

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет	гуманітарно-педагогічний
Кафедра	української філології
Рівень вищої освіти	магістр
Галузь знань	03 «Гуманітарні науки»
Спеціальність	035 «Філологія»
Спеціалізація	035.01 «Українська мова та література»
Освітня програма	освітньо-професійна

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри української філології
Торчинський М. М.
24 вересня 2020 року

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ
САВЧУК ГАННА ІВАНІВНА**

1. Тема роботи: «Особливості функціонування власних назв кухонної техніки», затверджено наказом ректора університету від 25 серпня 2021 р. № 102.

Керівник роботи А. М. Янчишин.

2. Термін подання студентом завершеної роботи – грудень 2021 року.

3. Вихідні дані роботи. Незважаючи на наявність низки праць Д. Г. Бучка, Ю. А. Грушевської, О. Ю. Карпенко, М. А. Курушиної, М. М. Торчинського, С. О. Шестакової, А. М. Янчишина та інших дослідників, комплексна характеристика номінацій кухонної техніки не виконувалася, що і зумовлює актуальність теми дипломної роботи.

4. Перелік підлеглих розробці питань.

Фіксування власних назв кухонної техніки, їхня інвентаризація.

Вивчення історії дослідження товаронімії.

Визначення структурних і словотвірних особливостей найменувань власних назв кухонної техніки.

Установлення продуктивності лексико-семантичних і мотиваційних моделей номінацій.

Укладання переліку власних назв кухонної техніки.

5. Графічного матеріалу немає.

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання – 24 вересня 2020 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

н/п	Найменування етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання	Примітка
1	Обрання теми дипломної роботи	Вересень 2020 року	
2	Опрацювання наукової літератури з теми дослідження	Вересень 2020 року	
3	Збирання матеріалу, його первинна наукова інтерпретація	Вересень-листопад 2020 року	
4	Написання першого розділу дипломної роботи	Грудень 2020 – квітень 2021 року	
5	Апробування результатів дослідження шляхом здійснення публікації у збірниках наукових праць та участі у конференціях	Січень, квітень, вересень 2021 року	
6	Написання другого розділу дипломної роботи	Травень-вересень 2021 року	-
7	Написання «чорнового» варіанту дипломної роботи	Жовтень-листопад 2021 року	
8	Попередній захист дипломної роботи	Грудень 2021 року	
9	Остаточне завершення дипломної роботи	Грудень 2021 року	
10	Подача дипломної роботи на кафедру	Грудень 2021 року	

Студент _____ Г. І. Савчук

Керівник _____ А. М. Янчишин

Анотація

Тема роботи «**Особливості функціонування власних назв кухонної техніки**». Автор – **Савчук Г. І.** Науковий керівник – Янчишин А. М. Обсяг магістерської роботи – 73 сторінки основного тексту. Робота містить 1 додаток, 75 джерел посилання.

Ключові слова: *блендеронім, власна назва кухонної техніки, деривація, джусмашинонім, електрооленонім, кофімашинонім, кулеронім, лебетоніми, міксероніми, мотиваційні зв'язки, мультivarонім, семантика твірної основи, товаронім, файронім*

Об'єктом дослідження є 344 номінації кухонної техніки, що зафіксовані у засобах масової інформації, на інтернет-сайтах, прайс-листах великих мереж магазинів.

Предмет аналізу – закономірності структурування, творення і функціонування технонайменувань.

Метою роботи є комплексний структурно-дериваційний, семантико-мотиваційний та функціональний аналіз власних назв кухонної техніки.

Серед пропріативів на позначення кухонної техніки трапляються назви як власне українського (265; 77,04 %), вітчизняного (46; 13,37 %) походження, так й іншомовні лексеми, що безпосередньо входять до складу сортоніма, (10; 2,9 %); і транслітеровані скорочення (23; 6,69 %). Зокрема, продуктивністю відзначаються номінації на позначення холодильників (146; 42,44 %), електроплит (82; 23,84 %), соковитискачів (24; 6,98 %), електрочайників (24; 6,98 %), електропечей (23; 6,69 %), міксерів (16; 4,65 %), пристроїв для приготування кави (15; 4,36 %), блендерів (7; 2,03 %), мультivarок (7; 2,03 %).

