

УДК 81'373.21

DOI <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2023-18-7>

Олена СИДОРЕНКО

кандидат філологічних наук, доцент, науковий співробітник інституту германістики та порівняльного літературознавства, Падерборнський університет, Варбургер штрассе 100, Падерборн, Німеччина, 33098

ORCID: 0000-0001-9189-5994

Маріанна СОРОКІНА

старший викладач кафедри іноземних мов, Приазовський державний технічний університет, пр. Дмитра Яворницького 19, м. Дніпро, Україна, 49005

ORCID: 0000-0001-6487-1751

Бібліографічний опис статті: Сидоренко, О., Сорокіна, М. (2023). Специфіка іменувань об'єктів торгівлі в місті Лондон. *Актуальні питання іноземної філології*, 18, 49–53, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2023-18-7>

СПЕЦИФІКА ІМЕНУВАНЬ ОБ'ЄКТІВ ТОРГІВЛІ В МІСТІ ЛОНДОН

Статтю присвячено вивченню особливостей присвоєння назв об'єктам торговельного бізнесу, зафіксованих у місті Лондон протягом останніх двадцяти років. Метою роботи є аналіз найменувань об'єктів торгівлі міста Лондон за лексико-семантичними та структурними ознаками. Дослідження здійснено за допомогою таких наукових методів як описовий, ареальний, статистичний. Наукова новизна роботи полягає в тому, що в науковий обіг уведено новий ергонімний матеріал – зокрема 975 назв об'єктів торговельного бізнесу, зафіксованих у місті Лондон. Більшість назв подано англійською мовою, а також наявні імена, запозичені з інших мов. Основний спосіб утворення назв – відапелятивний. Ці ергоніми було проаналізовано та зроблено спробу їх класифікації. Найменування об'єктів торгівлі міста Лондон, відапелятивного походження, умовно поділено на підгрупи. Зафіксовано назви з незавульованою вказівкою на вид діяльності, товар, якість товару та обслуговування, місце розташування, абстрактні відапелятивні назви романтичного або фантазійного плану, назви з відтінком національних традицій, колориту, з вказівкою на зв'язок з королівським минулим і сучасним. Також присутні назви, утворені від назв рослин, птахів, тварин з позитивною конотацією, лексеми на позначення кольору, назви з вказівкою на родинні стосунки. Аналізовані у поданій праці найменування мають позитивний стилістичний колір і виконують рекламну функцію. Зазначено використання відонімного метода формування ергонімів. Серед відонімних назв проаналізовано ергоніми, утворені шляхом трансонімізації антропонімів, топонімів, та деяких інших груп онімів. З-поміж відонімних назв виокремлено відтопонімні та відантропонімні як найчисленніші. У назвах закладів торгівлі міста Лондон широко вживані ініомовні назви, запозичені з італійської, іспанської, латинської, німецької, французької.

Ключові слова: онім, ергонім, антропонім, топонім, трансонімізація, апелятив, запозичена назва.

Olena SYDORENKO

PhD in Philology, Senior Lecturer, researcher at the Institute of German Studies and Comparative Literature, University of Paderborn, Warburger Street 100, Paderborn, Germany, 33098

ORCID: 0000-0001-9189-5994

Marianna SOROKINA

Senior Lecturer, Department of Foreign Languages, Pryazovskyi State Technical University, Dmytro Yavornytskyi Avenue 19, Dnipro, Ukraine, 49005

ORCID: 0000-0001-6487-1751

To cite this article: Sydorenko, O., Sorokina, M. (2023). Spetsyfika imenuvan' ob'ektiv torgivli v misti London [Specifics of trade objects' naming in the city of London]. *Current Issues of Foreign Philology*, 18, 49–53, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2023-18-7>

SPECIFICS OF TRADE OBJECTS' NAMING IN THE CITY OF LONDON

The article is devoted to the study of the peculiarities of naming the objects of trade business, which have been collected in London during the last twenty years. The aim of the work is to analyze the names of trade objects of London according to their lexical, semantic and structural features. The research was carried out using descriptive, areal and statistical scientific methods.

