

Фактор оцінки в процесах відтеонімної ергонімічної номінації

У зв'язку з розвитком ринкових економічних відносин ергонімія набула високого ступеня актуальності, внаслідок чого ергоніми є дуже активним шаром сучасної української лексики. У наш час з'явилося безліч різноманітних назв організацій, установ, підприємств та їх моделей тощо. Цей процес зумовлює актуальність досліджень ергонімів як своєрідних об'єктів сучасної дійсності, що, в свою чергу, дозволить виявити характерні шляхи ергонімної номінації, їх семантичну скерованість, полюси емотивної маркованості, а отже, і перспективні орієнтири у розвитку сучасної української ергонімії.

Сенсове розмаїття сучасної ергонімії, звичайно, відрізняється від її стану за радянських часів, оскільки тоді цілому ряду однотипних об'єктів надавали однакові, зредуковані іменування, які розрізнялися лише за порядковими номерами. Здебільшого це стандартні, шаблонні назви, які майже виключно виконували неускладнену номінативну функцію: Взуття, Галантерея, Квіти, Книги, Одяг, Продтовари, Тканини, Хліб та ін.

Сьогодні характер ергонімної номінації вражає семантичним та структурним розмахом. В ергонімі «денотативне значення співіснує із загальномовними або індивідуальними конотаціями» [4:279], тобто ергоніми позитивно чи негативно навантажені, а отже, викликають відповідні емоції, які «виражають стан суб'єкта та його ставлення до об'єкта. Емоції відрізняються полярністю, тобто мають позитивний чи негативний знак» [8:153] і, як правило, органічно пов'язуються з оцінкою, виконуючи, за твердженням В.К.Вілюнаса, «функцію оцінки» [2:13]. На думку Н.Д.Арутюнової, М.В.Ляпона, одним з найспецифічніших

людських операторів оцінки є принцип «люблю - не люблю» або «приємне-неприємне». Цей принцип підказує «внутрішній вибір тих чи інших лексичних значень, які впливають на вибір тієї чи іншої граматичної моделі, на композиційний малюнок фрази, її синтаксичну побудову» [5:27]. Специфіка подібної оцінки полягає у тому, що «містить у собі параметр суб'єктивної істини, яка не потребує мотивації та не користується поняттям норми» [1:16]. Згідно цього положення можна умовно розподілити ергоніми на позитивні і негативні, відповідна емотивна маркованість яких найяскравіше відбивається в онімах відтеонімного походження.

Зазначимо, що раніше теонім «був засобом, за допомогою якого можна було призвати на допомогу певну міфологічну істоту з конкретними у даній ситуації функціями» [4:31], і зараз, мабуть, деякі власники вважають, що міфологічна назва допоможе їм у справі, тому й відтеонімні ергоніми останнім часом набули популярності, яка зумовлюється наявністю усталеного «асоціативного ореолу» відповідних твірних теонімів. В цьому випадку літературно - міфологічні поняття стають словами - символами, в яких мотивуюча ознака виконує не тільки індивідуалізуючу, але й описову функцію, оскільки характеризує об'єктивні властивості об'єктів [див. 3]. Подібні відтеонімні ергоніми можна вважати конотонімами, бо конотонім - це «завжди власна назва (антропонім, топонім, рідше - ергонім, хрононім та ін. оніми), в якій її денотативне значення співіснує із загальнономвними або індивідуальними конотаціями» [7:279].

Як правило, в основі ергонімів як конотативно маркованих елементів ономастичної системи лежать асоціативні зв'язки, які мають натяк на специфіку підприємства, якість, вид, розміри продукції, що її виробляють чи пропонують. У конкретних випадках вживання «їх смислова домінанта визначена зв'язком не з денотатом, а із поняттям, яке розвинулось пізніше» [7:279]. Ці додаткові понятійні відтінки нерідко представлені у незвичайному для «чистої власної назви емоційно-експресивному ореолі» [7:279].

