

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



НАУКОВИЙ ВІСНИК МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:
ФІЛОЛОГІЯ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 74

Том 1



Видавничий дім
«Гельветика»
2025

Збірник включено до категорії «Б» Переліку наукових фахових видань України зі спеціальності В11 «Філологія» на підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 1471 від 26.11.2020 р. (додаток 3).

Видання включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus International (Республіка Польща)

Серію засновано у 2010 р.

Засновник – Міжнародний гуманітарний університет

Друкується за рішенням Вченої ради Міжнародного гуманітарного університету
протокол 3 від 22.09.2025 р.

Видавнича рада:

С.В. Ківалов, акад. АПН і НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – голова ради; **А.Ф. Крижановський**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – заступник голови ради; **М.П. Коваленко**, д-р фіз.-мат. наук, проф.; **С.А. Андронаті**, акад. НАН України; **О.М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **М.З. Згуровський**, акад. НАН України, д-р техн. наук, проф.; **В.А. Кухаренко**, д-р філол. наук, проф.; **Г.П. Пекліна**, д. мед. наук, проф.; **О.В. Токарев**, Засл. діяч мистецтв України.

Головний редактор серії: доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри прикладної лінгвістики Національного університету «Одеська юридична академія» **М.В. Мамич**.

Редакційна колегія серії «Філологія»:

С.В. Голик, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської філології, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»; **І.І. Дмитрів**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української літератури та теорії літератури, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка; **М.І. Зубов**, доктор філологічних наук, професор кафедри германських та східних мов, Міжнародний гуманітарний університет; **А.А. Кісельова**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики, Національний університет «Одеська юридична академія»; **А.П. Ладиненко**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов № 2, Національний університет «Одеська юридична академія»; **Г.В. Савчук**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу та мовознавства, Міжнародний гуманітарний університет; **Ю.О. Томчаковська**, кандидат філологічних наук, доцент, в.о. зав. кафедри іноземних мов № 2, Національний університет «Одеська юридична академія»; **О.В. Шевченко-Бітенська**, кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов № 1, Національний університет «Одеська юридична академія»; **О.К. Гадомський**, доктор філологічних наук, доктор габілітований гуманітарних наук в області мовознавства (Варшавський університет), професор, завідувач кафедри білоруських та українських досліджень, Інститут славістики, Опольський університет (Ополе, Польща).

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

Повне або часткове передрукування матеріалів, виданих у збірнику
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету»,
допускається лише з письмового дозволу редакції.

При передрукуванні матеріалів посилання на
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету» обов'язкове.

Суб'єкт у сфері друкованих медіа – Міжнародний гуманітарний університет
(Фонтанська дорога, буд. 33, м. Одеса, 65009, e-mail: mgu_rektorat@ukr.net. Тел.: +38 (048) 719-88-38).

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих медіа: Рішення Національної ради України
з питань телебачення і радіомовлення № 1551 від 09.05.2024 року (ідентифікатор медіа – R30-04398).

Адреса редакції:
Міжнародний гуманітарний університет, офіс 502,
вул. Фонтанська дорога, 33, м. Одеса, 65009, Україна,
тел. (+38) 099-547-85-90, www.vestnik-philology.mgu.od.ua

© Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.
Серія: «Філологія», 2025
© Міжнародний гуманітарний університет, 2025

Лахно Н. В.,*кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри української мови**Київського столичного університету імені Бориса Грінченка**<https://orcid.org/0000-0002-5741-463X>*

ВІДТОПОНІМНІ УТВОРЕННЯ В ЕРГОНІМІКОНІ МІСТА КИЄВА

Анотація. Стаття присвячена розгляду особливостей продукування відтопонімних ергонімів міста Києва. Проаналізовано семантичні типи мотивів. Наголошено на тому, що серед ергонімізованих топонімів переважають назви організацій, підприємств, навчальних та розважальних закладів. Установлено, що основами-мотиваторами є астіоніми, сувероніми, урбаноніми (годоніми, кварталоніми), континентоніми, гідроніми, ороніми, райононіми, катойконіми, регіононіми, ойкодоніми, комоніми, міфотоніми та вигадані топоніми. Визначено ієрархію семантичних чинників, що впливають на реалізацію їхніх дериваційних можливостей. З'ясовано, що більшість похідних мотивують одиниці київського топонімікону або такі, що вказують на державну приналежність закладів, оскільки зазначені номінації виконують переважно інформативну функцію, географічно індекуючи об'єкт.

Установлено, що ергоніми на позначення об'єктів, що перебувають за межами Києва та нашої країни, виконують сугестивну функцію, створюючи асоціації з традиціями або авторитетом певного регіону, міста або країни.

Акцентовано увагу на тому, що досліджувані ергоніми утворені переважно лексико-синтаксичним способом, тобто є лексикалізованими словосполученнями. Зроблено висновок про те, що домінують багаточленні назви (з 4 і більше компонентами) та двокомпонентні похідні. Визначено, що поширеним способом творення відтопонімних ергонімів є трансонімізація, тобто використання для найменування об'єктів онімів інших розрядів. З'ясовано, що значну кількість лексем утворено шляхом аббревіації та словоскладання. Установлено, що переважають складовословесні аббревіатури. Зафіксовано також поодинокі назви, що є складовими та мішаними аббревіатурами, а також мотивати, утворені шляхом основоскладання.