The scientific novelty of the work is represented by the fact that a new group of ergonyms, containing 975 names of trade business objects recorded in the city of London, has been introduced into scientific circulation. Mainly the names are presented in English, as well as available names borrowed from other languages. The main way of names formation is appellativian. These ergonyms have been analyzed and an attempt to classify them has been made. The names of trade objects of London with appellativian origin, have been conditionally divided into subgroups.

Names with an unveiled indication of the type of activity, goods, quality of goods and services, location, abstract appellativian names with a romantic or fantasy content, names, pointing to national traditions, with a connection to the royal past and present of the country are presented. There are also names formed from the names of plants, birds, animals, as well as names of colors with positive connotations, names indicating family relationships. The names analyzed in this paper have positive stylistic meanings and perform an advertising function. Particular attention is paid to the onymian method of English ergonyms formation. Among the onymian names there are various ergonyms, formed by the transonymization of antroponyms, toponyms and other subgroups of onyms. The names, formed by transonymization of toponyms and antroponyms, are distinguished as the most numerous ones. Among the names of London trade establishments, foreign names are widely used. They are mainly borrowed from Italian, Spanish, Latin, German, French.

Key words: *onym, ergonym, antroponym, toponym, transonymization, appellative, borrowed name.*

Актуальність проблеми. За останні роки все більше уваги дослідників приділено вивченню нового класу онімів – ергонімів – власних назв певних об'єднань людей (Buchko, Tkachova, 2012, p. 85). Поширений інтерес пояснюється зростанням кількості об'єктів різноманітної спрямованості, а саме: об'єктів готельного бізнесу, обслуговування, розваг, торговельного бізнесу тощо. Багато проблем постає під час лінгвістичного аналізу ергонімів, зокрема актуальним залишається питання мотивації вибору тої чи тої назви власниками закладів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням назв об'єктів людської діяльності (далі ОЛД) почали займатися ще в другій половині минулого століття. Сучасні українські та закордонні дослідники вивчали ергоніми інших країн на матеріалі різних мов. Так, О.О. Белей розглядав запозичені назви підприємств Закарпаття (Belei, 1999, 2000), О.В. Вінарева досліджувала англійські торгові назви в структурному, семантичному та прагматичному аспектах (Vinareva, 2005), Ю.І. Дідур зробила зіставний аналіз ергонімів на матеріалі трьох мов (Didur, 2014, 2015), Г.В. Зимовець розглядала ергоніми банківської сфери в німецькій мові (Zimovets, 2017), О.Г. Мікіна присвятила свої наукові розвідки номінаційним процесам у сучасній європейській ергонімії (Mikina, 1993), Ю.І. Позніхиренко вивчала назви закладів харчування англійських країн (Poznikhirenko, 2018), О.М. Сидоренко аналізувала назви готелів на матеріалі італійських ергонімів (Sydorenko, 2020).

Метою дослідження є аналіз найменувань об'єктів торговельного бізнесу, зафіксованих у місті Лондон протягом останніх двадцяти років, за лексико-семантичними та структурними ознаками.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зараз Велика Британія вже не є провідною торговою країною, але це не означає, що вулиці її міст не просякнуті духом торгівлі.

До об'єктів торгівлі Великої Британії віднесено різні заклади, основною сферою діяльності яких є торгівля: ринки, супермаркети, магазини, торговельні комплекси, центри, універмаги, салони, бутики та ін. У цій групі найменувань зафіксовані різноманітні ергонімні терміни: *бутик, маркет, супермаркет, салон, торговий комплекс, торговельна мережа, торговий центр, універмаг, магазин*, які супроводжують власне назву.

У Великій Британії є безліч брендів споживчих товарів, в тому числі за досить доступними цінами. До них можна віднести *Monsoon, TK Maxx, Primark*. Серед мереж супермаркетів найвідоміші: *Aldi, Costcutter, Lidl, Marks & Spencer, Morrisons, Tesco*.