Виявлення цього асоціативного фону у сприйнятті подібних онімів дозволить, на нашу думку, дослідити ті чинники, що формують актуальні параметри ергонімної оцінки, а отже, дають змогу виявити основні напрями релевантної номінації у цьому аспекті. Для вирішення цього завдання нами був проведений асоціативний експеримент, в

межах якого респонденти оцінювали запропоновані ергоніми за ознакою подобається / не подобається з відповідним декодуванням асоціативного фону. Крім того, інформантам (50 осіб приблизно одного віку та соціального стану) подавалися і відомості про галузеву орієнтацію названого підприємства. Зазначимо, що кількість аналізованих ергонімів, що їх зібрано у м.Одесі протягом 1998-1999 років, наближається до двох тисяч, з яких приблизно 17% становлять назви відтеонімного походження. Джерелами виявлення ергонімів послуговували збірки «Золоті сторінки Одеси», різноманітні рекламні відомості та довідники, що містять перелік підприємств і організацій міста, а також безпосередня фіксація існуючих ергонімів.

Отримані результати дають змогу класифікувати аналізовані те-онімні ергоніми (далі ТЕ) таким чином: I. ТЕ з позитивною оцінкою (65%). II. ТЕ з негативною оцінкою (35%).

1. До цієї групи належать такі ТЕ (для обґрунтування позитивного оцінювання спочатку подаємо власне міфологему, потім - професійну скерованість організації, наприкінці - актуалізований асоціативний фон (АФ): **Аріадна** - закохана в Тесея, допомогла йому вбити Мінотавра, що жив у лабіринті, і подарувала клубок, що вказував шлях; «ниткою Аріадни» називають спосіб, що допомагає розв'язати важкі питання, вийти із скрутного становища; в античному мистецтві Аріадна зображувалась сплячою. Автозапчастини. АФ: допомога, надія, вихід із скрутного становища; **Аврора** - римська богиня світанку, в образному мовленні синонім ранкової зірки світання. Транспортні експедування. АФ: краса, ранок; **Асклепій** - (гр.) - аптека, **Ескулап** - (лат.) - бог лікарів, у сучасній мові ескулап - жартівлива назва медика. Медичне обладнання, медична фірма, аптека. АФ: ліки, лікар, медик; **Атлант** - титан, який тримав на своїх плечах небо. Юридична фірма, агенція нерухомості, атлетичний клуб, спортивний шахматно - шаховий клуб. АФ: сила, впевненість, надійність; **Афіна** - давньогрецька богиня миру і добробуту, одне з верховних олімпійських божеств, освячувала шлюби, посиляла людям здоров'я, пізніше стала покровителькою розумової і художньої діяльності; символізує ясність духу, великий спокій і духовну могутність. Книги, промтовари. АФ: краса, спокій, духовна могутність; **Аякс** - відрізнявся силою і великим зростом. Швейна фірма. АФ: великий розмір; **Галатея** - кохана Пігмаліона, за легендою він закохався в зроблену ним статую, яку потім оживила Афродіта. Дизайн, меблі. АФ: краса,

казковість, чарівність; **Гелена** (варіант імені Олена) - божество рослинності та плодючості і світла, була надзвичайно вродлива, вважалась захисницею моряків. Перукарня. АФ: краса, врода, жіночість; **Гермес** - давнє аркадійське божество, пізніше зараховане до олімпійських богів, спочатку втілював могутні сили природи, пізніше - бог скотарства, заступник пастухів, ще пізніше - заступник послів, охоронець недоторканості посольств; також вважався заступником мандрівників, купців, богом торгівлі і прибутку. Контрольно-вимірювальні прилади, меблі, книги. АФ: достаток, прибуток, могутня сила природи; **Гефест**- бог вогню і ковальського ремесла, любив фізичну працю. Metали, металоконострукції. АФ: метал, вогонь, ковальство; **Гриф** - фантастичне страховисько, яке зображували крилатим левом з головою орла або іншого хижого птаха, охороняло скарби. Охорона. АФ: сила, захист, надійність; **Діоніс** - бог рослинності, захисник виноградарства й виноробства, один із найпопулярніших богів давньої Греції, пізніше стає богом умираючої й відродженої природи, у переносному розумінні - вино і пов'язані з ним веселощі. Бар, магазин. АФ: вино, веселощі; **Конкорд** - від лат. Concordia - згода; богиня згоди, охоронниця ладу в державі. Вікна і двері. АФ: захист, спокій, надія; **Нептун** - бог морів й захисник коневодства та кінних змагань. Рибний магазин. АФ: море, риба; **Одіссей** - міфічний цар острова Ітака, був хоробрим, хитрим, розумним, мав великий життєвий досвід. Дитячий оздоровчий центр. АФ: сила, розум, хоробрість; **Олімпієць** - у переносному значенні - людина, яка зберігала величний спокій, яка стоїть вище звичайних пристрастей й хвилювань. Спортивна школа вищої майстерності. АФ: величний спокій; **Пегас**- чарівний кінь з крилами, у переносному значенні - символ поетичного натхнення. Магазин косметики, книги. АФ: чарівність, казковість, краса, натхнення; **Посейдон** - бог морів, спочатку був божеством землі. Ресторан. АФ: море, сила, величність; **Прометей** - викрав вогонь з Олімпу і приніс його людям, що і врятувало їх, у переносному значенні - уособлення самовідданості, шляхетних почуттів і вчинків людини, незгасного прагнення високої мети. Книги, оздоровчий центр. АФ: досягнення високої мети, самовідданість; **Фенікс** - чарівний птах, який за уявленням стародавніх народів через кожні 500 років прилітав з Аравії до Єгипту. Коли відчував, що надходила смерть, будував гніздо з пахучих гілок на верхів'ї пальми, і там його спалювало сонце, потім