Визначено графічні засоби, що сприяють реалізації рекламної функції ергонімів, а саме: експресивна орфографія, використання латиниці для українських слів та кирилиці для запозичених, графогібридизація (використання подвійної графіки (кирилиці та латиниці)), графічні ігри. Також спостерігаємо такі прийоми як: оказіональне словотворення з відхиленням від орфографічних норм, римунвання та ретрономіацію, орієнтовану на дорадянський період.

Ключові слова: трансонімізація, лексико-синтаксичний спосіб, мотиваційна структура, дериваційна база, мотиват, відтопонімні похідні, ергонім.

Постановка проблеми. Не зважаючи на те, що словотвір є доволі дослідженим розділом мовознавства, питання про деривацію ергонімів ще не є розв'язаним. Аналіз способів їх продукування має виняткове значення для лінгвістів, оскільки дає змогу з'ясувати особливості міської номінації та виявити специфіку мовної картини мешканців певного міста або регі-

ону. Особливу увагу привертають відтопонімні утворення, які відображають ідентичність та самосприйняття мешканців і впливають на розвиток міської культури.

Аналіз досліджень. У сучасній лінгвістиці переважають праці з регіональним підходом до вивчення ергонімів (роботи О. О. Беля, Ю. І. Дідур, Н. В. Кутузи, Н. М. Лесовець, О. М. Сидоренко, М. М. Цілини, С. О. Шестакової та ін.). Дослідження зазвичай зосереджені на лексико-семантичних і структурних класифікаціях ергонімів та вивченні їхніх функцій. Деякі з них присвячені аналізу інструментарію продукування нових ергонімів (Г.В. Зимовець, О. О. Дудка, В. Д. Пономаренко, Л. П. Летюча, В. В. Дубчак, О. О. Белей, М. М. Цілина), але на сьогодні не вивчено способи творення відтопонімних ергонімів столиці України.

Мета статті – з'ясування основних механізмів ергонімізації топонімів. Об'єктом роботи є відтопонімні ергоніми міста Києва. Предметом дослідження є принципи, стратегії, способи номінації об'єктів та особливості їх функціонування.

Виклад основного матеріалу. Як свідчить опрацьований фактичний матеріал, серед ергонімів міста Києва переважають відтопонімні та відантропонімні утворення. Ергоніми, мотивовані топонімами, є другою за чисельністю групою в ергоніміконі міста Києва. Вони називають державні, приватні підприємства та громадські організації, заклади надання послуг проживання, навчальні заклади, заклади розваг (кав'ярні, ресторани, паби, нічні клуби, культурно-розважальні центри, кінотеатри, парки), об'єкти торгівлі (крамниці, бутики, супермаркети, торговельні центри тощо), об'єкти надання медичних послуг, перукарні та салони краси, а також культурно-освітні та науково-дослідні заклади.

Як видно з діаграми (рис. 1), відтопонімні ергоніми позначають переважно організації, підприємства, навчальні та розважальні заклади. Зазначену закономірність спостерігаємо ще з радянських часів (а подекуди й раніше): зазвичай, установи номінували за місцем їхнього створення або діяльності. Такі назви легко впізнавані, ураховують юридичні потреби організацій і підприємств та викликають асоціації з певними місцевими традиціями.

Дериваційною базою для таких утворень виступають різні види топонімів (рис. 2).

Як видно з діаграми, астіоніми (назви міст) продукують найбільшу кількість мотивів – 38,8%. Закономірним видається те, що 30,9% таких ергонімів мотивовані топонімом *Київ*. Цей компонент переважно визначено в назвах підприємств, організацій, навчальних закладів та готелів. Наприклад: «*Київська міська рада*», *кіностудія «Київнаукфільм»*, *птахофабрика «Київська»*, «*Київавтодор*», «*Київводоканал*», «*Київміськбуд*»,

«Київський військовий млин», служба таксі «Київ»; початкова школа «Київські каїтани», «Київський міський медичний коледж», «Київська Академія прикладних мистецтв», «Київський університет культури»; «Mercure Kyiv Congress», «Kyiv Railway Station», «Kyiv City Center», «Hotel Kyiv», «Heart Kyiv Apart-Hotel», «Premier Palace Hotel Kyiv», «Hyatt Regency Kyiv» тощо.

Також лексеми «Київ», «київський» зафіксовано в складі похідних, що є номінаціями: закладів культури – «Київський національний академічний театр оперети», «Київський драматичний театр на Подолі», «Київська опера», «Київський планетарій», «Музей історії міста Києва», «Музей окупації Києва» тощо; магазинів – «Ванна Київ», «Київ Меблі», «Київ-хліб», «Київліза», «Київський ювелірний завод», «Київ Саміт-Книга» та ін.; закладів харчування – ресторани «Київ», «Київський», «Київська реберня», «Старокиївський», розважального центру «Київський Дворик».