Номінації технонайменувань характеризуються перевагою складених (257; 74,71 %) пропріативів над простими (56; 16,28 %), а складних лише 31 (9,01 %) одиниця.

Словотворчі процеси відзначаються продуктивністю лексико-семантичного словотвору (307; 89,24 %), що здебільшого відзначається синтаксичний способом (258; 75 %), а морфологічний словотвір, безпосередньо представлений складанням (37; 10,76 %).

Семантика твірних основ засвідчила перевагу відапелятивних (222; 64,53 %) над комбінованими (94; 27,33 %) пропріативами, а відонімних – 28 (8,14 %).

В основному власні назви кухонної техніки мають комбіновану мотивацію (295; 85,76 %), рідше трапляються пропріативи з одинарними (49; 14,24 %) зв'язками. У першій групі продуктивністю відзначаються: асоціативно-квалітативні (122; 41,36 %) та номінально-квалітативні (90; 30,51 %) мотиви, а у другій – асоціативні (21; 12,24 %), номінальні (12; 24,49 %) та локативні (12; 24,49 %).

Відповідно до мовної політики та побутування власних назв до складу яких входять іншомовні лексеми, закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» вимагає уніфікації та пристосування таких назв до україномовного простору на всіх рівнях застосування. Саме тому, серед номінацій на позначення кухонної техніки фіксуємо 56 пропріативів, що мають у своєму складі російські або англійські лексеми. Впровадження та пристосування таких назв відбувається шляхом калькування (21; 37,5 %) та змішаного типу в основі якого є калькування у поєднанні із транскрипцією (25; 71,43 %) та транслітерацією (10; 28,57 %).

Власні назви будь-якого класу ономастичної науки є особливим матеріалом для вивчення будь-яких розділів під час вивчення тем як у середній, так і у вищій школі. Особливості проявляються з погляду правописних норм, орфоепічних, синтаксичних, дериваційних та інших. Саме тому, власні назви потребують вивчення на рівні із загальними назвами. У дипломній роботі представлена розробка системи вправ на використання власних назв кухонної техніки.

Автор _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ТОВАРОНІМІЇ...9	9
1.1. Суть поняття «товаронім»	9
1.2. Систематизація власних назв кухонної техніки.....	13
1.3. Історія вивчення товаронімії.....	18
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-ДЕРИВАЦІЙНІ, СЕМАНТИКО- МОТИВАЦІЙНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЛАСНИХ НАЗВ	26
2.1.Продуктивність власних назв кухонної техніки.....	26
2.2. Структура технонайменувань.....	30
2.3. Дериваційні особливості власних назв	34
2.4. Систематизація технонайменувань за семантикою твірної основи..	39
2.5. Мотиваційні ознаки власних назв кухонної техніки.....	43
2.6. Особливості функціонування номінацій кухонної техніки в україномовному просторі.....	48
Висновки до розділу 2.....	51
РОЗДІЛ 3. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ВЛАСНИХ НАЗВ У СЕРЕДНІЙ ТА ВИЩІЙ ШКОЛІ (НА МАТЕРІАЛІ ТОВАРОНІМІЇ).....	54
3.1. Власні назви у навчально-виховному процесі.....	54
3.2. Вправи з використанням технонайменувань	56
Висновки до розділу 3.....	66
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	72
ДОДАТКИ.....	78

ВСТУП

Сучасна ономастична наука, звертає увагу практично на всі класи власних назв, проте одні з них досліджуються активно, зокрема – антропоніми, топоніми, а інші – потребують ретельнішої уваги з боку науковців, це безпосередньо стосується як прагматонімів, так і товаронімів.

На сьогодні такі номінації в назвотворчому процесі мають особливе значення, оскільки назовництво різних видів товару є структурною одиницею онімного простору, що найбільш динамічно поповнюється щораз як новою продукцією, так і назвами.