птах воскресав з попелу, відроджувався молодим; у переносному значенні - символ безсмертя, відродження. Меблі, метал, будівельні матеріали, мале науково-виробниче підприємство з іноземними інвестиціями. АФ: відродження, безсмертя; **Фортуна** - богиня щастя, випадку та удачі, у сучасній мові фортуна - щастя, удача. Магазин продуктів, бар. АФ: удача, щастя; **Ювентус** - від лат. Iuventas - Ювента - юність - ототожнювана з грецькою Гебою римська богиня юності. Торгівельне обладнання. АФ: краса, юність; **Ясон** - очолив похід аргонавтів за золотим руном на кораблі «Арго». Туристична фірма. АФ: подорож, туризм; **Ітака** - батьківщина Одисея, у сучасній мові означає досягнення рідної домівки після багатьох перешкод й страждань. Нічний диско-клуб. АФ: рідна домівка, відпочинок; **Олімп** - священна гора давніх греків, вважалась місцезнаходженням богів; збори, сонм олімпійських богів. Ательє, бар, ремонт квартири. АФ: вишуканість, елітність; **Парнас** - гірний масив, у міфах - місцезнаходження Аполлона і муз.; у переносному значенні - спілка поетів. Бар, ресторан. АФ: талант, обдарованість, вишуканість.

Зазначимо, що позитивне сприйняття цієї групи ТЕ зумовлюється певним співпаданням як рівня загальної відомості, частотності, закріпленого позитивного АФ, так і чіткою відповідністю між ТЕ та професійною скерованістю організації. Так само позитивно оцінені й наступні ТЕ, міфологічна основа яких респондентам невідома, але на якість ознаки цей факт істотно не впливає, оскільки ТЕ асоціюється з виключно позитивними емоціями (щось приємне, хороше, жіночість, зорі, успіх): **Астарта** - жіноче божество плодючості, вважалась богинею Місяця, покровителькою шлюбу й любові. Сільгосппродукція; **Бонус Евентус** - римський бог урожаю, згодом бог успіху. Агенція нерухомості; **Веста** - божество домашнього вогнища. Молочні продукти; **Гея** - втілення землі, вважалась пращуром людей. Будматеріали.

II. Надаючи назву підприємству, фірмі тощо, власники прагнуть привернути увагу клієнтів, намагаються наділити ергоніми позитивними конотаціями, щоб вони відповідали певному асоціативному фонові. Але досить частотними є випадки, коли у назві актуалізується тільки поверхове, «найближче» значення, яке, на жаль, не завжди сприяє адекватному декодуванню іменування через низку певних факторів. Усталена негативна оцінка зумовлюється, по-перше, нечастотністю в узусі відповідного теоніма, відсутністю актуальних асоціативних зв'язків, що спричиняє

майже винятково емоційне «несприйняття», «нерозуміння» ТЕ, наприклад: **Астерія** - рятуючись від переслідувань Зевса, обернулася на перепелицю, за іншим переказом, кинулася в Егейське море і перетворилася на острів Делос. Яхти; **Ерідан** - річковий бог, син Океана і Тетії. Готель, ремонтно-будівельна компанія.

