

## АВТОЕРГОНІМИ В ОНІМНІЙ КАРТИНІ МІСТА (на прикладі назв об'єктів автомобільної тематики м. Чернівці)

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія.

Випуск 1 (45)

УДК 811.161.2'373.2

DOI:10.24144/2663-6840/2021.1(45).45–50

**Бабух Н.** Автоергоніми в онімній картині міста (на прикладі назв об'єктів автомобільної тематики м. Чернівці); кількість бібліографічних джерел – 16; мова українська.

**Анотація.** У статті розглянуто лексико-мотиваційні особливості, зроблена спроба класифікації назв автомобільної тематики м. Чернівці. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю дослідження назв підприємств із надання автомобільних послуг Чернівців як важливої складової ергонімії в ономастичній картині міста. Мета дослідження полягає в тому, щоб з'ясувати та схарактеризувати семантико-мотиваційні особливості назв об'єктів з надання автомобільних послуг; визначити тенденції та комунікативні стратегії називання підприємств сфери автомобільних послуг; проаналізувати дотримання мовних норм у назвах та вказати особливості структури цього типу назв. Методи дослідження зумовлені його метою та завданнями. У роботі використано такі методи: описовий, аналітичний, семантико-мотиваційний, компонентного аналізу, класифікації, елементи статистичного та методу кількісних підрахунків. Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше проаналізовано назви автомобільної тематики м. Чернівці у складі ергонімії картини міста з погляду семантики, мотивації, структури, дотримання мовних норм на сучасному хронологічному зрізі.

Основне завдання статті – проаналізувати назви автомобільної тематики м. Чернівці як важливого складника ергонімії картини міста з погляду семантики, мотивації, структури, дотримання мовних норм.

Короткі результати і висновки. Можемо підсумувати, що частина ергонімів має подвійну мотивацію та таке ж подвійне семантичне навантаження, оскільки назви підприємств з обслуговування автомобілів складаються з кількох лексичних компонентів із різним (подвійним, а то й потрійним) значенням навантаженням. Продуктивним способом творення цього типу ергонімів із метою, очевидно, виокремлення з-поміж зрозумілих назв і надання новоствореним назвам відтінку певного шарму, екзотичності та, ймовірно, якоїсь уявної престижності є іншомовні слова, які в назвах автомобільної тематики представлені досить широко. Визначено 7 основних лексико-мотиваційних груп ергонімів автомобільної тематики, назви проаналізовано з точки зору специфіки їх формування та функціонування, семантичного аналізу, систематизації, мотивації, номінації, дотримання мовних норм.

**Ключові слова:** назви автомобільної тематики, автоергонім, ергонім, ергонімія, ономастика, мовознавство, українська мова, Чернівці.

**Постановка проблеми.** Останнім часом простежуємо значний інтерес дослідників пропріальної лексики до нового класу онімів – ергонімів, тобто назв об'єктів господарської діяльності людей, а також – досліджень особливостей їхнього виникнення та функціонування. До таких відносимо назви автомобільної тематики – як один із підкласів ергонімів, який становить важливу й малодосліджену в Україні групу номенів на позначення автосервісів, шиномонтажів, станцій технічного обслуговування та інших місць обслуговування автомобілів. Хочемо наголосити на тому, що цей підклас ергонімів і досі не має свого задовільного опрацювання у вітчизняній ергонімії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням різноаспектного аналізу ергонімів приділяла увагу низка вітчизняних науковців, які досліджували цю групу власних назв на регіональному рівні: О.О. Белей (ергонімія Закарпаття), Ю.І. Дідур (зіставний аналіз ергонімів великих міст у різних країнах), Н.В. Кутуза (ергонімія м. Одеси), Н.М. Лесовець (ергонімія м. Луганська), О.М. Сидоренко (ергонімія Донеччини), М.М. Цілина (ергонімія м. Київ), В. Пачева, С. Тодоров (ергонімія м. Мелітополя), Ю. Горожанов (ергонімія м. Луцька), С. Шестакова (ергонімія Києва, Львова, Полтави, Сум, Харкова), Ю.М. Деремєнда (ергонімія м. Тернополя), О.А. Мельник (ергонімія Вінничини), О.А. Титаренко (ергонімія м. Кривий Ріг).

Натомість вивченню особливостей власних назв автомобільної тематики – як окремому підкласу ергонімів – приділено, на нашу думку, мало уваги: їх переважно залучали як ілюстративний матеріал під час аналізу інших підкласів ергонімів.