Назви інших міст, як українських, так і закордонних, також можуть бути дериваційними основами (7,9%). Серед еронімів

цієї групи домінують назви ресторанів та організацій, наприклад: ресторани – «Одеса-мама», «Львівські плячки», «Львівська реберня», «Львівська майстерня шоколаду», «Верховина», «Абу-Дабі», «Sanpaolo», «Тбілісо», «To Dublin», «Пекін», «Клайпеда», «Лондон», «Амстер Дамстер», «Прага», «Флоренція», «Бейрут», «Піцерія Верона», «Белград», кондитерський дім «Ля Рошель», «Париж Дакар», «Бейрут Експрес», «Царьград» «Барселона», «Троя», «Братислава», «Стара Вена», «Луксор», «Варадеро», «Харбін», кав'ярні – «London Coffee», «Chicago 44», «Прага», «Краків», «Віденські Булочки»; організації – «Вінницьке земляцтво у місті Києві», «Івано-Франківське земляцтво в Києві», «Львівське товариство в Києві», «Міжнародний благодійний фонд інвалідів Чорнобиля», «Луганська екологічна ініціатива», санаторії – «Полтава», «Славута».

Подекуди мотивати цієї групи можуть номінувати: магазини – «Камерон», «Житомирська м'ясна гільдія», «Хлібна Лавка», «Полтавський мед», готелі – «Hotel Krakow», «Bratislava», «Верховина», «Aleksandria Hotel», кінотеатри – «Краків», «Лейпціг»,

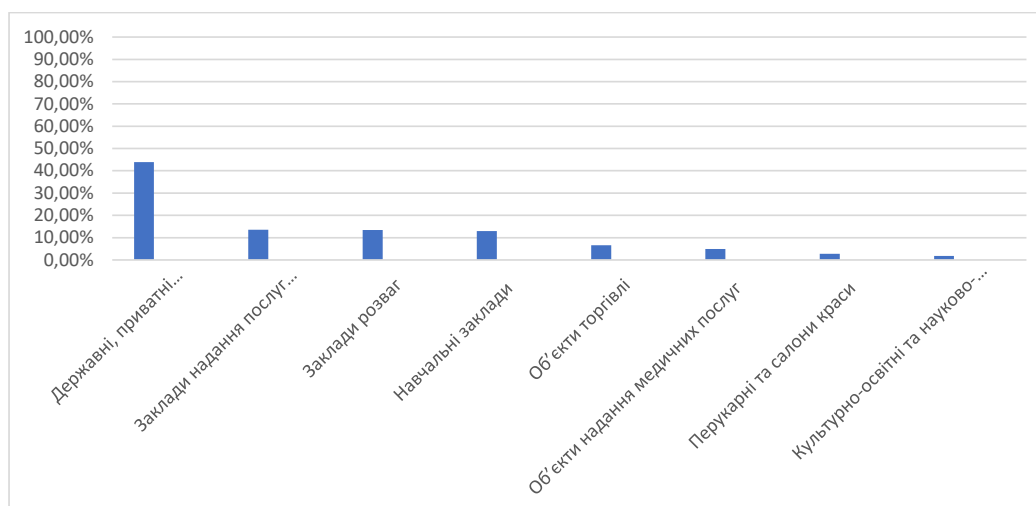


Рис. 1. Відтопонімі мотивати

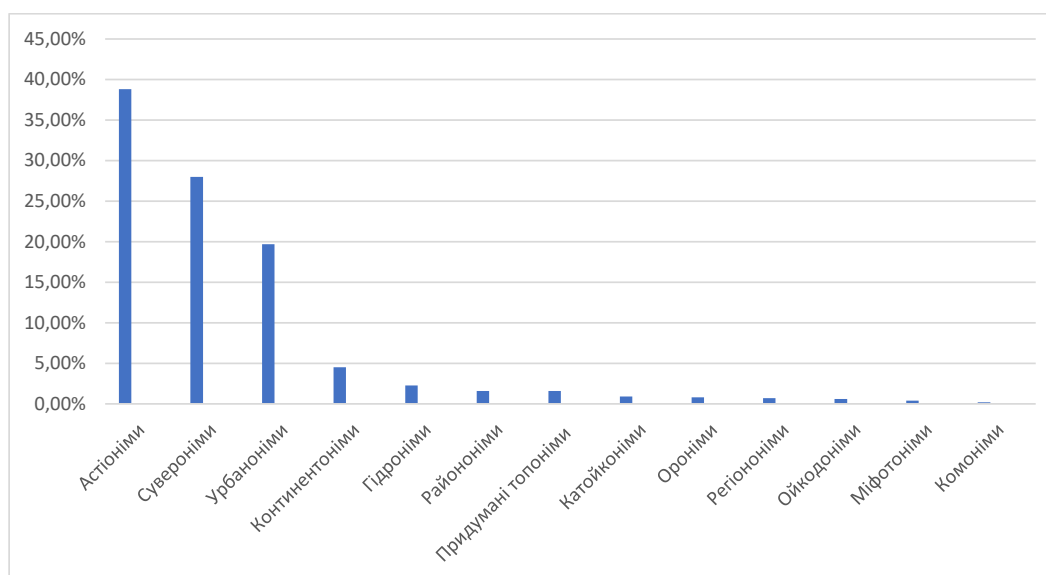


Рис. 2. Твірні

«Флоренція», службу таксі «Марсель» та салони краси – «Beauty Bar London», «Верона», «Марсель».