Саме факт щорічної реєстрації у світі мільйонів товарних знаків спричинив зміни в структурі онімного простору: останнім часом цей пласт лексики, який традиційно був периферійним, різко перемістився ближче до центру, що є цілком обґрунтовано, оскільки масштаби його поповнення незрівнянно великі. Це зумовило більш глобальне вивчення найменувань матеріальних об'єктів і виявлення в них особливостей, характерних для пропріальної лексики загалом [Глухова, 2010, с. 4].

Вивчення власних назв товарів, зокрема з погляду теоретико-методологічних засад, пов'язано із працями таких вітчизняних науковців як: А. Л. Василевський, А. А. Ісакова, З. П. Комолова, І. В. Крюкова, Н. Г. Мордвинова, В. А. Москович, М. Є. Новичихіна, Т. А. Соболева, О. В. Суперанська, Є. В. Трифонова, Н. Л. Шведова та ін. Варто зазначити, що саме їх роботи дали поштовх до вивчення власних назв різних класів онімного поля.

Дослідження номінацій промислових товарів в Україні розпочалося лише на початку ХХІ ст., причому переважно паралельно зі студіюванням інших розрядів власних назв. Безперечно, це стосується робіт різного характеру: Д. Г. Бучка, Ю. А. Грушевської, О. Ю. Карпенко, М. А. Курушиної, М. М. Торчинського, С. О. Шестакової, А. М. Янчишина. Проте, варто зауважити, що спеціальних монографічних праць із проблем

вивчення власних назв різних видів товарів, зокрема кухонної техніки немає, що й зумовлює **актуальність** нашого дипломного дослідження.

Об'єктом роботи є власні назви кухонної техніки.

Предмет аналізу – закономірності структурування, творення і функціонування номінацій такого виду.

Метою роботи є комплексний структурно-дериваційний, семантико-мотиваційний та функціональний аналіз власних назв кухонної техніки.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- з'ясувати суть поняття «товаронім» на матеріалі власних назв товарів;
- визначити місце власних назв кухонної техніки в онімному просторі;
- описати історію вивчення власних назв матеріальних об'єктів;
- окреслити, зібрати та систематизувати власні назви кухонної техніки;
- дослідити структурні, дериваційні, семантичні та мотиваційні особливості товаронімів такого виду;
- з'ясувати функціональні особливості технонайменувань в україномовному просторі;
- описати особливості вивчення ономастики та розробити систему вправ на застосування власних назв кухонної техніки у навчально-виховному процесі середньої та вищої школи;
- укласти реєстр номінацій кухонної техніки.

Джерельною базою дослідження є 344 номінації кухонної техніки, що зафіксовані у засобах масової інформації, на інтернет-сайтах, прайс-листах великих мереж магазинів.

Серед **методів** дослідження використано *суцільної вибірки* (для відбору власних назв певного характеру), *описовий* (для інвентаризації, класифікації та інтерпретації власних назв), *структурний* (для опису будови й кодифікаційних ознак товаронімів), *етимологічний* аналіз (для визначення семантичних, дериваційних та мотиваційних особливостей пропріативів), *кількісних підрахунків* (для виявлення продуктивності найменувань).

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому вперше здійснено комплексну характеристику найменувань кухонної техніки з погляду структурних, дериваційних, семантичних і мотиваційних особливостей. До наукового обігу введено нову онімну лексику, що пов'язано із термінопозначеннями, аналіз якої збагатить ономастичну теорію. Започатковане вивчення цієї групи товаронімів дасть можливість розширити ареал майбутніх наукових досліджень власних назв техніки.

Теоретичне значення дослідження полягає в ґрунтовнішому вивченні товаронімії в сучасній ономастичній науці, розмежуванні історичних етапів становлення системи машинонімів, уточненні й доопрацюванні терміносистеми, визначенні структурних, дериваційних, семантичних та мотиваційних особливостей власних назв кухонної техніки.

Практична цінність вивчення номінацій кухонної техніки полягає у введенні в науковий обіг значного пласту онімного матеріалу, що розширить можливості вивчення товаронімії та відіграє важливу роль у з'ясуванні їх утворення та побутування. Результати роботи можуть бути корисні під час вивчення мовознавчих дисциплін як у середній, так і у вищій школі, під час укладання словників власних назв та кодифікації основних положень правопису пропріальних одиниць української мови.