**Мета статті** – з'ясувати та схарактеризувати семантико-мотиваційні особливості назв об'єктів з надання автомобільних послуг; визначити тенденції та комунікативні стратегії називання підприємств сфери автомобільних послуг; проаналізувати дотримання мовних норм у назвах та вказати особливості структури цього типу назв. **Основне завдання статті** – проаналізувати назви автомобільної тематики м. Чернівці як важливого складника ергонімії картини міста з погляду семантики, мотивації, структури, дотримання мовних норм.

**Матеріали та методи дослідження.** Джерельною базою нашої наукової розвідки послужили назви підприємств сфери автомобільних послуг Чернівців, а це близько 200 одиниць, зібраних за принципом репрезентативної (суцільної) вибірки із місцевих телефонних довідників, рекламних буклетів, електронних ресурсів, періодичних видань, а також експедиційним шляхом упродовж 2019–2021 рр. При підході до аналізу матеріалу ми використали такі **наукові методи:** описовий, аналітичний, семантико-мотиваційний, метод компонентного аналізу; використовували елементи статистичного та методу кількісних підрахунків.

**Виклад основного матеріалу.** Відомо, що ергоніми, тобто назви підприємств і організацій різного типу, є тим найбільш динамічним розрядом пропріативів, зміни в якому відбуваються практично безперервно, а це зумовлює потребу в постійному аналізі та врахуванні сучасних тенденцій номінації в цій сфері, дослідженні процесів функціонування цього типу онімних одиниць у сфері комунікації, позначеній складною взаємодією невербальних і вербальних компонентів.

Головним напрямом дослідження ергонімів протягом останнього десятиліття залишається аналіз мотиваційних ознак, покладених в основу номінації [Зимовець 2017, с. 131].

Ми вважаємо, що зокрема ономазіологічний підхід необхідно доповнити прагматичним компонентом з урахуванням різнопланового в семіотичному плані характеру ергонімів та досліджувати ці одиниці як складні багатопланові утворення, які відзначаються значним ступенем гнучкості в пристосуванні до змінних умов комунікації.

Отож, зважаючи на характер зібраного нами матеріалу, нижче подаємо власну класифікацію автомобільних ергонімів міста Чернівці. Вважаємо за доцільне поділити наявний у нашому розпорядженні пропріальний матеріал на 7 основних семантико-мотиваційних груп, як-от:

1. Назви топографічні, локалізувальні.
2. Назви, утворені від апеліативів і пропріативів, що належать до семантичного поля автомобільної тематики.
3. Назви, що викликають позитивні конотації.
4. Назви, утворені від власних імен та прізвищ власників, їхніх родин, близьких людей або ж засновників (т.зв. відантропонімі).
5. Назви, похідні від власних імен міфологічних, легендарних, біблійних чи історичних постатей, найчастіше асоційованих із автомобілями чи транспортом (т.зв. відміфотеонімі).
6. Назви з прозорою семантикою, які неможливо віднести до вищезазначених груп.
7. Назви непрозорого походження та спонтанної мотивації.

На початку характеристики, покласифікованої нами на конкретні групи матеріалу, вказуємо на різного роду конотації, наявні при творенні ергонімів автомобільної тематики та ступінь їхньої продуктивності.

Зокрема, позитивні конотації утворюють значну групу назв, які можна поділити на декілька підгруп, а саме:

1. Назви зі значенням привілейованості, вищого статусу (20 онімів, 9,52%). 3-поміж них назви: *“Premium auto Service”*, *“Luxe Service”*, *“Leader Garage”*, *“СТО S-клас в Чернівцях”* (вказівка на якість обслуговування автомобілів навіть вищого класу), *“СТО Roleks”* (вказівка на точне, чітке та якісне надання послуг, як у механізмів дорогих годинників відомої швейцарської фірми “Rolex”); *“Автомодіум”* (окрім узвичаєних значень ‘підвищення навколо арени античного цирку з місцями для почесних гостей’, значення лексеми подіум

в автоспорті – це ‘імпровізований майданчик, на якому проводиться вшанування трьох переможців автомобільних перегонів’ (див. також: *n’edestал* [Бусел 2005, с. 1009].); *“Автоплаза”* (другий компонент назви, лексема *плаза*, – це *‘торговий центр; назва комплексу офісних будівель’*, тобто у назві міститься вказівка на місце, в якому здійснюють продаж автомобілів або ж займаються діяльністю з надання інформаційно-консультативних послуг щодо продажу автівок).

2. Назви зі значенням певного соціального (маєтного) статусу (3 оніми): *“АвтоБарон”*, *“Magnat Auto”*, *“Пан-сервіс”*.

3. Ергоніми зі значенням додатковості, розмаїття, швидкості (4 оніми): *“Maximus”*, *“Експрес діагностика акумулятора +”*, *“Energy”*, *“Fast Start”*, *«Glass Express»*.

