

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЭРГОНИМОВ Г. МАКЕЕВКА

А.Е. Жуков,
научный руководитель И.А. Кудрейко
Украина, г. Донецк,
Донецкий национальный университет

Эргонимы стали неотъемлемой частью современного языкового пространства. На сегодняшний день эргонимы представляет отдельную самостоятельную систему онимов, в которой реализуются некоторые тенденции, свойственные современному русскому языку и современной коммуникации в целом. В частности, это антропоцентризм, языковая мода на заимствование, изменение общей языковой культуры, которая проявляется в осознанном и неосознанном нарушении словообразовательных и орфографических норм, стремление к экономии речевых средств выражения, к языковой игре, экспрессии и т.д.

Цель работы – сбор и систематизация эргонимов г. Макеевка, определение их лексико-семантических типов. *Цель предполагает решение следующих задач:* 1) проследить эволюцию взглядов ученых на исследуемую проблему; 2) определить значение термина «эргоним» как особого вида имен; 3) собрать и систематизировать эргонимы г. Макеевка (фактический материал для исследования).

Масштабное развитие отечественной экономики спровоцировали появление большого количества предприятий различного функционального профиля (деловых объединений людей, коммерческих объектов, культурных, спортивных учреждений и т.д.). Вполне логично, что каждое из них требует своего названия - эргонима. Такие названия становятся все более разнообразными, важными и неотъемлемыми в современной речи: литературной, рекламной, народно-бытовой [6, с. 151].

Сегодня в эргонимии наблюдаем «номинационный взрыв», своеобразный «эргонимный бум» (Т. Романова, С. Шестакова), вызванный развитием экономических отношений, а следовательно, и возникновением большого количества различных фирм, организаций, и предоставление им собственного эргонима. В работах по эргонимии ученые анализируют преимущественно лексико-семантическую сторону соответствующих единиц (статьи З. Бузины, И. Долгачова, Л. Дубровина, Ю. Карпенко и др.).

В ономастической литературе впервые дала определение термина «эргоним» Н. Подольская. Исследовательница отметила, что «эргоним – это собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, учреждения, кружков» [7, с. 66].

Большинство ученых считает, что эргонимы занимают промежуточное место между топонимами и соционимами. Такого мнения придерживается, например, А. Суперанская. Она отмечает, что «из-за своей привязанности к месту эргонимы сближаются с топонимами, а благодаря связи с профессионально объединенными группами людей – с обозначением коллективов – соционимами» [7, с. 65]. По мнению Б. Бучиной, эргонимы – «это условный термин для обозначения объединенных названий различных социальных групп людей, а именно – международных, государственных, общественных, кооперативных и др.» [7, с. 67]. К этой группе она относит и названия производственных организаций (учреждений), а близость эргонимов к топонимам исследовательница видит в их соотношении с названиями помещений. Учитывая то, что некоторые объекты эргонимов и номинации соотносятся с рядом отдельных понятий (эргонимы обозначают и людей, и помещения, и деятельность). А. Суперанская предлагает считать такие названия учреждений, сообществ, объединений, органов периодической печати компаний и т.д. комплексными эргонимическими объектами.

Итак, под эргонимом понимаем собственные названия коммерческих предприятий, учреждений, союзов и т.п., которые занимают промежуточное место между топонимами и соционимами. В нашей работе мы исследовали эргонимы г. Макеевка.

Макеевка – один из промышленных городов Украины, площадью 425,7 кв.км. с населением 429,4 тыс. Город расположен в юго-восточной части Украины в пределах 48 северной широты и 38 восточной долготы, в 13 км от областного центра г. Донецк. Изучению эргонимии Донбасса посвящены работы таких лингвистов, как Е. Отин, Г. Лукаш, Б. Моторина и др. [4, с. 156].

Следует отметить, что большинство ученых выбирает ведущей темой исследования семантическую классификацию эргонимов. Наше исследование посвящено рассмотрению типологии эргонимов на лексико-семантическом уровне.

Особое внимание уделено классификации названий по источникам возникновения: 1) эргонимы отонимного происхождения; 2) эргонимы отапельятивного происхождения.

Образующей базой эргонимов *отонимного происхождения* чаще всего выступают антропонимы. В Макеевке производной основой подобных эргонимов выступают имена, отчества владельцев предприятий: «*Диана*», «*Елена*», «*Марина*», «*Кузьмич*», «*Элли*» и подобные. *Отантропонимные эргонимы* г. Макеевка представлены собственными украинскими фамилиями: «*Беденко*», «*Бондарчук*», «*Малинович*» и др., а также иноязычными: «*Роксолана*», «*Маркович*», «*Клеопатра*». Также производной основой названий предприятий выступают общеизвестные имена, фамилии исторических лиц и других известных личностей: «*Мономах*», «*Щирак*», «*Король*», «*Ковчег*» и др. Широко используется иноязычная форма имени: «*Алекс*», «*Брюс*», «*Давид*» и т.д. [1, с. 56].