Апробація результатів роботи. Основні положення дипломної роботи викладені у статті та надруковані у збірнику «Поділля. Філологічні студії». Про результати дослідження доповідали на студентській науковій конференції у Хмельницькому національному університеті та Всеукраїнському науково-практичному семінарі «Проблеми слов'янської філології» Умань.

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури (75 позицій) і додатків. Загальний обсяг роботи – 80 с., з яких 71 с. – основного тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ТОВАРОНІМІЇ

1.1. Суть поняття «товаронім»

У життєдіяльності сучасної людини, на сьогодні, важливу роль відіграють власні назви матеріальних об'єктів. Саме тому, вони потребують вивчення з погляду різних наук, до прикладу маркетингу, економіки, психології, проте й мовознавства, оскільки беруть участь у формуванні мовної картини світу.

Власні назви будь-яких товарів входять до розряду товаронімії і варто зазначити, що серед ономастів і сьогодні виникають суперечки щодо природи походження цього поняття та його зарахування до складу прагматонімікону. Це зумовлено відсутністю критеріїв, які б дозволили чітко розмежувати прагматоніми і товароніми. У перших наукових працях, присвячених опису товаронімів, дослідники переважно описують прагматоніми, розглядаючи обидві групи номінацій як одне ціле.

Перші напрацювання у галузі ономастики, що стосуються назв на позначення матеріальних об'єктів призначених для продажу датуються 60-70 роками ХХ ст., і з часом такі студії ставали все вагомішими, що підтверджують праці: Д. Г. Бучка і Н. В. Ткачової, А. Л. Василевського, С. О. Горяєва, Н. О. Гурської, З. П. Комолової, І. В. Крюкової, В. М. Лейчика, Т. А. Соболевої, О. В. Суперанської, М. М. Торчинського, причому кожен із них часто по-своєму трактував сутність цих понять.

Наголошуючи на проблемних моментах у терміносистемі прагматонімів, М. М. Торчинський зауважує: «Для позначення серій однотипного товару в ономастиці немає усталеного терміна. Одні дослідники використовують термін *прагмонім* (А. В. Беспалова, С. О. Горяєв, З. П. Комолова, М. В. Лисаченко), інші – *словесний товарний знак* (В. М. Белих, Н. О. Гурська, О. В. Суперанська, Т. А. Соболева), ще інші – *товароніми* (І. В. Крюкова,

П. Т. Поротников), *ктематоніми* (А. Л. Василевський); можливі й інші варіанти терміносполук» [СОПУМ, с. 116].

О. В. Суперанська звернула увагу на товарні знаки, проте у своїх перших роботах зауважувала, що «товарний знак та його різновид – прагматонім – не може входити до класу онімів, оскільки його семантика є надто близькою до загальних назв» [Суперанська, 1973, с. 211–212].

Цей погляд на походження назв товарів підтримав і В. М. Лейчик, проте, дійшов висновку, що будь-яка назва, перш ніж стати товарним знаком, проходить стадію номенклатури [Лейчик, 1974, с. 23]. Саме тому, автор робить висновок, що деякі номенклатурні назви таки можуть бути онімами [Лейчик, 1974, с. 23].

Можливо, під впливом такого твердження О. В. Суперанська переглянула свої погляди і, у більш пізніх роботах зауважила: «товарні знаки індивідуалізують особливу властивість речей – бути чієюсь власністю, мати право на володіння товаром; у товарних знаках право володіння матеріалізується і сприймається предметно; саме тому прагматонім можна вважати власною назвою» [Суперанська, 1986, с. 61].

З 70 р. ХХ ст., співвіднесеність товароніма із власними назвами є визнаною, проте назрівають інші не менш важливі питання, що стосуються термінозначення, суті поняття, проте крізь призму прагматоніма.

Вперше термін «прагматонім» в науковий обіг введений З. П. Комоловою для визначення словесних товарних знаків, які вона зараховує до онімної лексики, зазначаючи: «З різних груп власних назв, таких як топоніми, антропоніми, астроніми та інші, виділяється широка, але малодосліджена група власних назв товарів, які називають товарними марками чи словесними товарними знаками, наприклад: *Росія* – товарна марка годинника ... Виділяючи ці власні назви в окрему групу ономастики, ми пропонуємо для них термін «прагмоніми», утворений із грецьких слів *pragma* – річ, товар та *onum* – ім'я» [Комолова, 1974, с. 333].