4. Назви зі вказівкою на надійність, відповідальність, комфортність в обслуговуванні (7 онімів): *“Гарант авто”*, *“Автосервіс Авторитет в Чернівцях”*, *“Avtoritet”*, *“Автомобезпека”*, *“Bastion Group”* (тут *bastion* (укр. бастион) – це *‘фортифікаційна споруда для захисту, укріплення’*), *“Автодім”*, *“Oil House”* (на кшталт назв типу “Дім книги”); *“Експерт”* (натяк на якісну діагностику автомобілів); *“Кристал”* – вказівка на прозоре, чисте, якісне обслуговування. Цікавою особливістю ще двох ергонімів цієї, четвертої, групи є поєднання лексем із автомобільної та медичної (у розумінні переносного значення – ‘лікування’ авто) сфер – це назви: *“Автомтеріанія”*, *“Реанімація дисків”*. До цієї групи зараховуємо й колоритну назву *“Гараж у вуйка”*, складовим компонентом якої є діалектна лексема *вуйко* (літ. *дядько*). Дещо іронічний зміст цієї назви спрямований на досягнення взаємопротилежного ефекту, тобто технічне обслуговування і ремонт автомобільного транспорту “для своїх, у сприятливих умовах”.

У багатьох назвах-словосполученнях, як видно із поданих вище прикладів, наявний структурний компонент *авто*, який у складі ергонімів цієї групи зустрічаємо 49 разів, що становить 23,33% від загальної кількості назв. Нами зафіксовано 3 варіанти передачі написання *авто*:

1. *авто* (27 назв): *“Авто БУМ Сервіс”*, *“Опін – Автолюкс”*, *“АвтоПро”*, *“ТБК – АВТО”*);
2. *auto* (19 назв): *“Auto Dent Service”*, *“Auto. Kot”*, *“AD AutoService”*, *“FORUM AUTO”*, *“GV Auto Service”*, *“AUTOPARTSWEST”*);
3. *avto* (3 назви): *“KARDAN – AVTO”*, *“Banzai Avto Service”*, *“Avtoritet”*).

Як бачимо, найбільш уживаним виявився кирилический варіант передачі цього компонента; далі йде його відтворення англійською мовою, після чого – транслітерація латинкою.

Одним із найчастіше вживаних структурних елементів у складі автомобільних ергонімів можна вважати слово *сервіс* (вжито 30 разів), яке є складовим компонентом назви та має 5 різновидів графічної передачі: *service* (13 онімів): *“DS-diskService”*, *“AD AutoService”*, *“Auto Dent Service”*, *“Motor Shaft Service”*, *“Premium auto Service”*; *servise* (3 оніми):

“AutoService” (двічі), “Camping Service”; *servis* (1 онім): “Tir-Servis”; *servis* (11 онімів): “Автосервіс” (найчастіше вживана назва), “Бош Сервіс “Тандем”, “Нак, авторсервіс в Чернівцях”, “Пансервіс”; *сервіс* (2 назви): “Холод сервіс”, “Автосервіс “Серега”. Найуживанішим є правильне написання назви англійською мовою – англ. *service*; далі йдуть складні назви українською мовою – “Автосервіс”. Примітно, що в 2 назвах, які є російськими, недотримано написання державною мовою.

Маловживаними компонентами складних назв, що стосуються автомобільної тематики, можна вважати частини *тех*, *техно* (2 оніми): “Техносервіс”, “Новатех” та *drive* (2 оніми; < англ. ‘керувати автомобілем’): “Drive Auto”, “Drive-in”.

Назва “Gear” може мати декілька автомобільних асоціацій. Так, «Gear» – (у перекладі з англ., в знач. іменника – ‘механізм, пристрій, передача, привід, шестірня’; у знач. дієслова – ‘зчіплюватися, приводити в рух’). [Балла 1996, Т. 1. с. 36]. Тут також можна провести аналогію з назвою розважальної телепрограми “Top Gear” (< англ. *Top Gear*, – ‘верхня передача’). Це поширене у світі британське розважальне телевізійне шоу на автомобільну тематику (див. [Top Gear]). Мабуть, слід також згадати в цьому контексті про «hi-gear» – популярний бренд автокосметики (див. [Hi-Gear]).

Назва автосервісу “SHELBY” пов’язана з прізвиськом американського автогонщика та автомобільного конструктора Керролла Холла Шелбі – найбільш відомого як творця спеціальних версій автомобіля *Ford Mustang GT350* та *Ford Mustang GT500* (див.: [Шелбі Керролл]).

