

суфіксально - постфіксальних дієслів продуктивністю відзначаються тільки утворення з префіксами *з-(с-), роз-, при-, в-(у-)*. Вони нараховують небагато лексем, але продуктивність їх очевидна, бо з допомогою цих префіксів все частіше утворюються дієслова – *оказіоналізми*” [2, 88].

Отже, за допомогою названих префіксів дієслова утворюються активно. Це продуктивні типи утворення нових дієслів зі значенням “набуття ознаки” та “наділення ознакою”. Порівняно (з суфіксами) участь префіксів в утворенні дієслів незначна, як і нечисленність прикладів префіксально – суфіксальних дієслів, утворених безпосередньо від прикметників, викликано семантикою самих дієслів, що позначають процес наділення та набуття, становлення визначеної ознаки/ якості. Префікс (крім додаткових значень) завжди вносить у дієслово значення завершеності, закінченості дії чи процесу. Префіксально-суфіксальні утворення бувають тоді, коли процес набуття якості відбувається швидко. Хоч префіксально – суфіксальних дієслів порівнянно небагато, але в сучасній українській мові вони поступово витісняють суфіксальні утворення.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Возний Т.М. Словотвір дієслів в українській мові у порівнянні з російською та білоруською.- Л.:Вища школа, 1981.-271 с.
2. Городенська К.Г., Кравченко М.В. Словотвірна структура слова.-К.: Наук.думка, 1981.- С.47-104.
3. Грещук В.В.Український відприкметниковий словотвір.- Івано-Франківськ: Плай, 1995.- 223с.
4. Словник української мови: В11-ти томах. -К.: Наукова думка,1970-1980.
5. Шевчук О.С.Творення дієслів// Українське мовознавство.- К.: Вища школа, 1984.-Вип.12.- С.57-65.
6. Юрчук Л.А. Суфіксальний дієслівний словотвір.// Словотвір сучасної української мови.- К.: Наук. думка, 1979.-С.171-210.
7. Янко-Триницкая Н.А. Синонимические глаголы типа белеть-белеться, хвастать – хвастаться. Вопросы культурной речи. - М., – 1981. – № 3. - С. 60-81.

*М.М. Цілина*

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ МОДЕЛІ НАЗВ ПРИВАТНИХ ПІДПРИЄМСТВ М. КИЄВА

Сучасна українська ергонімія є відносно молодою галуззю ономастики, що представлена назвами різних ділових об’єднань людей. Найменування фірм та підприємств, що надають приватні послуги в столиці України, виникли пізніше, ніж, наприклад, ергоніми на позначення об’єктів виробничої та невиробничої сфери послуг, і кількість їх можемо визначити тільки приблизно. Динаміка росту цих ергонімів змінна: кожен день можуть з’являтися рекламні оголошення про надання таких послуг у періодичній пресі, по радіо та телебаченню все новими і новими підприємцями в той час, коли ті особи, що надавали ці послуги раніше, можуть бути зафіксованими в довідниках, але не займатися такими видами діяльності. Крім цього,

найменування фірм чи підприємств комерційної сфери у працях українських науковців розглядалися або тільки на матеріалі регіональних досліджень (ергонімів Закарпаття в О.О. Белея [1]), або охоплювали структурно-семантичний пласт української ергонімії (С.О. Шестакова [7], Н.В. Кутуза [2]), або подавали огляд номінативних процесів європейських ділових об'єднань (О.В. Мікіна [3]), або ж були оглядовим описом ергонімії м. Києва в окремих статтях (Л.Н.Соколова [5]). Тому, зважаючи на необхідність вивчення структури та семантики назв ділових об'єднань столиці України в цілому і підгрупи найменувань приватних підприємств, зокрема, доцільно представити аналіз згаданих власних назв.

### **1. Найменування товариств та фірм, що надають аудиторські, бухгалтерські та консалтингові послуги**

Назви підприємств, фірм м. Києва, які надають аудиторські, бухгалтерські та консалтингові послуги, виділяються в окрему підгрупу ергонімів, оскільки згадані заклади мають економічний напрям діяльності переважно приватного характеру. Зазначені фірми та підприємства, крім безпосередньо аудиторських, бухгалтерських та консалтингових послуг, можуть розробляти програми бухгалтерського обліку, бізнес-планування, вести фінансову статистику, маркетингові дослідження, проводити консультації з питань оподаткування та інвестицій, займатися приватизацією й реструктуризацією об'єктів власності. Найменувань цього тематичного типу в столиці України зафіксовано 120.