На другому місці за дериваційною активністю перебувають сувереноніми (назви незалежних держав) – 28%. Похідні переважно (25% з 28%) називають підприємства та організації. У більшості ергонімів цієї групи зафіксовано відтопонімний компонент «Україна» («український»): «Фазотрон-Україна», «Філіп Морріс Україна», «Українська Броня», «Українська кіноасоціація», «Укрбудінвестбанк», «Укрспирт», «Нафтогаз України», «Укрзалізниця», «Організація ветеранів України», «Інститут біохімії НАН України», «Преса України», «Музична Україна», служба таксі «Україна», кінотеатр «Київська Русь» та ін. Також похідні з цим компонентом називають: навчальні заклади – «Український коледж ім. В.О. Сухомлинського», «Міжнародна українська школа», гімназія «Київська Русь»; магазини – «Українська історична книга», «БТЛ-Україна», універмаг "УКРАЇНА", «УКР-ПРОДУКТ»; готелі – «Україна», «Ukraine», «Русь»; ресторани – «Русь», «Київська Русь», «Українські Страви» тощо.

Сувереноніми, що позначають інші країни, стають переважно мотиваторами ергонімів на позначення закладів харчування: ресторани – «Монако», «Китайський привіт», «Італія», «Georgia», «KITA!», «Грузинський дворик», «Італійська Редакція», «Turkish House Lounge Grill», «Вагарішанат», «Даріалі»; кафе «Тайський Привіт», кав'ярня-бар «Cuba Coffee Brew», піцерії – «San Marino», «La Gelateria Italiana», «Italist Pizza Pasta Bar» та ін. Зрідка вони мотивують ергоніми, що є назвами магазинів – «ІНДІЙСЬКИЙ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН», «ШВЕДСЬКА МАРКА», «Italy foods», «Норвегія», «English home», «Раффіні – французька випічка», «Узбецький стиль»; навчальних закладів – «Британська міжнародна школа», спеціалізована школа №94 «Еллада», «Французький ліцей імені Анни Київської», «Міжнародна американська школа і університет»; розважального центру «Американська ігровека» та салону краси «Китайський привіт».

Третьою за чисельністю групою топонімів, що мотивують ергоніми міста Києва, є урбаноніми (назви міських об'єктів), які складають 19,7%. Серед них зафіксовано 10,3% кварталонімів (найменувань окремих районів, мікрорайонів, житлових масивів, кварталів та інших частин міста) та 9,3% годонімів (назви вулиць). Переважно дериваційною базою стали урбаноніми, що називають міські об'єкти Києва. Кварталоніми зазвичай мотивують назви на позначення підприємств – «Борцагівський хіміко-фармацевтичний завод», автостанція «Видубичі», «Дарницька ТЕЦ», «Пивзавод на Подолі», «Райкоф-Дарниця», служба таксі «Лівобережна» тощо; готелів – «Міні-готель на Лук'янівці», «Бутік-готель Воздвиженський», «Нивки», «Денні Апартаменти на Лівому березі», «Pechersk House», «Hotel Obolon», «ГОЛОСІЄВО» тощо; перукарень та центрів краси – «Frisor barbershop на Лук'янівці», «Подільська циркульня», «Сирецький Циркульник», «Мар'яж в Деснянському районі», «Nateo Дарниця», «Подільський», закладів освіти – ліцеї № 241 «Голосіївський», № 172 "Нивки", №100 «Поділ», «Оболонь», «Квітка Оболоні», «НОВОПЕЧЕРСЬКА ШКОЛА», «КИЄВО-ВОСКРЕСЕНСЬКИЙ», школи «Оболонь», «Русанівка», гімназія «Троещина» та ін. Також зафіксовано номінації: магазинів – «Рибка на Троещині», «Феофанівський», «Подільська гуртова база», «Оболонь», «Печерський ринок», «Пуца-Водиця», «Медтехніка Почайна», «Медтехніка Нивки» та ін.; закладів харчу-

вання – ресторани «Мама Манана Подільська», «Carpaccio на Осокорках», «NIVKI-HALL», «Дніпровський», «Пуца», «Пріорка» тощо та розважальних закладів – Палац культури «Дарниця», «Театр на Солом'янці» тощо. Подекуди мотиватори позначають райони або частин інших міст: ресторани – «Прованс», «Бруклін», готелі – «Self Check-in Apartments Manhattan»; «Manhattan High Line Apart»; перукарні – «Мангеттен», «Голівуд» «Сан-Тропе», розважальний центр «Аркадія», організація «Бруклін» тощо.