Ергонім “Dakar Detailing” своїм значенням, очевидно, має на меті провести паралель у свідомості реципієнтів із “Ралі Дакар” – щорічним марафонським трансконтинентальним ралі-рейдом, який проводиться з 1978 року. Як правило, він фінішує в столиці Сенегалу – місті Дакар ([Ралі Дакар]).

“Форсаж-2005”. Логічно може виникнути асоціація з серією популярних фільмів «Форсаж» про вуличного автогонщика. За твердженням власників, саме з цієї причини вони так і назвали свою автомобільну справу, адже *форсаж* – найпотужніший ‘режим роботи реактивного двигуна’, а компонент *2005*, за словами номінаторів, вони додали, щоб відрізнитися від автосервісу з аналогічною назвою в тому ж місті (див.: [«Форсаж»]).

Назва автокомплексу “Формула” схиляє до асоціації з автоперегонами “Формула – 1” – чемпіонату світу з кільцевих автоперегонів на автомобілях з відкритими колесами, який відбувається під егідою Міжнародної Автомобільної Федерації [«Формула-1»].

Ергонім “Aral service” найімовірніше походить від назви марки моторної оливи марки “Aral”, що теж відносимо до семантичного поля автомобільної тематики.

Часто заклад для обслуговування авто іменується за своїм основним профільним призначенням. Така назва найбільш функціональна, адже містить безпосередню вказівку на рід діяльності установи

(надто ж, якщо це стосується вузькопрофільного ремонту: скло, форсунки, сигналізація, двигун): “Автоскло”, “Автоелектрик”, “Автоелектрика”, “Газ на авто”, “Сервіс форсунок”, “Автоексперт-діагност “INGVAR”. Номінація цього типу вважається найбільш універсальним, адресним, простим та зручним засобом ідентифікації. Крім назв-іменників, це також описи конкретно виконуваних автопослуг у формі кількаслівних словосполучень, як-от: “Діагностика систем кермового управління”, “Ремонт стартерів та генераторів”, “Комп’ютерна діагностика”, “Заміна мастил”, “Ремонт сколів, тріщин на автосклі”, «Переобладнання мікробусів». Більшість таких ергонімів з метою кращого сприйняття записані українською мовою, проте ми зафіксували й транслітеровані англійською мовою назви: “Glass Express” (glass < англ. ‘скло’), “KARDAN – AVTO” (транслітерація латинкою назви механізму автівки), “StaGer” (ремонт стартерів (*sta-*) та генераторів (*ger*) – гра слів).

Популярною тенденцією в автономінаціях останніх кількох років у Чернівцях, за нашими спостереженнями, є номени-синекдохи – частини від цілого. У ергонімах автомобільної тематики це може бути назва конкретної автодеталі, або ж частини автомобіля, який ремонтують у названому закладі, напр.: “Глушник”, “КЕРМО”, “КОЛЕСО (шини та диски)”. Часом вживається лише частина у назві (“Укришинторг”) або модель автомобіля (“Ford Renault”, “Center kangoo-citan”, “Mercedes Service”, “Автосалон “Тойота Центр Чернівці “Олімп Моторс”, “Івеко Сервіс”, “Сервіс центр “Opel”, “Екомоторс “Автоцентр Ford”, “Бош Сервіс “Тандем”). Інколи подібні номени мають навіть “філософську”, досить образну, мотивацію, як-от: ремонт глушників виступає з назвою “Філософія тиши”.

Таким чином, можемо стверджувати, що ергоніми, які належать до семантичного поля автомобільної тематики, утворюють значну частину від усіх назв; за своїм характером вони є різнотипними: значну їхню частину становлять назви з прозорою тематичною мотивацією, а почасти ці назви є досить метафоричними та філософсько-образними.

#### Відантропоніми автоергоніми.

Антропоніми, зазвичай характерні для інших розрядів ергонімів (назв кафе, ресторанів, магазинів) [Горожанов 2014, с. 66], беруть також участь і в творенні назв автосервісів та станцій технічного обслуговування (СТО). Ми засвідчили 15 назв подібних об’єктів господарювання, що становить 7,14%. З-поміж них – це імена (прізвиська) засновників подібних закладів, їхніх родичів, а саме: “Серега”, “ПП “Тарас”, “Андро”, “СТО “Вова Бош”. Деякі назви утворюються поєднанням скорочених частин імен: “VIKRUS” (< Vik- Вікторія та Rus- Руслан; “ROMAX” (< Ro- Роман та Max- Максим).

Часом ім’я стає основною частиною, яку обіграє номінант, додаючи до нього маркуючий компонент: “Богдан-Авто”, “ВікАвто”, “Дан-Авто”. В основу деяких ергонімів лягли, крім імен, також і прізвища: “Коцур А. І.Автосервіс”, “ПП “Кушнір

В.В.", "ПП Малюк", "Fochuk Group".