Лондон приваблює туристів не тільки своєю історією та культурою, а й можливістю набити валізи одягом та іншими речами. Тут розташовані поряд з бутиками люксових марок, і доступніші *H&M і Topshop*, універмаги *Debenhams і Selfridges*, а також *Zara, John Lewis, Marks & Spencer*, тощо.

З-поміж назв підгрупи об'єктів торгівлі Лондона нараховано 975 назв. Трансонімизовані

оніми становлять 305 назв або 31% від загальної кількості, у тому числі трансонімізованих топонімів зафіксовано 91 (9%), трансонімізованих антропонімів – 205 (21%), інших класів онімів – лише 9 назв (1%). Відапелятивним шляхом утворено 69% назв закладів торгівлі міста Лондон, який є основним з-поміж назв цієї підгрупи.

У назвах, утворених шляхом трансонімізації антропонімів, виокремлено такі структурні моделі:

– трансонімізовані жіночі імена: *Ritu, Sophie, Victoria*;

– трансонімізовані чоловічі імена: *Joseph, Paul*;

– трансонімізовані антропоніми – прізвища відомих особистостей минулого: *Marie Curie Charity Shop, Picasso's Place, Van Gogh Exhibition*;

– трансонімізований антропонім – ім'я та прізвище відомого кутюр'є, модельєра: *Christian Dior, Gicci, Louis Vuitton*;

– трансонімізовані антропонім + антропонім: *Buttler&Wilson, Collinge&Clark, Graham&Green, Marks&Spenser*;

– трансонімізовані одиничні антропоніми, де антропонім – ім'я чи прізвище або ім'я і прізвище власника: *Alice's, Arthur Morrice, Bill Amberg, Browns, Christie's*;

– трансонімізований антропонім + апелятив, де антропонім ім'я чи прізвище або ім'я і прізвище власника: *Amina Malik Gallery, Belson Diamonds, David Linley Furniture, Peter Jones & Partners*.

З-поміж назв, утворених шляхом трансонімізації топонімів, виокремлено такі структурні моделі:

– субстантивований відтопонімний ад'єктив з відношенням до даної місцевості + апелятив: *British Boot Company, Celtic Dawn Jewellery, London Gold Center, London Rocks, London Souvenirs*;

– субстантивований відтопонімний ад'єктив без відношення до даної місцевості + апелятив: *Moroccan Original Carpet, New Caledonian Market, The Turkish Deli*;

– апелятив + трансонімізований топонім: *City of London Jewellers, Hearts of London, Liberty London, To Home from London*;

– словосполучення, що містять трансонімізований топонім з указівкою на розташування в місті: *Blumsbury Farmers Market, Piccadilly*

Craft Market, Royal Mile Whiskies, The Greenwich Vintage Market;

– трансонімізований гідронім + апелятив: *Thames Galleries, Thames & Variations*.

Інші види онімів, які залучено до назв ергономів даної підгрупи нараховують лише 1%. Серед них зафіксовано трансонімізовані прагматоніми – *Bentley Antiques, Microsoft Store, Philips*, та поетоніми – *Aladdins, Harry Potter Shop at Platform 9 ¾, Sherlock Holmes Memorabilia*.

З-поміж найменувань, утворених відапелятивним способом, виокремлено такі підгрупи:

– ергоніми з незавуальованою вказівкою на спрямованість закладу: *02Shop, Design Center, Food Market, Flower Market, Gift Zone, House of Leather*;

– назви з вказівкою на товар: *Books for Cooks, Carriage Diamonds, Ceramica Blue, Happy Socks, Hat Gallery*;

– назви з вказівкою на якість товару та обслуговування: *100% Design, All Ages Records, One Fine Thing, One New Change, Supreme*;

– абстрактні відапелятивні назви романтичного або фантазійного плану: *Forbidden Planet, Gentle Monster, Happy Returns, Hope + Glory, House of Spells, Mysteries, Silver Moon*;

– назви, утворені від назв рослин з позитивною конотацією: *Apple Market, Lilly whites, Mango, Nine Elms Sunday Market, Primrose Hill Market*;