Годоніми насамперед мотивують ергоніми, що є назвами готелів: «Міні-отель на Електротехнічній 18», «Partner Guest House Velyka Vasylkivska», «Home-Hotel Apartments on Maidan Nezalezhnosti», «Square Ibis Kyiv Beresteiska», «DayFlat Apartments Khreshchatyk», «Apartments Near Khreshchatyk-Absolut», «Maidan Area Hotel Service Predslava on Antonovicha Street», «Idea Design Apart-Hotel Prorizna», «Mini Hotel on Demiivska», «Bessarabka Apartments», «Apartment on Raisy Okipnoi 5», «Studiia na Beresteiskoi», «Хрещатик» та ін. Лише зрідка вони є дериваційною основою для назв магазинів – «Раки на Бережанський», «Продуктовий магазин на Олексі Тихого», «Продуктовий магазин на Драгоманова», ТЦ «ГЛИБОЧИЦЬКИЙ», ринок «Севастопольський», «Волинська оптова база», «Сенс на Хрещатику», магазин «Solomians'kyi Market»; розважального центру «Парк Закревського періоду» та організацій – «Деміївський снарядний завод», комерційний банк «Хрещатик», благодійний фонд «Андріївський узвіз» та ін.

Континентоніми (назви частин світу), що складають 4,5%, найчастіше виступають словотвірною базою для ергонімів на позначення організацій, наприклад: «Східно-європейський банк», «Євразія», видавництво «Схід-Захід», «Єврол», «Європарк», «Євразіон Інтер Трайд», «Єврохім», «Центр Європи», «Норд-агро», МТС «Південна» або навчальних закладів: «Європейський університет», «Європейський ліцей», «Європейський колегіум», ліцей «АТЛАНТИКА», початкова школа «АТЛАНТИКА», дитячий садок «Європейський садочок». Подекуди вони є назвами ресторанів – «Євразія», «Кавказьке вогнище», «Asia Bar & Grill», «Азія», «Asia Cafe», «Indokitai», «Kaxemi», магазину «Схід», готелю «Європейський» та перукарні «Європерукарня». Як бачимо, домінують назви з елементом євро-.

2,27% складають похідні, утворені від гідронімів (назви водних об'єктів): навчальні заклади – ліцеї «Синьоозерний», «Вирлиця», «Золоче», «Славутич» (якщо мається на увазі давньослов'янська, українська та козацька назва річки Дніпро), «Либідь»; ресторани – «Хуторець На Дніпрі», «Жовте Море», «Дніпровська Рив'єра», «Дніпро», «Веранда на Дніпрі», «Чорне море», «Парус на Десні», «Туса», кафе – «Касній», «Дача на Десні», «Десна»; готелі – «Дніпро», «Stylish Panoramic Apartments Dnipro Sail Riverside», кінотеатр «Дніпро», видавництва – «Дніпро», «Либідь»; підприємства – «Банк Кредит Дніпро», «ФІТ Дніпро», «Дніпровський круг», «Дніпро-ПМК», фірми «Десна», «Дніпро-Інвест», фітнес-парк «Озеро Лебедине» тощо.

Мотивати, утворені від вигаданих топонімів (1,6%) (до складу входять ергонімні терміни) зазвичай називають дошкільні заклади освіти або магазини, характеризуючи їх як особливу дитячу територію: заклади освіти – «РЕСПУБЛІКА КІДС», «Epiland», «Ігроленд», «Lady Land», «Маняня-Сімі», «DREAM LAND», «JOY LAND», «Respublika Park», «Книголенд», «Країна дитинства», «Kinder Land», «Minipolis», «Маленька Європа», «Євроленд», «Кідс парк», дитячий мага-

зин «KIDS REPUBLIK», зоопарк «Країна сновіть». Також зафіксовано деякі похідні, що номінують магазини для дорослих: «Ювелірний острів», «Взуттєва країна» тощо.

Словотвірні потенції райононімів (назви адміністративних частин країни: автономії, області, району, округу) схожі – 1,6%: організації – «Арізона», «Буковинське земляцтво», «Донбас-холдінг», «Азовбуд», «Земляцтво Херсонщини»; перукарня «California Sun», магазини – «Авіація Галичини», «Мед із Сумщини»; ресторани – «Кримський татарин», «Кримський дворик», «Колхіда», «Тоскана», бари «Tennessee», «Montana», готелі – «Alabama», «Alaska», «Alaska FOX», «Hotel Florida», розважальні центри – «Texas», «Неополіс».

Зафіксовано похідні, дериваційною базою для яких є катаяконіми (назва мешканців певної місцевості, співвіднесена з топонімом) – 1%: організації – «Кияни передусім!», «Завжди сильні українці», «Дніпровчанин», «Слов'янський торговий дім», товариства – «Вінничани у Києві», «Земляцтво житомир'ян», «Товариство закарпатців у Києві», «Партія Вінничан»; дитячі садочки – «Україночка», «Подільночка», «Кияночка», «Печеряночка», ресторани – «Італієць з Бейрута», «Slavyano4ka».

0,8% досліджуваних ергонімів мотивовані оронімами (назви елементів рельєфу): дитячий заклад «Плай», ресторани – «Гімалаї», «Лукомор'я», «Арарат», «Лиса гора», «Таврія», відома-бар «Лиса гора», ландшафтна майстерня «Лукомор'я» тощо.