#### Відміфотеонімі автоергоніми.

Імена міфологічних, легендарних постатей в структурі ергонімів автомобільної тематики Чернівців уживаються 4 рази, що становить 1,90 % від загальної кількості назв. Ергонім "Фенікс" (за назвою міфічного птаха, здатного відроджуватися з попелу) [Бусел 2005, с. 1531], можна вважати прикладом із вдалою мотивацією: натяк на аналогічне "відродження" автомобіля за допомогою фахівців цього автосервісу. Номен "Дизель-сервіс Pegas", незважаючи на еклектичну будову (кирилично-латинський запис), частково теж можна асоціативно пов'язати з конем (у грецькій міфології Пегас – крилатий кінь, що випив джерело, з якого пили воду музи, і яке давало натхнення поетам-співцям) [СУМ, т. 6., с. 107], адже автомобіль метафорично – це також "залізний кінь". Інші назви: "Оріон-Автолюкс" (Оріон – у давньогрецькій міфології беотійський велетень-красень, син Посейдона й океаніди Евріали [ШЕ, т. 4., 2013, С. 717]) мав би асоціативно вказувати на "обсяг люксових автопослуг", де бог Оріон – могутній велетень з надання автопослуг; "Тойота Центр Чернівці "Олімп Моторс" (компонент Олімп – найвища гора, на якій, за віруваннями стародавніх греків, жили боги [СУМ, т. 5., с. 690] – це, зрозуміло, вершина автосервісу (вказівка на якість виконуваних робіт).

Зазначимо, що назви міфотеонімічного ряду є популярними серед інших типів ергонімів міста Чернівці, правда, якщо порівнювати автоергоніми та фармаціоніми, то тут відсоток є дещо нижчим (1,9% проти 5,75 %).

#### Нетематичні автоергоніми.

Назва "СамДоДир" – рудимент радянського минулого, алюзія на російську казку у віршах Корнія Чуковського "Мойдодир" (укр. – "Мийдодір"), названу за іменем одного з її героїв, який сам відзначався чистотою та привчав до неї інших [Чуковський 2012]. Оскільки на автосервісі розташована автомийка з самообслуговуванням, то асоціативний зв'язок "мити самостійно до дірок (дуже ретельно)" тут є очевидним.

"Ферум" (< Fe (ферум, лат. ferrum) – залізо) – хімічний знак та хімічний елемент, речовина [Національний стандарт України 2019, с. 3.]. Тут маємо вказівку на метал як найміцніший та найтвердіший матеріал, з якого, до речі, і зроблені "залізні коні" – автомобілі.

Назва "ReZinka.ua" (мережа шиномонтажів по всій Україні) – опосередковано відображає не тільки вид діяльності, пов'язаний із вулканізацією за допомогою гуми, резини – 'еластичної речовини, яка не пропускає води, повітря і виготовляється шляхом вулканізації каучуку' [СУМ, т. 8, с. 487], а також є грою слів з жіночим ім'ям Zinka (демінутив із Зінаїда); третій компонент, ua, – домлене ім'я інтернет-сайту, яке розширює звичну рекламну функцію і за яким оперативного можна ознаямитись із пропозицією послуг та місцем (адресою) їхнього надання (пор. магазин телефонних аксесуарів у Чернівцях із назвою ax.com.ua).

Мотивація ергоніма "Скіф" – назви підприємства сфери автомобільного обслуговування – є дещо складною для пояснення, хоча тут можна говорити про асоціацію зі скіфами – кочовими племенами, тому автосервіс із цією назвою – це обслуговування автоперевізників (у певному розумінні – "кочівників").

Автоергонім "Соляріс" (< лат. solaris 'сонячний') можна мотивувати в руслі роману письменника-фантаста Станіслава Лема «Соляріс» (1961), який був перекладений більш ніж 30-ма мовами та мав великий вплив на розвиток світової фантастики [Лем 2007]. "Світлова" та "сонячна" конотації, отже, несуть позитивне семантичне забарвлення для всіх сфер людської життєдіяльності. Цей ряд автоергонімів можна підтвердити також назвами, наприклад, підприємства з виробництва автомобілів і тролейбусів "Solaris Bus & Coach" чи марки автомобіля "Hyundai Solaris". У цьому ж ключі можна пояснити й ергонім "Рассвет" (в перекладі українською мовою – "Світанок") як асоціацію з початком нового "світлого" дня.

Назва "Магніт" асоціюється з "притягувальною" силою магніту до автоклієнтів, яким необхідно надати відповідні послуги з ремонту автомобіля.