Специфікою будови ергонімів вищевказаної підгрупи назв є те, що близько 60 % з них є однокомпонентними. Причому серед однокомпонентних назв є лише поодинокі найменування, що походять від власних назв (антропонімів або теонімів): фірма "Вітоша", ТОВ "Гея". Відапелятивні ергоніми на позначення таких фірм мотивовані переважно економічною лексикою (ТОВ "Бізнесексперт", "Консалтинг", фірми "Євроаудит", "Капітал-плюс", підприємство "Фінком"). Причому серед цих найменувань одноосновних невелика кількість. Переважна частина назв – ергоніми, утворені складанням слів (ТОВ "Аудит-конус", "Аудит-сервіс", "Екс-аудит", фірма "Лідер-аудит", ПП "Консалтинг-центр"). Роль складання у творенні поданих найменувань – створювати інформативну наповненість назв при додаванні до основного слова лексем, що вказують на призначення, організаційну форму відповідної фірми, підприємства і т. ін.

Багатокомпонентні назви фінансово-економічних підприємств та установ можна поділити на двокомпонентні та власне багатокомпонентні.

Двокомпонентні ергоніми зазначеного типу репрезентовані двома назвами (ТОВ "Аналітичні системи", "Аудиторська фірма"), складові яких поєднуються у структурну модель « іменник у Н.в. + прикметник у Н.в. » і пов'язані атрибутивними відношеннями.

Власне багатокомпонентні найменування побудовані за схемами:

- «прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + іменник у Р.в.»: "Аудиторська палата України";
- «прикметник у Н.в. + прикметник у Н.в. + іменник у Н.в.»: "Національний консалтинговий центр";
- «іменник у Н.в. + прикметник у Р.в. + іменник у Р.в.»: "Центр ділового співробітництва");

- «прикметник у Н.в. + іменник у Н.в + іменник у Р.в. + іменник у Р.в.»: *“Консультаційна агенція психології бізнесу”*;
- «прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + прикметник у Р.в. + іменник у Р.в.»: *“Національна мережа акціонерних центрів”*;
- «прикметник у Н.в. + прикметник у Н.в + прикметник у Н.в. + іменник у Н.в.): *“Українська фінансова лізингова компанія”*.

Між усіма елементами поданих структур встановлюються підрядні зв'язки та різні типи відношень.

## **2. Назви організацій, підприємств та фірм, що надають будівельні послуги**

Ергонімів на позначення назв організацій та фірм, що надають будівельні послуги в м. Києві, зафіксовано 350.

Мовною особливістю цих найменувань є те, що більшість з них є однокомпонентними. Однак, враховуючи специфіку їх словотворчої будови, доцільно здійснити поділ однокомпонентних назв на одноосновні та багатоосновні.

Однокомпонентні ергоніми, що мають одну основу, в свою чергу, поділяються на ті, що походять від:

- 1) власних назв (переважно антропонімів та топонімів) (АТВТ *“Жуляни”*, ПП *“Владислав”*, МП *“Мирослава”*, ТОВ *“Тимошенко О.О.”*);
- 2) апелятивів (ТОВ *“Пектораль”*, ПП *“Глобус”*, СП *“Варіація”*, ВАТ *“Надійність”*, фірма *“Пагін”*). Вибір мотиваційних критеріїв при ергонімоназиванні в загальній лексиці може бути різним – від семантично непрозорої лексики до флористичних назв.

Двоосновні ергоніми столиці України цього типу представлені такими назвами: ТОВ *“Агропродукт”*, *“Будкомплект”*, СП *“Альянсбуд”*, ЗАТ *“Будіндустрія”*, ПП *“Будконтракт”*, ВАТ *“Мехбуд”*. Найчастотнішою основою-складником перерахованих найменувань є *буд-* (або *-буд*) – усічення від лексем *“будівельний”*, *“будівництво”*.

Багатоосновні однокомпонентні назви – це ДП *“Агрокомплектбуддеталь”*, ПП *“Будмашсервіс”*, ВАТ *“Південзахідтрансбуд”* і т.д. (30).

Двокомпонентні ергоніми м. Києва репрезентовані такими назвами, складові яких об'єднуються у схеми:

- «іменник у Н.в. + іменник у Р.в.» : ТОВ *“Будинок паркету”*;
- «займенник у Н.в + іменник у Н.в.»: салон *“Ваша оселя”*;
- «прикметник у Н.в. + іменник у Н.в.»: торговий дім *“Російський ліс”*).