Як основи-мотиватори регіононіми (назви природних районів) складають лише 0,7%: початкова школа «Поділля», пансіонат «Карпати», ринок «Полісся», фірми – «Полісся», «ГМ-Карпати», «Перлина Карпат», «Коньяки Кавказу», торговий дім «Закарпаття», магазин «Podillja».

Ергоніми, утворені від ойкодомонімів, указують на місцезнаходження об'єкта відносно певних споруд, складають 0,6% і мають значення «біля чогось»: ресторан «Реберня під Арсеналом», готелі – «Guest House at the Polytechnic Institute», «Smart Hotel Rooms Near Metro 24/7», «Apartment Near Train Station and Close to City Center», «Apart Hotel on Zoloti Vorota», «Nice Apartment Near Gulliver», «Home Hotel Apartments on Zoloti Vorota» та ін.

Дериваційно енергійними є міфотоніми (назви елементів міфу та споріднених оповідей (казок, легенд), назви місцевості, регіону, населеного пункту, об'єкту рельєфу тощо, що фігурує в них) – 0,4%: ресторан «Авалон» (міфічний острів), навчальний заклад «МІДГАРД» (у скандинавській міфології це світ, населений людьми), колегіум «Олімп», ліцей «Олімп», фірма «Олімп».

Найменшу кількість мотиватив продукують комоніми (назви сіл) – 0,2%: ресторани – «Диканька», «Гегути», «Аран»; перукарня «Нага».

Отже, базовими для більшості відтопонімних ергонімів міста Києва є одиниці київського топонімікону або такі, що вказують на державну приналежність закладів. Вони виконують насамперед інформативну функцію, описують зокрема просторові характеристики об'єкта, мають соціальну значущість, оскільки є зручними та інформативними, а також задовольняють юридичні та адміністративні потреби, географічно ідентифікуючи організацію. Номінації, не пов'язані з київськими реаліями, не несуть інформацію про місцезнаходження об'єкта, а виконують сугестивну функцію, створюючи позитивні асоціації з культурними традиціями певних регіонів України або інших країн.

За нашими спостереженнями, ергоніми, до складу яких входять топоніми, утворені переважно лексико-синтаксичним способом, тобто є лексикалізованими словосполученнями. Такі номінації складаються з двох та більше компонентів і є установленим способом позначення державних організацій, виробничих підприємств, установ соціальної сфери, навчальних та медичних закладів. Опорний компонент вказує на об'єкт, а ад'єктивні компоненти зазвичай уточнюють характеристики закладу, зокрема і його місцезнаходження. Локалізація за посередництвом відтопонімного ад'єктива відбувається стосовно міста Києва або держави. Г. В. Зимовець зазначає, що «є всі підстави констатувати наявність кореляції між довжиною ергоніма та способом мотивації. Так, у довгих назвах визначення одиничного об'єкта відбувається через його деталізовану характеристику, натомість у коротших виокремлення відбувається через пошук експресивних засобів – шляхом використання аксіологічних позначень предмета діяльності, адресанта та адресата, а також через апеляцію до культурних смислів, тобто зі збільшенням кількості компонентів зменшується експресивність назви» [1, с. 29].

Домінують багаточленні назви з 4 і більше компонентами (30,7%), наприклад: «Музей історії міста Києва», «Київська міська студентська поліклініка», «Банкотно-монетний двір Національного банку України», «Київська міська лікарня ветеринарної медицини», готелі «Ibis Kyiv Railway Station», «Heart Kyiv Apart-Hotel», «Premier Palace Hotel Kyiv». Не поширеними є оніми-речення: організації «Завжди сильні українці», «Київ – місто для життя», «Кияни передусім!».

На другому місці перебувають двокомпонентні мотивати, які складають 21,02%. Виділено такі основні типи:

– відтопонімний ад'єктив + апелятив (Н.в.): навчальні заклади – «Київські каштани», «Кудрявський Глобал»; кафе – «Київська Перепічка», «Тайський Привіт», ресторани – «Київська реберня», «Дніпровська Рів'єра», розважальний центр «Американська ігровотка»; магазини – «Italy foods», «English home», «Полтавський мед»; підприємства та організації – «Буковинське земляцтво», «Українська Броня», салон краси «Китайський привіт», «Київська Консерваторія», «Київський планетарій»;

– апелятив (Н.в.) + топонім (Н.в.): «Hotel Krakow», «Hotel Obolon»; ресторани «Радіо Тбілісі», «Замок Видубичі»; магазин «Ванна Київ», перукарня «Nateo Дарниця», підприємства – «Каскад Україна», «Хуавей Україна»;

– топонім (Н.в.) + апелятив (Н.в.): готелі – «Aleksandria Hotel», «Pechersk House», ресторани – «Амстер Дамстер», «Paris Dessert», «Бейрут Експрес», «Париж Дакар», кав'ярня «London Coffee»;

– апелятив (Н.в.) + топонім (Р.в.): організації – «Партія Вінничан», «Земляцтво Херсонщини»; навчальні заклади – «Квітка Обононі», «Центр Європи», фірма «Перлина Карпат»; магазини – «Коньяки Кавказу», «Авіація Галичини», видавництво «Преса України»;

– топонімний термін (Н.в.) + апелятив (Р.в.): дитячі заклади – «РЕСПУБЛІКА КІДС», «Країна дитинства» тощо;

– ад'єктив + топонім (або топонімний термін): навчальні заклади – «Маленька Європа»; видавництво «Музична Україна»; магазини – «Взуттєва країна», «Ювелірний острів» та ін.;

– апелятив (Н.в.) + відтопонімний ад'єктив (Н.в.): кафе «Хутір Виноградний», ресторан «Двір Голосіївський» тощо;

– прийменник + топонім (Зн.в.): *паб «на Troi», кафе «На Ломоносова»*.