– назви, утворені від назв птахів та тварин з позитивною конотацією: *Bird & Blend Tea Co., Raven Row, Soul Bird Interiors, The Ginger Pig*;

– назви з відтінком національних традицій, колориту, з вказівкою на зв'язок з королівським минулим і сучасним: *Princess Arcade, Queen's Diamond Jubilee, Queen's Market, The Queen's Gallery*;

– назви з вказівкою на родинні стосунки: *Seven Sisters Indoor Market, Sister Jane, Soul Brother Records*;

– назви з вказівкою на особливості місця розташування: *Backyard Market, Bridge water, River Island, Tower Records*.

Група назв іншомовного походження об'єктів торгівлі міста Лондон становить 4% (35 назв) від загальної кількості найменувань. Зафіксовано назви запозичені з:

– італійської: *Divertimenti* (розваги), *Il Bisonte* (зубр), *Libreria* (бібліотека), *Mercato Metropolitano* (Столичний ринок);

- іспанської: *Jamón Jamón Paella* (шинка, шинка, паелья); *La Reseña* (огляд), *Mestizo* (половина крові);
- латинської: *L'occitante* (остаточно);
- німецької: *Blenheim Crescent* (південний півмісяць);
- французької: *An Bon Vin* (гарне вино), *La Vigneronne* (винороб), *Maille* (сітка), *Musée Noir* (музей чорного).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Основним способом формування назв об'єктів торговельного бізнесу міста Лондон визначено відапелятивний. У групі відапелятивних ергонімів зафіксовано назви, з незавуальованою вказівкою на вид діяльності, товар, якість товару та обслуговування, місце розташування, також присутні абстрактні відапелятивні назви романтичного або фантазійного плану та назви, утворені від назв

рослин, птахів та тварин з позитивною конотацією, назви з відтінком національних традицій, з вказівкою на зв'язок з королівським сучасним та минулим, на родинні стосунки. Усі проаналізовані назви є позитивними, орфоепічно нескладними лексемами, які є зрозумілими як для англословних, так й іншословних відвідувачів. З-поміж відонімних назв виокремлено відантропонімні та відтопонімні як найчисленніші назви, утворені шляхом трансонімізації.

Найвний аналіз назв назв закладів торгівлі охопив лише місто Лондон, збір картотеки ще триває, необхідність їх вивчення не викликає сумніву. Перспективними також убачаються наукові розвідки формування назв об'єктів інших видів людської діяльності Великої Британії подані в їх зіставному дослідженні з назвами регіонів України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Белей О.О. Сучасна українська ергонімія: власні назви підприємств Закарпаття. – Ужгород, 1999. – 111 с.
2. Белей О.О. Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської області). – Автореф. дис. ... канд. філол. н.: 10.02.01. – Львів, 2000. – 17 с.
3. Бучко Д.Г., Ткачова Н.В. Словник української ономастичної термінології. Харків: Ранок-НТ, 2012. 256 с.
4. Вінарева О.В. Структурний, семантичний і прагматичний аспекти англословних торгових назв (на матеріалі веб-сайтів мережі Інтернет). Автореф. дис. ... канд. філол. н.: 10.02.04. Київ, 2005. 19 с.
5. Дідур Ю.І. Іншословні пропріальні одиниці як невід'ємний складник ергоніміконів столиць. *Наукові записки КДПУ ім. В.К. Винниченка*, 2014. – Вип. 129. – 536 с. – С. 262–265.
6. Дідур Ю.І. Особливості функціонування ергонімів у мові, мовленні та ментальному лексиконі (в українській, англійській та російській мовах): дис. ... канд. філол. н.: 10.02.15. Одеса, 2015. 195 с.
7. Зимовець Г.В. Ергонімі банківської сфери в німецькій мові: семантичний і прагматичний аспекти. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: Мовознавство. Тернопіль. Вип. 1(27)* 2017. С. 131–135.
8. Мікіна О.Г. Номінаційні процеси у сучасній європейській ергонімії. Автореф. дис. ... канд. філол. н.: 10.02.19. Донецьк, 1993. 21 с.
9. Позніхиренко Ю.І. Мотиваційна база ергонімів як знаків соціокультурного простору України й англословних країн (на матеріалі назв закладів харчування). Дис. ... канд. філол. н.: 10.02.17. Київ, 2018. 264 с.
10. Сидоренко О.М. Специфіка іменувань готелів на острові Сицилія. Італійська культура в становленні європейської цивілізації: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 21 жовтня 2020 року : Маріуполь : МДУ, 2020. С. 115–117.