По-друге, негативізм спричиняє й усталене коло відповідних асоціацій, закріплених за ТЕ: **Аргус** - багатоокий велетень, навіть під час сну бачив частиною очей, ревнива Гера наказала йому стерегти Зевсову коханку - красуню Іо, Гермес приспав велетня грою на флейті й відрізав йому голову, очима Аргуса Гера прикрасила хвіст павича; у переносному значенні - пильний сторож, іноді вживається з іронією. Продаж та встановлення сигналізацій. АФ: ненадійність, невпевненість, **Віртус** - з лат. доблесть - жіноче божество латинян, втілення воїнської доблесті. Пластична хірургія. АФ: жінка-воїн, мужність, відсутність жіночості, страждання; **Гера** - стародорійське божество, міфи наділяють її заздрістю, жорстокістю, владністю і підступністю. Побутова техніка. АФ: заздрість, жорстокість, ненадійність;

Ікар - легендарний будівник та художник, зробив крила із пір'я, але піднявся надто високо, сонце розтопило віск, він упав у море, спочатку був божеством - захисником ремесел. Автопродаж, автозапчастини. АФ: романтизм, який закінчується смертю, небезпечність; **Марс** - первісно італійський бог родючості, рослинності і дикої природи, пізніше ототожнений з грецьким Аресом - богом війни. Контрольно-вимірювальні прилади. АФ: війна, горе; **Янус** - спочатку бог світла й сонця, який відкриває небесні ворота й випускає на землю день, ввечері закриває їх, пізніше стає богом входів і виходів, вважався божеством всіх начал, захисником доріг й мандрівників, богом часу; зображувався людиною з двома обличчями (одне вважалось зверненням в минуле, друге - у майбутнє), вислів «двуликий Янус» означає нещирю людину. Юридична фірма, меблі. АФ: нещирість, лицемірність;

По-третє, негативне сприйняття (зазначимо, що цей чинник вважається респондентами за провідний) формується через неспівпадання практичної діяльності організації з семантикою твірного теоніма. Крім того, наступні ТЕ, які вже були оцінені респондентами позитивно у разі співпадання зазначених факторів (див. позитивні ТЕ), після повідомлення про іншу професійну орієнтацію підприємства набували чітко визначеної негативної емотивності: **Аріадна** - клуб здорово-

го образу життя. АФ: сон, бездія; **Аякс** - метали, металообробка, продукти. АФ: сила, великий розмір; **Діоніс** - печатки, поліграфічні послуги. АФ: вино, веселощі; **Махаон** - лікар, брав участь у поході греків на Трою, у переносному значенні - цілитель. Продюсерський центр. АФ: лікар, цілитель; **Пегас** - пально-мастильні матеріали, продтовари, алкогольні напої. АФ: чарівність, краса, натхнення; **Титан** - метафорично титанами називають людей виняткового розуму й таланту. Бар. АФ: талант, неординарність, нестандартність.

Таким чином, можна твердити, що провідними чинниками, які формують позитивне / негативне сприйняття певного ТЕ, є: 1) його загальна усталеність / неусталеність в узусі, частотність / нечастотність; 2) відповідна емотивна скерованість, маркованість АФ; 3) найголовнішим же фактором, який виступає основним детермінантом емотивно маркованого сприйняття певного ТЕ, є наявність чіткої відповідності між семантикою ТЕ та професійною діяльністю організації.

1. Арутюнова Н. Д. Об объекте общей оценки // Вопросы языкознания. - 1985. - №3.
2. Вилунае В. К. Основные проблемы психологической теории эмоций // Психология эмоций: Тексты. - М., 1984.
3. Голев Н. Д. «Естественная» номинация объектов природы собственными и нарицательными именами // Вопросы ономастики. - Свердловск, 1974. - № 8,9.
4. Зубов Н. И. Древнерусская теонимия (проблемы собственного и нарицательного): Дис. ...канд. филол. наук. - Одесса, 1982.
5. Ляпон М. В. Оценочная ситуация и словесное само моделирование // Язык и личность. - М., 1989.
6. Мифологический словарь. - Ленинград, 1961.
7. Отин Е. С. Развитие коннотонимии русского языка и его отражение в словаре коннотонимов // Е. С. Отин. Избранные работы. - Донецк, 1997.
8. Рубинштейн С.Л. Эмоции // Психология эмоций: Тексты. - М., 1984.
9. Словник античної міфології. - К., 1989.