Визначено два типи тричленних номінацій (14,08%):

1) прийменниково-іменникові:

– *апелятив (Н.в.) + прийменник + топонім: ресторани – «Парус на Десні», «Хуторець на Дніпрі», «Веранда на Дніпрі», магазин «Мед із Сумицини» та ін.;*

– *топонім (Н.в.) + прийменник + топонім: «Вінничани у Києві», «Італієць з Бейрута»;*

2) іменниково-прикметникові:

– *відтопонімний ад'єктив (Н.в.) + прикметник, який позначає продукцію або характер діяльності (Н.в.) + відтопонімний термін (Н.в.): «Київський ювелірний завод», «Українська національна лотерея», «Київська міська рада», «Київський геріатричний пансіонат», «Київська гуманітарна академія», «Міжнародна українська школа», «Волинська оптова база» тощо;*

– *відтопонімний ад'єктив + апелятив (Н.в.) + апелятив (Р.в.): «Київський університет культури», «КИЇВСЬКИЙ ЛІЦЕЙ МОНТЕССОРІ», «Київське товариство грамотності»;*

– *апелятив (Н.в.) + апелятив (Р.в.) + топонім (Р.в.): «Музей окупації Києва», «Асоціація велосипедистів Києва» тощо;*

– *апелятив (Н.в.) + апелятив (Н.в.) + топонім (Н.в.): організація «Дом гостиниць Крим», готель «Hyatt Regency Kyiv»*

– *топонім (Н.в.) + ад'єктив (Н.в.) + апелятив (Н.в.): «Kyiv Railway Station»;*

– *топонім (Н.в.) + апелятив (Н.в.) + апелятив (Н.в.): «Kiev City Hotel», «Kyiv Boutique Apartments», тощо.*

20,9% похідних утворено трансонімізацією. Більшість ергонімів є одиничними за структурою (20%), виражені називним відмінком іменника (12,8%), і позначають переважно розважальні, навчальні заклади, готелі, організації та підприємства, наприклад: *ресторани – «Київ», «Абу-Дабі», «Sanraolo», «To Dublin», «Пекін», «Диканька», «Гегути», «Дніпро», «Тоскана», «Гімалаї», «Лукомор'є», «Піорка», «Азія», «Indokitai» тощо, розважальні центри «Неополіс», «Аркадія»; кінотеатри – «Лейтциг», «Флоренція»; дитячі заклади – «Україночка», «Подоланочка», «Плай», «Slavyano4ka», «Афіни», «Нивки», «Вирлиця», «Славутич», «Дніпро», «Либідь», «Олімп» та ін.; організація «Арізона», комерційний банк «Хрещатик», служба таксі «Київ», видавництва «Дніпро», «Либідь», фірма «Десна»; готелі – «Bratislava», «Верховина», «Нивки», «Vozdvizhenka»; «Хрещатик», «Туса», «Дніпро». Зрідка одиничні ергоніми можуть позначати: санаторії – «Берегове», «Полтава», пансіонати – «Феофанія», «Карпати»; магазини – «Таврія», «Дніпровчанин», ринок «Полісся», торговий дім «Закарпаття»; перукарні – «Верона», «Марсель», «Haga», «Голівуд» тощо.*

1,28 % одиничних за структурою похідних виражені відтопонімним ад'єктивом, наприклад: *ресторани – «Київський», «Дніпровський», «Saxagansky», готель «Європейський», ліцеї – № 19 «Межигірський», № 17 «Спаський», № 77 «Klovesky», № 241 «Голосіївський», № 257 «Синьоозерний», служба таксі «Лівобережна», складський комплекс «Кудрявський», магазин «Феофанівський», ринки «Лівобережний», «Севастопольський», «Лук'янівський», центр краси «Подільський». Подекуди фіксуємо двочленні відтопонімні утворення (0,9%): *видавництво «Ярославів вал», благодійний фонд «Андріївський узвіз», гімназія «Київська Русь», кінотеатр «Київська Русь», ресторан-бар**

«Київська Русь», піцерія «San Marino», ресторан «Жовте Море», відьма-бар «Лиса гора».