REFERENCES:

1. Belei O.O. (1999) Suchasna ukrains'ka ergonimija: vlasni nazvy pidpriemstv Zakarpattja. [Modern Ukrainian company names: proper names of companies of Transcarpathian province]. – Uzhgorod, 111 c. [in Ukrainian].
2. Belei O.O. (2000) Suchasna ukrains'ka ergonimija (na materialii vlasnih nazv pidpriemstv Zakarpats'koї oblasti), dis. ... kand. filol. nauk. [Modern Ukrainian company names (based on the proper names of companies of Transcarpathian province)], Lviv, 209. [in Ukrainian].
3. Buchko D.G., Tkachova N.V. (2012) Slovnyk ukrains'koi onomastychnoi terminologii [Dictionary of Ukrainian onomastic terminology]. Ranok-HT, 256.[in Ukrainian]
4. Vinareva O.V. (2005) Strukturnyj, semantychnyj i pragmatychnyj aspekty angloslovnykh torgovykh nazv (na materialii veb-saitiv merezhy Internet): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [Structural, semantic and pragmatic aspects of English trade names (based on Internet sites)]. Kyiv, 19. [in Ukrainian]

5. Didur Y.I. (2014) Inshomovni proprial'ni odynytsi jak nevid'emnyj skladnyk ergonimikoniv stolyts' [Foreign-language proprietary units as an integral component of ergonymicon of capitals]. *Naukovi zapysky KDPU imeni V.K. Vynnychenka*. Vyp. 129, 262–265. [in Ukrainian]
6. Didur Y.I. (2015) Osoblivosti funkcionuvannya ergonimiv u movi, movlenni ta mental'nomu leksikoni (v ukrains'kij, anglijs'kij ta rosijs'kij movah: dis. ... kand. filol. nauk [Peculiarities of functioning of ergonyms in language, speech and mental lexicon (based on the Ukrainian, English and Russian languages)]. Odesa, 195. [in Ukrainian]
7. Zymovets' G.V. (2017) Ergonimy bankivs'koi sfery v nimetskij movi: semantychnyj i pragmatychnyj aspekty [Ergonomics of the banking sector in German language: semantic and pragmatic aspects]. *Naukovi zapysky Ternopil's'kogo natsional'nogo pedagogichnogo universytetu: Movoznavstvo 1 (27)*, 131–135. [in Ukrainian]
8. Mikina O.G. (1993) Nominatsijni protsesy u suchasnij evropejs'kij ergonimii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [Nomination processes in modern European ergonymics]. *Donets'k*, 21. [in Ukrainian]
9. Poznikhirenko Yu.I. (2018) Motyvatsijna baza ergonimiv jak znakov sotsiokul'turnogo prostoru Ukrainy i anglo-movnykh krain (na materiale nazv zakladiv kharchuvannya): dis. ... kand. filol. nauk [Motivational base of ergonomics as signs of socio-cultural space of Ukraine and English-speaking countries (based on the names of food establishments)]. *Kyiv*, 264. [in Ukrainian]
10. Sydorenko O.M. (2020) Spetsyfika imenuvan' goteliv na ostrovi Sytsylia [The specifics of hotels' naming on Sicily Island]. *Italijs'ka kul'tura v stanovlenni evropejs'koi tsivilizatsii: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii 21 zhovtnya 2020 roku: Mariupol: MDU*, 115–117. [in Ukrainian]