Під час дослідження номінативних інтенцій суб'єкта ономастичної номінації С. О. Горяєв, також використовує термін «прагмонім» для позначення номенклатурних лексичних одиниць, при цьому протиставляє такі одиниці словесним товарним знакам [Горяєв, 1999, с. 26].

У першому виданні «Словника російської ономастичної термінології» Н. В. Подольської зазначає: «Прагматонім – номен для окреслення сорту, марки, товарного знака» [Подольська, 1988, с. 113]. Слово «номен» підкреслює лінгвістичний статус, як власної назви. У другому виданні словника авторка розширює опис, зауважуючи: «Прагматоніми – розряд онімів, що об'єднує різні категорії власних назв, які мають денотати у прагматичній сфері діяльності людини, пов'язані практикою та предметною сферою» [Подольська, 1988, с. 110]. Як бачимо, дослідниця оперує синонімічними термінами «номен», «прагматонім» і «товарний знак», розмежовуючи їх за сферами функціонування (номен – наука і техніка, товарний знак – юриспруденція, прагматонім – економіка), але в будь-якому випадку зараховує їх до розряду власних назв [Дзюба, 2014, с. 19].

Зокрема, Ю. А. Грушевська прагматонімами визначає як власні назви, денотат яких перебуває у матеріальній сфері діяльності людини і які вживаються в рекламних текстах, представлених торговими знаками, торговими марками, фірмонімами [Грушевська, 2005, с. 62].

У монографії «Структура онімного простору української мови» М. М. Торчинський стверджує: «Прагматоніми (від грец. *πραγμα* – «предмет, річ») – це власні назви тих об'єктів, які мають безпосереднє відношення до матеріальної сфери діяльності людини» [СОПУМ, с. 111].

Д. Г. Бучко і Н. В. Ткачова у «Словнику української ономастичної термінології» дають власну дефініцію терміна: «Прагматонім – вид хрематоніма, власна назва одиничного виробу, предмета побуту, напр.: сорт яблук «Симиренка», «Слава переможцям» [Бучко, 2012, с. 152]. Однак ще раніше Т. О. Соболева й О. В. Суперанська зазначали, що «...прагматоніми мають схожість із хрематонімами, але вона чисто зовнішня» [Суперанська,

1986, с. 65]. І хрематоніми, і прагматоніми описують предмети матеріального світу, проте хрематоніми дають назву одиничним товарам, (наприклад, діамант «*Шах*», «*Кох-і-Нор*»), а товарні знаки надають товарам, які часто змінюють свою назву або назва поширюється на інший товар (наприклад: «*Adidas*» – раніше це була назва лише предметів одягу, зокрема спортивного, а сьогодні наявна і парфумерна лінія «*Adidas*») [Фоменко, 2009, с. 25].

Аналіз наведених вище термінопозначень для номінацій матеріальних об'єктів дозволяє зробити висновок, що прагматоніми об'єднують у собі велику кількість лексичних груп, причому серед них простежується така ж градація, як і в інших онімних класах.

Отже, на думку М. М. Торчинського до прагматонімів відносяться архітектуроніми, хрематоніми, порейоніми і товароніми» [СОПУМ, с. 190].

Ми погоджуємося з таким трактуванням складників прагматонімії як сукупності найменувань матеріальних об'єктів, до якої належать власні назви споруд – *архітектуроніми*, одиничних предметів – *хрематоніми*, транспортних засобів – *порейоніми* і товарів – *товароніми*. Порейоніми в ономастиці є узвичаєним термінопозначенням, як і хрематоніми, сутність яких дослідники, проте, часто тлумачать по-різному; не викликає істотних заперечень й існування архітектуронімів. Таким чином, лише товароніми як підсектор прагматонімів потребують детального коментування [Янчишин, 2019, с. 29].

В ономастичній науці на окреслення власних назв товарів присутня значна кількість термінів, оскільки такі назви вивчаються різними науками, зокрема: товаронім, товарний знак, прагматонім (прагмонім), рекламне ім'я (рекламна назва), бренд.