Среди топонимических названий, функционирующих как названия предприятий, в отдельную группу следует выделить гидронимы: «*Днепр*», «*Рось*», «*Калька*», «*Лыбидь*». Характерно, что среди гидронимов, которые выступают названиями предприятий, не зафиксировано ни одного названия озер и морей.

Весьма продуктивным источником наименований является мифология. Так среди названий мифологического происхождения выделяем лексемы для обозначения мифических объектов: «*Олимп*»; богов: «*Аид*»; персонажей: «*Феникс*», «*Пегас*», «*Валькирии*» и др.

Эргонимы отапельятивного происхождения чаще всего отражают характер деятельности предприятий: «*Интерфарм*», «*Сорбус*», «*Алмаз*», «*Нова Люкс*», «*Новый Мир*», «*Перекатиполье*» и др. [2, с. 14]. Специфика эргонимов отапельятивного типа заключается в том, что эти названия отражают реальные явления или реальные черты того или иного объекта. [6, с. 65].

Не менее важное место занимает лексика рекламного характера, направленная на возникновение определенных ассоциаций, которые, в свою очередь, обуславливают соответствующие действия со стороны потребителей, клиентов, посетителей: «*Бест*» (с англ. – лучший), «*Ni-Fi*» (высшая качество), «*Берегиня*» и другие.

Полное психологическое воздействие имеют названия с элементом «+», который представлен в буквенной или знаковой форме: «*Люкс +*», «*2000+*», «*Плюс*». Знак имеет определенное визуальное влияние на человека и дает установку на дополнительные предложения [5].

Итак, эргонимы – неотъемлемые элементы ономастической системы несмотря на имеющиеся противоречивые утверждения об их лингвистическом статусе – приближению к топонимам, соционимам, товарным знакам.

Эргонимы, безусловно, относятся к классу имен, поскольку им присущи такие признаки, как соотнесение с единичным денотатом, дифференциация одинаковых вещей, наличие трех аспектов значения – доономастического, отономастического, пос-

тепленная потеря этимологического значения, особенности акта наименования, специфика написания, актуализация в речи, зеркалирование в сознании в виде представлений, а не понятий в отличии от общих названий.

Таким образом, следует отметить, что большинство названий избирается случайно. Однако, создание названий требует ответственности и внимания со стороны вещателей, которые выбирают различные источники их создания, чтобы названия не приобретали каких-то негативных ассоциаций или не наносили неудобства при использовании.

Изучение эргонимов является неотъемлемой составляющей для дальнейшей разработки теории имен. Перспективы дальнейших исследований заключаются в углубленном и полном рассмотрении номинации предприятия различных отраслей, систематическом наблюдении иностранных названий, эргонимов с заимствованными элементами.

Литература

1. Карпенко Ю.А. Специфика ономастики // Русская ономастика: сб. науч. трудов. Одесса, 1984. С. 3-16.
2. Кутуза Н.В. Структурно-семантические модели эргонимов // Записки из украинского языкознания. Вып. 13. Одесса: Астропринт, 2003. С. 91-95.
3. Микина А.Г. Номинационные процессы в современной европейской эргонимии: Автореф. дис. канд. филол. наук. Донецк, 1993. 21 с.
4. Отин Е.С. Из истории русской эргонимии // Избранные труды по языкознанию. Донецк: Донбасс, 1999. Т.2. С. 155-166.
5. Полосина М. Особенности наименований предприятий г. Донецка и г. Макеевки. [Электронный ресурс]. URL:<http://litmisto.org.ua/?p=7808>.
6. Сидоренко А.Н. Номинационные процессы в полилингвальной эргонимии Донетчины. дис... канд. филол. наук. Донецк, 2013. 210 с.
7. Соколова Л.Н. Типы мотивированности эргонимов (на материале эргонимия М. Киева) // Языкознание. 1993. № 6. С. 65-69.
8. Справочник предприятий г. Макеевка. [Электронный ресурс]. URL: <http://mayak-makeevki.in.ua/catalog/magaziny-makeevka.html>.

ВЫСШИЕ УЧЕБНЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

Н.И. Иванова,
научный руководитель П.В. Криночкин
Россия, г. Екатеринбург,
Уральский гуманитарный институт

В настоящее время отсутствует единое определение сущности конкурентоспособности ВУЗа и образовательной услуги. Это объясняется следующими причинами:

- в условиях рыночной экономики высшее учебное заведение выступает как производитель смешанного блага, поэтому определения конкурентоспособности, используемые в товарном производстве, в образовании не приемлемы;
- в отличие от товарного рынка в результате социальной значимости образования отсутствуют экономические последствия неконкурентоспособности учебного заведения и образовательной услуги;
- высшее образование находится под контролем государства, которое институционально и экономически оказывает влияние на рынок образовательных услуг, а значит, на конкурентоспособность вузов и предоставляемых ими услуг;