Поширеними є безафіксні способи словотворення, а саме аббревіація (8,2%) та словоскладання (6%). Аббревіатури зазвичай є назвами підприємств та організацій, переважає складовословесна аббревіація: *«Київавтодор», «Київміськбуд», «Київспецтранс», «Укравтозапчастина», «Укрзалізниця», «Укрвидавполіграфія», «УКРПРОДУКТ» тощо.* Зафіксовано також назви, що є складовими (*«Укрбус», «Азовбуд» тощо*) та мішаними (*«ДніпроПМК», «ТМСпецмаши» тощо*) аббревіатурами. Ергоніми, утворені словоскладанням, називають організації та підприємства: *«Донбасхолдінг», «Київгаз», «Астарт-Київ», «Маняня-Сіті», «Корчувате-1», «Схід-Захід»; ресторани «Одеса-мама», «NIVKI-HALL», магазини «Київхліб», «Київ Меблі» тощо.* Подекуди зафіксовано назви навчальних закладів, утворені шляхом основовакладання, до складу яких входять ергонімні терміни: *«Ігроленд», «Книголенд» тощо.*

Задля реалізації рекламної функції ергонімів подекуди застосовано ретрономіації, орієнтовані на дорадянський період (*ресторан «Царьград»*), прийом римунання (*ресторан «Амстер Дамстер»*), а також графічні засоби, серед яких визначено декілька різновидів: 1) експресивна орфографія (стилістичне використання великих літер): *навчальні заклади – «СКАРБ МІСТА КИЄВА», «АЛЬТЕРНАТИВА СКУПЛ ЧЕРНІВЦІ» та ін.;* 2) використання латиниці для українських слів та кирилиці для запозичених: *кондитерський дім «Ля Рошель», паб «наTroi», ресторан «Odesa»;* 3) графогібридизація (використання подвійної графіки (кирилиці та латиниці)): *«Bazar на Лісовій», салони краси – «CUTME Studio на Оболоні», «Ma Cherie на Оболоні», «Frisor barbershop на Лук'янівці», ресторан «Carraccio на Осокорках»;* 4) графічні ігри (використання цифрових символів замість слів): *«Slavyano4ka»;* 5) омонімічні слова, ергоніми, утворені за конкретним словотвірним зразком, з відхиленням від орфографічних норм: *ресторан «Тбілісо» (замість «Тбілісі»), перукарня «Сан-Троне» (замість «Сен троне»).*

Висновки. Отже, продуктивними способами творення відтопонімних ергонімів міста Києва є лексико-синтаксичний спосіб та трансонімізація. Відтопонімні ергоніми утворюються за певними структурними моделями, властивими для всієї ономастичної системи. Досліджувана група ергонімів виконує важливі функції в онімному просторі міста, а саме: маркує територіальну приналежність об'єкта, підкреслює його соціальну значущість та публічність, задовольняє юридичні та адміністративні проблеми, а також викликає асоціації з культурою та традиціями столиці або інших локацій.

Перспективи наукових пошуків убачаємо в системному дослідженні словотвірних процесів у межах інших типів ергонімів міста Києва.

Література:

1. Зимовець Г.В. Мовна компресія в ергономії: чинники та форми вияву. *Мовознавство*. 2019. № 3. С. 25-37.

Lakhno N. Toponymic names in the ergonimicon of Kyiv

Summary. The article analyzes the peculiarities of the production of toponymic ergonyms in Kyiv. The semantic types of motivated word are analysed. Attention is

drawn to the fact that among the ergonyms transonymised from toponyms the names of organisations, enterprises, educational and entertainment establishments predominate. It has been established that the bases-motivators are astionyms, souveronyms, urbanonyms (hodonoms, quartalonyms), continentonyms, hydronyms, oronyms, rayononyms, catoyconyms, regionyms, oikodonoms, commonyms, mythonyms, and fictional toponyms. The hierarchy of semantic factors influencing the realisation of their derivational capabilities is identified. It has been determined that the majority of derived toponyms motivate units of the Kyiv toponymicon or those indicating the state affiliation of institutions, since these names primarily perform an informative function, geographically identifying the object.

It is claimed that ergonyms for designating objects outside Kyiv and our country perform a suggestive function. Such names create associations with the traditions or authority of a particular region, city or country.

Attention is drawn to the fact that the investigated ergonyms are formed mainly by lexical-syntactic method, that is, they are fixed phrase. Polynomial names (with 4 or more components) and two-component dominate. A common method of creating toponymic ergonyms is transonymisation, i.e. the use of other categories of onymes to name objects. A significant number

of lexemes are formed by abbreviation and word composition. Syllable-word abbreviations prevail. Occasionally, names that are compound and mixed abbreviations, as well as those formed by stemming, occur.

The author describes various graphic representations of names, which contribute to the implementation of the advertising function of ergonyms, namely: expressive orthography, the Latin alphabet for Ukrainian words and the Cyrillic alphabet for borrowed words, graphic hybridization (the use of dual scripts – Cyrillic and Latin), and graphic wordplay. It has been observed that, such techniques as occasional word formation with deviations from orthographic norms, rhyming, and historically-oriented renaming referring to the pre-Soviet period.

Key words: transonymisation, lexical-syntactic method, motivational structure, derivative base, motivated word, toponymic derivatives, ergonym.

Дата першого надходження рукопису
до видання: 07.08.2025

Дата прийнятого до друку рукопису
після рецензування: 28.08.2025

Дата публікації: 21.10.2025