Питання вибору відповідного терміна для позначення найменування серійних виробів залишається дискусійним і на сьогодні.

На нашу думку, поняття «прагматонім» є окресленням значної кількості класів онімного простору, до якого входять і товароніми, як зазначалося нами вище; «рекламне ім'я» («рекламна назва») та «бренд» термінологія, якою

послугується маркетинг, оскільки в основі репутація, визнання товару певного виду; «товарний знак» має юридичне поняття на означення права власності.

Проаналізувавши систему відповідних термінопозначень, можемо зробити висновок, що найбільш коректним і точним позначенням для власної назви товарів є термін «товаронім» [Янчишин, 2019, с. 31].

Додаткового тлумачення потребує система відтермінологічних похідних, якими послугується галузь ономастики, пов'язана з найменуваннями таких об'єктів:

товаронімізація – процес утворення власних назв товарів; товароніміка – розділ ономастики як науки про власні назви товарів; товаронімікон – список, словник товаронімів;

товароніміст – науковець, що вивчає товароніми;

товаронімічний – прикметник, утворений від терміна «товароніміка»;

товаронімія – сукупність власних назв товарів [Янчишин, 2019, с. 32].

Отже, **товаронім** – це переважно штучний онім, пов'язаний із матеріальною сферою людського життя, що описує власну назву окремого товару, тобто об'єкта, призначеного для продажу чи обміну [Янчишин, 2019, с. 32].

1.2. Систематизація власних назв кухонної техніки

Історія формування термінологічної системи ономастичної науки сягає ще часів Києво-Могилянської академії, не зважаючи на те, систематизація власних назв фактично розпочалася лише у XIX ст. Проте, тільки у другій половині XX ст. було закладено підґрунтя наукової типології ономастикону, основоположниками якої можна безперечно вважати таких науковців як: А. О. Білецького, К. Й. Галаса, Ю. О. Карпенка, І. І. Ковалика, В. В. Німчука, Н. В. Подольську, Я. О. Пуру, Я. Свободу, О. С. Стрижака, К. К. Цілуйка, П. П. Чучку та ін.

Розробка термінологічної системи ономастичної науки має досить насичену градацію термінопозначень різних класів власних назв. Проте, варто зазначити, що на сьогодні існує проблема розробки термінологічної структури, що стосується не лише власних назв кухонної техніки, але і товаронімікону в загальному.

Прогалини у структуруванні власних назв товарів намагався заповнити М. М. Торчинський [СОПУМ, с. 210-214], який запропонував досить чітку систематизацію таких пропріальних одиниць. Автор на основі визначальної для споживачів ознаки розрізняє: **гастроніми** – власні назви різних продовольчих товарів: солодоців, напоїв тощо, а також ліків; та **ангастроніми** – власні назви різних непродовольчих (промислових) товарів: автомобілів, телевізорів, холодильників, меблевих гарнітурів тощо [СОПУМ, с. 210]. Крім того, дослідник пропонує «основні» власні назви таких товарів кваліфікувати як **марконіми** (від «[нім. Marke] – ... 2) фабричне клеймо, знак фірми на виробках, товарах; 3) тип виробу, сорт, якість»), а більш «детальні» різновиди вважати **сортонімами** (від «[франц. sorte < лат. sors (sortis) – частина, різновид] – рід товару, що має певні якісні ознаки, гатунок» [СОПУМ, с. 212].

«Таким чином, увесь товаронімікон (і гастроніми, й ангастроніми) складається із сортонімів як одиничних, неповторюваних, більш детально не членованих назв товарів, а наявність торгових марок, узагальнених найменувань певних товарів зумовлює функціонування марконімів. По суті, це своєрідне подвійне найменування товару, на зразок антропонімів: «прізвища» як більш загальної назви та «імені» як диференціатора, більш конкретного засобу розрізнення денотатів» [СОПУМ, с. 214].

О. М. Тепла, кваліфікуючи різновиди товаронімів, об'єднує у межах цього класу найменування: побутової техніки; автомобільної техніки; продуктів харчування та напоїв; засобів побутової хімії; інших предметів людської діяльності, зокрема квітів, меблів, посуду тощо [Тепла, 2011].