"Еврика" (українською *еврика*) – вигук, який приписують грецькому вченому Архімеду, коли він відкрив основний закон гідростатики. Вживається для вираження радості, задоволення з приводу якого-небудь відкриття, виникнення вдалої думки і т. ін. [СУМ, т. 2., с. 453]. Подібні вияви радості, на думку, власників автофірми мали б відчувати клієнти після якісного обслуговування.

"Banzai Avto Service" (в основі японське 万歳, бандзай 'десять тисяч років') – вітання-вигук у Японії, яким прославляли імператора. Зазвичай перекладається як "слава" або "хай живе" [Бусел 2005, VIII, с. 59]. Назва, як і попередня, має також вигуківий характер та виражає позитивні емоції захоплення, очевидно, з наданих послуг.

**Назви топографічні, локалізуючі** не охоплюють значної частини від усіх ергонімів, проте також наявні. Це 21 назва, що становить 10%. Семантично їх можна погрупувати на оніми, які вказують на країну ("Укршинторг", "Укр-Тест-Стандарт"); регіон ("ТзОВ «Буковина-авто», "Буковинський центр техогляду", "БУК ЛТД, автозапчастини в Чернівцях", "BukStarter"); місто ("Чернівецький автоцентр", "Шиномонтаж. Автосервіс в Чернівцях", "ТБК – АВТО, СТО в Чернівцях", "СТО. Автозапчастини Чернівці"), місцевість "Прут-авто" (за назвою річки, яка протікає через Чернівці), "Кемпінг Сервіс" (розташований у районі міста під назвою "Кемпінг").

#### Назви непрозорого походження та спонтанної мотивації.

Періодично трапляються оніми, мотивацію яких важко встановити або які є спонтанно мотивованими. Такі назви виділяємо в окрему групу. До них можемо віднести ергоніми-аббревіатури (українські та іншомовні): "НАК", "4VAG", "ТБК-АВТО", "М.Л. Сервіс", "Автоцентр "SKS" та ін.

Результати аналізу підтверджують, що частина ергонімів має подвійну мотивацію та таке ж подвійне семантичне навантаження, оскільки назви підприємств з обслуговування автомобілів складаються з кількох лексичних компонентів із різним (подвійним, а почасти – й потрійним) значенням навантаженням: “*LKW-СЕРВІС*”, “*GV Auto Service*”, “*Дизель-сервіс Pegas*” тощо.

Іншомовні назви, поряд із питомо українськими, є продуктивним способом творення цього типу ергонімів із метою, очевидно, виокремлення з-поміж зрозумілих назв і надання новоствореним назвам відтінку певного шарму, екзотичності та, ймовірно, якоїсь уявної, очікуваної престижності. Подібні іншомовні лексеми в назвах автомобільної тематики представлені досить широко. Щодо їхнього відображення, то тут спостерігаємо: а) назви нетранслітеровані (“*Clifford*”, “*Maximus*”, “*Hell-Mix*”); б) аббревіатури (“*RS Automotive*”, “*Автоцентр “SKS”*”); в) назви з іншомовним компонентом (“*Ніко Вест Авто*”, “*Екомоторс “Автоцентр Ford”*”, “*Тойота Центр Чернівці “Олімп Моторс”*”).

У цілої низки назв автомобільної тематики, крім усього, спостерігаємо порушення мовних норм, з-поміж яких виокремлюємо такі: нерегламентоване написання лекеми *сервіс* та інших компонентів складеної назви – окремо, разом, через дефіс (типу *service, servise, servis*); передавання назви з великої чи малої літери; лексичні помилки (типу: “*Автопокраска*”, де рос. *покраска* відповідає українському *фарбування*, “*Піскоструйні роботи*”, де *піскоструйний* – транслітероване рос.

*пескоструйний* (прикметник-покруч, українською правильно: *піскоструминний* [*піскоструйний* – словозміна]); “*СТО Roleks*” (добра мотивація: вказівка на чіткість та точність (швейцарський світовий бренд із виготовлення годинників Rolex) надавання послуг на станції технічного обслуговування (СТО), але помилковий орфографічний запис (має бути: Rolex).

**Висновки.** У цілому для ергонімів автомобільної тематики характерні ті ж риси, що й для інших онімів цього класу, проте характерною їхньою рисою є певна оригінальність, позначена почуттям гумору, дотепністю, місцевим та містечковим патріотизмом, колоритністю (на відміну, наприклад, від фармацевтиків, де в назві присутня чітка вказівка на тип закладу). В основному проаналізовані нами вище з погляду мотивації класифікаційні групи автоергонімів дозволяють стверджувати, що номінаційні процеси тут відбуваються досить творчо та продуктивно з певним дотриманням норм і принципів називання об’єктів з надання автомобільних послуг (автосервісів, станцій технічного обслуговування, автомайстерень, автокомплексів), власниками яких є приватні підприємці (ПП) та товариства з обмеженою відповідальністю (ТзОВ).

