напруги в електричному колі» [7, с. 22]; аудіоплеєр і калькулятор «*Іскра*» – «Найдрібніша світна частинка тіла, що горить, жевріє» [7, с. 48];

– **математичні поняття** (11; 1,33 %). Здебільшого назви такого зразка є сленговими відчислівниковими номінаціями: «Вісімка», «Двійка», «Дев'ятка», «Десятка», «Сімка», «Четвірка», «Шістка» тощо (сленгові назви автомобілів марки «ВАЗ», причому у мовленні переважно функціонують суржикові конструкції). Епізодично в основі сленгових назв автомобілів трапляються лексеми на позначення геометричних фігур і тригонометричних функцій: «*Квадрателло*» («Mercedes G500») – див. «квадрат» зі значенням «Рівнобічний прямокутник» [7, с. 127]; «*Кубик*» («Nissan CUBE») – див. «куб» зі значенням «Правильний шестигранник, усі грані якого – квадрати» [7, с. 380]; «*Синус*» («Toyota CYNOS») – «Одна з тригонометричних функцій гострого кута, яка у прямокутному трикутнику дорівнює відношенню катета, протилежного цьому куту, до гіпотенузи» [12, с. 188];

– **спортивні терміни** (11; 1,33 %). Зважаючи на високу популярність у світі фізкультури і спорту, не викликає заперечень введення у сферу номінації машин і апаратів термінів, які репрезентують цей вид

діяльності в цілому: автомобіль, велосипед, фотоапарат «Спорт» – «Фізичні вправи (гімнастика, атлетика, спортивні ігри, туризм і т. ін.), які мають на меті розвиток і зміцнення організму» [12, с. 576]; радіоприймач «Старт» – «Початковий момент спортивних змагань» [12, с. 663] або окремих його видів: велосипеди «Естафета» – «Вид командних змагань з бігу, плавання і т. ін., у якому члени команди передають на визначених етапах з рук в руки паличку, поки останній не доставить її до фінішу» [5, с. 488].

Отже, можна зробити висновок, щовідапелятивні власні назви промислових товарів мотивуються здебільшого лексемами, щомоають позитивну семантику, конотують приємні для споживачів асоціації та мають символічне для етносу значення, вказують на місце виготовлення певного денотата. Щодо окремих пейоративних номінацій, то вони в основному поширені серед сленгових форм, а підставою для виникнення є їхнє звучання або написання.

### Література

1. Грушевська Ю. А. Власні назви в російському рекламному тексті: лінгвістичний і функціональний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.02. Дніпропетровськ, 2005. 19 с.
2. Карпенко О. Ю. Хрестоматійний фрейм та фантазії ономастів навколо нього. *Studia Slavistica*. Ужгород : Вид-во Олександри Гаркуші, 2008. С. 169–176.
3. Курушина М. А. Відономастичні моделі товарних знаків та номенів у сучасній українській мові: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2007. 16 с.
4. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1970. Т. 1. 799 с.
5. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1971. Т. 2. 550 с.
6. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1972. Т. 3. 744 с.
7. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1973. Т. 4. 840 с.
8. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1974. Т. 5. 840 с.
9. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1975. Т. 6. 832 с.
10. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1976. Т. 7. 723 с.
11. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1977. Т. 8. 927 с.
12. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1978. Т. 9. 916 с.
13. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1979. Т. 10. 658 с.
14. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1980. Т. 11. 699 с.
15. Шестакова С. О. Лексико-семантичні інновації у системі української номінації (на матеріалі ергонімів і прагмонімів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2002. 17 с.
16. Янчишин А. М. Власні назви промислових товарів: типологія, походження і функціонування: дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Хмельницький, 2019. 215 с.

### References

1. Hrushevska Yu. A. Vlasni nazvy v rosiiskomu reklamnomu teksti: lnhvistychnyi i funksionalnyi aspekty: avtoref. dys. nazdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk: 10.02.02. Dnipropetrovsk, 2005. 19 s.
2. Karpenko O. Yu. Khrematonimichnyi freim tafantazii onomastiv navkolo noho. *Studia Slavistica*. Uzhhorod : Vyd-vo Oleksandry Harkushi, 2008. S. 169–176.
3. Kurushyna M. A. Vidonomastychni modeli tovarnykh znakiv ta nomeniv u suchasni ukrainskii movi: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : 10.02.01. Kharkiv, 2007. 16 s.
4. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1970. T. 1. 799 s.
5. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1971. T. 2. 550 s.
6. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1972. T. 3. 744 s.
7. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1973. T. 4. 840 s.
8. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1974. T. 5. 840 s.
9. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1975. T. 6. 832 s.
10. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1976. T. 7. 723 s.
11. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1977. T. 8. 927 s.
12. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1978. T. 9. 916 s.
13. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1979. T. 10. 658 s.
14. Slovyk ukrainskoi movy: v 11-kh t. Kyiv : Naukova dumka, 1980. T. 11. 699 s.
15. Shestakova S. O. Leksyko-semantychni innovatsii u systemi iukrainskoi nominatsii (na materialy erhonomiv i prahmonimiv) : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : 10.02.01. Kharkiv, 2002. 17 s.
16. Janchyshyn A. M. Vlasni nazvy promyslovykh tovariv: typolohiia, pokhodzhennia i funksionuvannia: dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk: 10.02.02. Khmelnytskyi, 2019. 215 s.

Надійшла / Paper received: 17.09.2020

Надрукована / Paper Printed : 02.11.2020