М. М. Торчинський у монографії «Структура онімного простору», зазначає, що будь-які класи власних назв можуть бути деталізовані, що дасть можливість їх вивчення як окремої групи власних назв [СОПУМ, с. 214].

Саме тому, варто звернути увагу на власні назви кухонної техніки, яка відіграє важливу роль у житті кожного, оскільки ми щодня нею користуємося як у побуті, так і в мовленні.

Структуру термінопозначень такого виду у своїй дисертаційній роботі частково описав А. М. Янчишин, крізь призму власних назв для ідентифікації механізмів, що активно використовуються у побуті для полегшення так званих домашніх робіт, тобто сервісмашинонімів [Янчишин, 2019, с. 63]. Автор у своїй роботі до сервісмашинонімів зараховує:

аерогрильоніми – найменування пристроїв, що використовуються для смаження («[< грец. *aer* – повітря] – повітряний» [ССІС, с. 28]; « [< франц. *Griller* – смажити]» [ССІС, с. 191]): «*Вест*» (англ. «*West*»), «*Вімар*» (англ. «*Vimar*»);

айроніми – найменування прасок («[англ. *iron* – праска]» [4, с. 799]): «*Браун Текстиль 7 TiCi 735 TiPi*» (англ. «*Braun TexStyll7 TS 735 TP*»), «*Філіпс Ажур Еліте ЖіСі5036/20*» (англ. «*Philips Azur Elite GC5036/20*»);

арідоніми – номінації апаратів для сушки овочів і фруктів («[від лат. *arida* – сухий]» [Чураков, 2005, с. 21]): «*Термія Н086*», «*Гореньє*»;

блендероніми – власні назви настільних електроприладів, призначених для подрібнення їжі, готування емульсій, пюре, збивання напоїв, мусів тощо, а також розколювання льоду («[від англ. *blender* – змішувач]» [Чураков, 2005, с. 96]): «*Браун МКю 535*» (нім. «*Braun MQ535*»), «*Бош МСМ671Кс0*» (нім. «*Bosch MSM671X0*»);

вакуоніми – номінації пристроїв (пилосмоків), які створюють розрідження повітря за допомогою повітряного компресора, що дозволяє їм всмоктувати пил і бруд («[<лат. *vacuum* – вакуум, пустота]» [ССІС, с. 128]): «*Буран*», «*Рубін*»;

вошероніми – власні назви електропобутових машин для прання («[від

англ. *washer* – прати, чистити]» [АУС, с. 1548]): «*Агат*», «*Ауріка*»;

джусмашиноніми – номінації приладів для виготовлення соку («[англ. *juice* – сік]» [АУС, с. 248]): «*Журавлінка*», «*Росинка-106*»;

електрооуеноніми – власні назви електротермічних пристроїв, що мають закритий робочий простір, у якому здійснюється процес електронагрівання («[від англ. *oven* – піч]» [АУС, с. 1123]): «*Містері Мот-3325*»(англ. «*Mystery Mot-3325*»), «*Скарлет Ск-Іо93с01*» (англ. «*Scarlett Sc Eo93s01*»);

електрорадоніми – найменування електричних пристроїв для гоління («[лат. *radet* – голити, голитися]» [Чураков, 2005, с. 111]): «*Харків 650*», «*Чайка 2*»;

йогуртмашиноніми – номінації невеликих електричних побутових приладів, які використовуються для приготування в домашніх умовах йогурту, кефіру, сметани, сиру та інших кисломолочних продуктів («[< англ. *yogurt* < тур. *yogurt*]» [ССІС, с. 320]): «*Клетронік ІСМ 3594*» (нім. «*Clatronic ІСМ 3594*»), «*Сатурн СТ-ФП851*»;

калорифероніми – власні назви теплообмінних апаратів, у яких повітря нагрівається теплоносієм через поверхню, що їх розділяє («[< франц. *calorifere* < лат. *calor* – тепло, жара і *fero* – несу]» [ССІС, с. 326]: «*Балу*» (англ. «*Ballu*»), «*Делонгі*» (італ. «*Delonghi*»);