Оніми автомобільної тематики належать до досить продуктивних за кількістю утворень номінативних одиниць. Це багатий та цікавий пласт ергонімної лексики міста Чернівці, яка ще потребує своїх подальших досліджень з огляду на появу нових об’єктів такого типу та закріплення за ними доречно мотивованих, сподіваємося, назв.

### Література

1. «Формула-1». URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Формула-1>.
2. «Форсаж». URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Форсаж\\_\(серія\\_фільмів\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Форсаж_(серія_фільмів)).
3. Top Gear. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Top\\_Gear](https://uk.wikipedia.org/wiki/Top_Gear).
4. Автокосметика «Hi-Gear». URL: <https://drossel.ua/catalog/kosmetika/hi-gear/index.html>.
5. Англо-український словник – English-Ukrainian Dictionary. Близько 120000 слів: у 2-х томах / Уклад. М.І. Балла. Київ: Освіта, 1996. Т.1. С. 36.
6. Великий тлумачний словник сучасної української мови: 250000 / уклад. та голов. ред. В.Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. VIII. С. 1009.
7. Горожанов Ю. Ергоніми відомішого походження в комунікативному просторі міста Луцька: структурно-семантичні особливості / Ю. Горожанов // Волинь філологічна: текст і контекст. 2014. Вип. 17. С. 61–68.
8. Зимовець Г. Ергоніми банківської сфери в німецькій мові: семантичний і прагматичний аспекти. *Сер: Мовознавство*. 1(27) 2017. С. 131–135.
9. Лем Станіслав. Соляріс. Львів: «Кальварія», 2007. 198 с.
10. Національний стандарт України ДСТУ 2439:2018 «Хімічні елементи та прості речовини. Терміни та визначення основних понять, назви й символи». [Чинний від 01.10.2019.] К. : ДП «УкрНДНЦ», 2019. С. 3.
11. Піскоструйний – словозміна. URL: <https://goroh.pp.ua/Словозміна/піскоструйний>.
12. Ралі Дакар. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Ралі\\_Дакар](https://uk.wikipedia.org/wiki/Ралі_Дакар).
13. Словник української мови: в 11 т. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І.К. Білодіда. Київ: Наукова думка, 1970–1980.
14. Чуковський Корній «Мийдодір». Київ: Видавництво «Майстер-клас», 2012. 32 с.
15. Шевченківська енциклопедія: Т.4: М–Па : у 6 т. / Гол. ред. М.Г. Жулинський. Київ: Ін-т літератури ім. Т.Г. Шевченка, 2013. С. 717.
16. Шелбі Кедролл. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Кедролл\\_Шелбі](https://uk.wikipedia.org/wiki/Кедролл_Шелбі).

### References

1. «Formula-1» [Formula-1]. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Формула-1> [in Ukrainian].
2. «Forsazh» [Fast and Furious]. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Форсаж\\_\(серія\\_фільмів\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Форсаж_(серія_фільмів)) [in Ukrainian].