Структурні елементи поданих моделей поєднуються на основі підрядного зв'язку.

Існують назви приватних підприємств, побудовані на основі сурядного зв'язку між складовими, що є переважно іменниками або усіченнями іменників (ЗАТ *«Автоматика і захист»*, ТОВ *“Роман і Ко”*).

Решта найменувань підприємств, що надають будівельні послуги, є багатокомпонентною і представлена структурними моделями:

- «іменник у Н.в. + прикметник у Р.в. + іменник у Р.в.»: *“Завод будівельних виробів”*;
- «прикметник у Н.в. + прикметник у Н.в. + іменник у Н.в.»: АТЗТ *“Сучасні будівельні системи”*, *“Слобожанська будівельна кераміка”*);

- «іменник у Н.в. + прикметник у Н.в. + прикметник у Р.в. + іменник у Р.в.»: *“Завод спеціальних залізобетонних виробів”*;
- «прикметник у Н.в. + іменник у Н.в. + прикметник у Р.в. + іменник у Р.в.»: *“Київський завод шлакобетонних блоків”*).

### **3. Найменування товариств та підприємств, що надають транспортні послуги**

Назви підприємств та товариств столиці України, що надають транспортні послуги, виділяються в окрему підгрупу ергонімів з огляду на специфіку діяльності самих об'єктів дослідження. Йдеться про те, що хоча послуги транспорту і вважають невиробничими, проте у своїй більшості вони приватні (послуги з міжнародних, місцевих, пасажирських, контейнерних перевезень, фрахтування та агентування суден, експедиторські послуги). Тому й розглядати подібні найменування доцільно серед назв підприємств, що надають приватні послуги.

Всього в м. Києві зафіксовано 144 ергоніми цієї тематичної підгрупи.

Особливістю будови назв товариств та підприємств, що надають транспортні послуги в столиці України, є наявність різних можливих комбінацій компонентів у структурі ергонімів.

Так, однокомпонентні найменування зазначеного типу представлені одноосновними назвами, що походять від:

- 1) власних назв – антропонімів, топонімів, гідронімів (ПП *“Барковський”*, ТОВ *“Київ”*, АТ *“Світязь”*);
- 2) апелятивів (ТОВ *“Кипарис”*, кооператив *“Каштан”*, ЗАТ *“Райдуга”*).

Багатоосновні ергоніми з одного слова є частотнішими (близько 30%) і репрезентовані:

- 1) двоосновними найменуваннями (ТОВ *“Автосервіс”*, ВАТ *“Поліграфкнига”*, *“Спецтехніка”*);
- 2) власне багатоосновними назвами (ВАТ *“Автотранссервіс”*, СП *“Інтерпродавто”*, фірма *“Укртрансінвест”*).

Багатокомпонентні ергоніми м. Києва цієї тематичної підгрупи утворюються за такими моделями:

- «іменник у Н.в. + іменник у Р.в.»: компанія *“Світ шляхів”*;
- «прикметник у Н.в. + прикметник у Н.в. + іменник у Н.в.» *“Азовське морське пароплавство”*;
- «іменник у Н.в. + прикметник у Р.в. + прикметник у Р.в. + іменник у Р.в. + іменник у Р.в.»: *“Асоціація міжнародних автомобільних перевізників України”*).

Є серед найменувань підприємств та товариств столиці України й такі, що є іншомовними запозиченнями, які відтворені кириличною або латинською графікою (*“Act on holidays @ travel”*, *“Гольнер експедиція”*, ТОВ *“Дрім хауз”*, *“Sisamtrans LTD”*).

### **4. Найменування агентств та фірм, що надають рекламні послуги**

З-поміж усіх досліджуваних ергонімів м. Києва зафіксовано 224 назви закладів, що надають рекламні послуги. Така кількість вказує на те, що ці фірми стали популярними на поч. ХХІ ст., оскільки вони сприяють розвитку виробничої й невиробничої сфер послуг.

Лінгвістична природа назв рекламних агентств та фірм столиці України різнопланова і відзначається строкатістю структурних моделей.