3. Top Gear [Top Gear]. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Top\\_Gear](https://uk.wikipedia.org/wiki/Top_Gear) [in Ukrainian].
4. Avtokosmetyka «Hi-Gear» [«Hi-Gear» car cosmetics]. URL: <https://drossel.ua/catalog/kosmetika/hi-gear/index.html> [in Ukrainian].
5. Anhlo-ukrainskyi slovnyk – English-Ukrainian Dictionary (1996) [English-Ukrainian Dictionary]. Blyzko 120000 sliv: u 2-kh tomakh / Uklad. M.I. Balla. Kyiv: Osvita, T.1. S. 36 [in Ukrainian].
6. Velykyi tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy (2005) [Large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language]: 250000 / uklad. ta holov. red. V.T. Busel. Kyiv; Irpin: Perun, VIII, S. 1009 [in Ukrainian].
7. Horozhanov Yu. (2014) Erhonimy vidonimnoho pokhodzhennia v komunikatyvnomu prostori mista Lutsk: strukturno-semantychni osoblyvosti [Ergonomics of a well-known origin in the communicative space of Lutsk: structural and semantic features]. Volyn filolohichna: tekst i kontekst. Iss. 17. P. 66 [in Ukrainian].
8. Zymovets H. (2017) Erhonimy bankivskoi sfery v nimetskii movi: semantychni i prahmatychni aspekty [Ergonims of the banking sector in the German language: semantic and pragmatic aspects]. Ser: *Movoznavstvo*. 1(27). S. 131–135 [in Ukrainian].
9. Lem Stanislav. (2007) Soliaris [Solaris]. Lviv: «Kalvariia», 198 s. [in Ukrainian].
10. Natsionalnyi standart Ukrainy DSTU 2439:2018 «Khimichni elementy ta prosti rehovyny. Terminy ta vyznachennia osnovnykh poniat, nazvy y symvoly» (2019) [National Standard of Ukraine DSTU 2439: 2018 «Chemical elements and simple substances. Terms and definitions of basic concepts, names and symbols»]. [Chynnyi vid 01.10.2019.] Kyiv: DP «UkrNDNTs», S. 3 [in Ukrainian].
11. Piskostruinyi – slovozmiana [Sandblasting – word change]. URL: <https://goroh.pp.ua/Словозміна/піскоструйний> [in Ukrainian].
12. Rali Dakar [Dakar Rally]. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/wiki/Парі\\_Дакар](https://uk.wikipedia.org/wiki/wiki/Парі_Дакар) [in Ukrainian].
13. Slovnyk ukrainskoi movy: v 11 t (1970–1980) [Dictionary of the Ukrainian language: in 11 vols]. / AN URSSR. Instytut movoznavstva; za red. I.K. Bilodida. Kyiv: Naukova dumka, [in Ukrainian].
14. Chukovskyi Kornii. (2012) Myidodir [Wash ‘em clean]. Vydavnytstvo «Maister-klas», 32 s. [in Ukrainian].
15. Shevchenkivska entsyklopediia: T. 4: M–Pa: u 6 t. (2013) [Shevchenko’s encyclopedia: Vol. 4: M – Pa: in 6 volumes] / Hol. red. M.H. Zhulynskiy. Kyiv: In-t literatury im. T.H. Shevchenka, S. 717 [in Ukrainian].
16. Shelbi Kerroll [Shelby Carroll]. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Керролл\\_Шелбі](https://uk.wikipedia.org/wiki/Керролл_Шелбі) [in Ukrainian].

#### AUTOERGONIMS IN THE ONYM PICTURE OF THE CITY (ON THE EXAMPLE OF NAMES OF AUTOMOBILE OBJECTS OF CHERNIVTSI CITY)

**Abstract.** The article deals with lexical and motivational features, an attempt is made to classify automotive topics in Chernivtsi. The research is aimed by the need to study the names of Chernivtsi enterprises providing automotive services as an important component of ergonomics in the onomastic view of the city. The purpose of the research is to clarify and characterize the semantic and motivational features of the names of objects for the provision of automotive services; identify trends and communication strategies for naming enterprises in the field of automotive services; analyze the observance of language norms in names and indicate the features of the structure of this type of names. Research methods are predetermined by its goals and objectives. The following methods are used in the work: descriptive, analytical, semantic-motivational, component analysis, classification, elements of statistical and method of quantitative calculations. The scientific novelty of the work is that for the first time the names of automotive sphere in Chernivtsi were analyzed as part of the ergonomic picture of the city in terms of semantics, motivation, structure, adherence to linguistic norms in the modern chronological section.

The main task of the article is to analyze the names of automotive sphere in Chernivtsi as an important component of the ergonomic picture of the city in terms of semantics, motivation, structure, compliance with language norms.

Brief results and conclusions. We can summarize that some ergonims have a double motivation and the same double semantic load, because the names of car service companies consist of several lexical components with different (double or even triple) meaning. A productive way to create this type of ergonims in order to obviously distinguish between understandable names and give the newly created names a shade of a certain charm, exoticism and, probably, some imaginary prestige are foreign words, which are widely represented in the names of automotive topics. Seven main lexical-motivational groups of automotive ergonims have been identified, the names have been analyzed in terms of the specifics of their formation and functioning, semantic analysis, systematization, motivation, nomination, compliance with language norms.

**Keywords:** Names of automobile sphere, ergonims, autoergonims, ergonomics, onomastics, linguistics, Ukrainian language, Chernivtsi.

© Бабух Н., 2021 р.

**Надія Бабух** – аспірантка кафедри історії та культури української мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, викладач кафедри суспільних наук та українознавства Буковинського державного медичного університету, Чернівці, Україна; [skoromovk@gmail.com](mailto:skoromovk@gmail.com); <https://orcid.org/0000-0001-9003-8958>

**Nadia Babukh** – PhD student of the Department of History and Culture of Ukrainian Language at the Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University; teacher of Department of Social Sciences and Ukrainian Studies of Bukovinian State Medical University, Chernivtsi, Ukraine; [skoromovk@gmail.com](mailto:skoromovk@gmail.com); <https://orcid.org/0000-0001-9003-8958>