Зокрема, однокомпонентні ергоніми з однією основою є переважно відапелятивними, що мотивуються:

- 1) лексемами з позитивною мотивацією (ТОВ “Актив”, агентство “Гармонія”);
- 2) мистецькими й культорологічними поняттями (агенції “Гонак”, “Ліра”, ПП “Дизайн”, ТОВ “Арт”, “Соло”);
- 3) лексикою, вжитою у переносному значенні (ТОВ “Вектор”, “Піраміда”);
- 4) оказіональними, випадковими букво- (звуко-)сполученнями та запозиченнями (фірма “Акріс”, ТОВ “Бейтс”, “Геркон”, МПП “Вігбос”). Назв цього значеннєвого типу зафіксовано 40.

Відонімні ергоніми м. Києва представлені невеликою кількістю назв – це найменування рекламного агентства “Бруклін”, ПП “Конніков Д. Л.”, телевізійний клуб “Україна”, ЗАТ “Хортиця”, МП “Юнітер”, рекламна агенція “Янко”. Незначна частина назв рекламних агентств та товариств, утворених від власних найменувань, пояснюється відсутністю моди на відонімні ергоніми у цій тематичній підгрупі.

Однокомпонентні багатоосновні найменування поділяються на:

- 1) двоосновні (галерея “Артінформ”, агентство “Кінофест”, ТОВ “Євросувенір”, ПП “Медіауніверсал”);
- 2) власне багатоосновні (ТОВ “Автофотопродаж”, КП “Київміськоформлення”).

Ергоніми столиці України, що складаються з декількох компонентів, поділяються на двоконпонентні та багатоконпонентні.

Двоконпонентні найменування агентств, товариств та фірм м. Києва, що надають рекламні послуги, утворюються на основі:

- а) підрядного зв’язку між компонентами за структурними схемами:
  - «прикметник у Н.в. + іменник у Н.в.»: ТОВ “Діловий контакт”;
  - «іменник у Н.в. + іменник у Р.в.»: ЗАТ “Завод реклами”;

б) сурядного зв’язку між елементами іменникового походження (“Рінамонті та партнери”).

Решта багатоконпонентних найменувань досліджуваної підгрупи ергонімів може нараховувати різну кількість структурних частин (“Рекламне агентство Губернікова”, ЗАТ “Спеціальна індустріальна група”, “Центр реклами і сприяння міжнародному співробітництву”).

### **5. Назви фірм та підприємств, що надають фотопослуги**

Ергоніми на означення фірм та підприємств, що надають фотопослуги, розглядаються окремо, оскільки діяльність таких приватних закладів стала нині досить популярною і користується попитом у киян та гостей столиці України.

Фотопослуги, що надаються згаданими фірмами та підприємствами, можуть бути різними, а саме: виготовлення термінових, рекламних фотографій, ритуальних портретів, фото на тканині, комп’ютерна обробка фото. Всі ці послуги є альтернативними портретному живопису, графіці та скульптурі, оскільки є доступнішими, економнішими й не потребують особливих затрат часу для пересічного громадянина.

У м. Києві зафіксовано близько 80 закладів, що надають зазначені види послуг. Особливістю будови назв таких приватних підприємств столиці України є те, що майже всі вони є однокомпонентними (97 %).

Однокомпонентні одноосновні ергоніми походять від:

1) власних назв:

- а) антропонімів (фотоательє “Ірина”, ТОВ “Надія”, “Тетяна”);
- б) топонімів (фотосалон “Березняки”, ВАТ “Оболонь”);
- в) назв відомих зарубіжних фотофірм (фотосалон “Кодіка”, салон-магазин “Фуджі”);

2) апелятивів на позначення:

- а) оптичних приладів та фізичних понять (ТОВ “Об’єктив”, “Фотон”, МП “Ракурс”, СП “Фокус”);
- б) лексем, що асоціативно пов’язуються з творчим процесом (ТОВ “Експромт”, “Фантазія”);
- в) оказіональних, випадкових букво- (звуко-)сполучень (ТОВ “Прокес”, “Ювал”).

Інший тип досліджуваних найменувань столиці України – ті, що за своєю структурою є багатоосновними або ж мають префіксоїди.

До багатоосновних однокомпонентних ергонімів належать такі назви: ТОВ “Укртрансекспедиція”, МП “Фарком-мегаполіс”, “Фірма-фокус”.

Найменування фірм та підприємств, що надають приватні фотопослуги і мають у своєму складі префіксоїди, представлені назвами “Фотоательє”, “Фотокераміка”, “Фотолaborаторія”, “Фотоматограф”, “Фотосалон”.

Ергоніми, що складаються з багатьох компонентів, репрезентовані двокомпонентними найменуваннями, структурні частини яких поєднані:

- 1) підрядним зв’язком за схемою „прикметник у Н.в. + іменник у Н.в.” (фотостудія “Київський фотограф”, ЗАТ “Прикладне фото”, фотосалон “Яскраві барви”);
- 2) сурядним зв’язком (повного та усіченого іменникових складників) (МПП “Віктор і Ко”).

Отже, проведене дослідження доводить, що ергонімія м. Києва – розгалужена підсистема ономастики. Створення її лексичних одиниць – змінюваний і динамічний процес, який в цілому зумовлений екстралінгвістичними чинниками (розвитком економіки столиці України, специфікою діяльності самих об’єктів називання, суб’єктивним підходом до вибору назви і под.). Отримані результати й аналіз структурно-семантичних особливостей найменувань підприємств, що надають приватні послуги в м. Києві, суттєво розширять сферу наукового пізнання в галузі власних назв і матиме практичне застосування не тільки під час викладання лінгвістичних курсів, а й в процесі утворення й вибору нових ергонімів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Белей О. О. Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської обл.): Автореф. дис. ... канд. філол. наук. – Л., 2000. – 17 с.
2. Кутуза Н.В. Структурно-семантичні моделі ергонімів: Автореф. ... канд. філол. наук. – Одеса, 2003. – 18 с.

3. Микина Е. Г. О принципах эргонимной номинации // Вісник Донецького ун-ту. – Сер. Б: Гуманітарні науки. – Вип. 1. – Донецьк, 1998. – С. 138 – 143.
4. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. – М.: Наука, 1988. – 192с.
5. Соколова Л. Н. Типы мотивованости эргонимів // Мовознавство, 1993. – № 6. – С. 65 – 69.
6. Теория и методика ономастических исследований. – М.: Наука, 1986. – 256 с.
7. Шестакова С. О. Лексико-семантичні інновації у системі сучасної української номінації (на матеріалі ергонимів і прагмонимів): Автореф. ... канд. філол. наук. – Х., 2002. – 17 с.

**В.Г.Шевет**

### **ПОЗИЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ СУФІКСОЇДІВ ІНШОМОВНОГО ПОХОДЖЕННЯ**

У вивченні природи афіксоїдів найбільш актуальними є проблеми трансформації префіксоїдів у префікси та корені, суфіксоїдів - у суфікси та корені; визначення функціональної та семантичної близькості афіксоїдів і афіксів до коренів; з'ясування комбінаторних та позиційних властивостей афіксоїдних основ. На особливу увагу у дослідженні афіксоїдів заслуговують основи іншомовного походження, саме вони "становлять **перспективний** матеріал для дослідження, оскільки яскраво демонструють динаміку "розпізнавання" морфемної будови іншомовної лексики на українському мовному ґрунті" [2, 186].

Визначальними для надання кінцевим основам складних слів певного статусу є їхні позиційні властивості, оскільки "на зміну функціонального навантаження відносно самостійних кінцевих компонентів основ істотно впливають свобода їхнього переміщення в слові, тип сполучуваних з ними морфем, їхня комбінаторна сила, здатність до формального варіювання та вироблення спеціалізованих узагальнених значень" [2, 186]. Тому **об'єктом** дослідження у статті є позиційний потенціал суфіксоїдів іншомовного походження.

**Мета статті** полягає у з'ясуванні позиційних особливостей суфіксоїдів іншомовного походження.

Для досягнення цієї мети ставляться такі завдання: розмежувати поняття "позиційні особливості" та "комбінаторні особливості"; розглянути позиції суфіксоїдів іншомовного походження у морфемній структурі слова; проаналізувати зміни у семантиці залежно від позиції афіксоїдів.

Позиція морфемі – це місце її в лінійній послідовності морфем слова. Як відомо, ядерну (центральну) позицію займає корінь. Ліворуч від нього розміщуються префікси, праворуч – суфікси (*за-біл-и-ти, по-за-біл-юва-ти*). Флексія закінчує слово (*пиш-е, пис-а-ти-м-уть*), постфікс стоїть після закінчення (*за-городж-у-ють-ся*) чи іншого суфікса (*вид-и-ти-ся*) [5, 464]. Звичайно, кожен клас репрезентує свої позиційні можливості. Їх можна виявити у дослідженні морфемної структури слів, валентності морфем, вивченні закономірностей конструювання морфемних структур слова (довжини, глибини слова).