калькулятороніми – номінації калькуляторів (від «[англ. *calculator*, лат. *calculatio* – підраховування]» [ССІС, с. 326]): «*В'ятка*», «*Електроніка*»;

кондиціонероніми – найменування пристроїв для охолодження повітря в житлових або виробничих приміщеннях (від «[англ. *conditioner* < *condition* (*conditions*) – умова, стан]» [ССІС, с. 373]): «*Аукс Аесве-Аш07А4 Іон*» (англ. «*AUX ASW-H07A4 ION*»), «*Електролюкс*» (англ. «*Electrolux*»);

кулероніми – власні назви холодильників (англ. *cooler* – охолоджувач, радіатор, холодильник» [АУС, с. 67]): «*Дніпро 2М*», «*Норд*»;

лебетоніми – номінації електроприладів для нагрівання питної води («[від лат. *lebetem* – чайник]» [Чураков, 2005, с. 76]): «*Аріет*» (англ.

«*Ariete*»), «*Кенвуд*»(англ. «*Kenwood*»);

мінсероніми – найменування пристроїв для подрібнення м'яса («[від англ. *mincer* – м'ясорубка]» [АУС, с. 88]): «*Белвар Помічниця КЕМ-П2У/302-01*», «*Гореньє Емджі 1600В*» (слов. «*Gorenje MG 1600W*»);

міксероніми – власні назви пристроїв, призначених для механічного перемішування, створення однорідної маси і її тимчасової підтримки різних за складом рідких і сипучих речовин (від «[англ. *mixer* – змішувач < *mix* – змішувати] [ССІС, с. 456]): «*Аврора*», «*Вітек*» (лат. «*Vitek*»);

мультивароніми – номінації багатофункціональних побутових кухонних електроприладів з програмним управлінням, призначених для приготування широкого спектра страв в автоматичному режимі («[< лат. *multum* – багато]» [ССІС, с. 469]): «*Молінекс*» (франц. «*Moulinex*»), «*Реймонд*» (англ. «*Redmond*»);

скуліоніми – найменування електромеханічних установок для автоматичного миття посуду («[від англ. *scullion* – посудомийка]» [АУС, с. 986]): «*Занусі*» (італ. «*Zanussi*»), «*Сіменс*» (англ. «*Siemens*»);

тостероніми – власні назви пристроїв із живленням від електромережі, призначених для швидкого підсмажування плоских шматків хліба (тостів) (← «[англ. *toaster* < лат. *panistostus* – підсмажений хліб]» [ССІС, с. 679]: «*Греф*» (нім. «*Graef*»), «*Петра*» (італ. «*Petra*»);

файроніми – номінації газових плит («[від лат. *fire* – вогонь]» [АУС,с.57]): «*Кейсо*» (італ. «*Caso*»), «*Принцес*» (англ. «*Princess*»);

феноніми – власні назви електричних приладів, що генерують спрямований потік підігрітого повітря (← «[англ. *fan* <лат. *vannus* – віялка]» [ССІС, с. 706]): «*Бабіліс*» (франц. «*Babylliss*»), «*Боман*» (нім. «*Bomann*») [Янчишин, 2019, с. 64-66].

Варто зауважити, що сервісмашиноніми об'єднують значну кількість груп власних назв, зокрема і номінації на позначення великої, дрібної, кліматичної побутової техніки, приладдя особистої гігієни, які потребують уточнення, доопрацювання та дослідження.

Онiми на позначення кухонної технiки – це власнi назви пристроїв, що знаходяться у спецiально пристосованому примiщеннi i використовуються безпосередньо або опосередковано для приготування або зберiгання їжi. До власних назв кухонної технiки ми зараховуємо: *блендеронiми, джусмашинонiми, кулеронiми, лебетонiми, електроовенонiми, мiксеронiми, мультиваронiми, файронiми*. Проте, на сьогодні, досить популярним механiзмом серед кухонної технiки є i пристрої для приготування кави рiзної складностi, зокрема *кофiмашинонiм* (вiд англ. «coffee machine» – кавова машина + онiм).

Пiд час вивчення власних назв таких механiзмiв ми виявили значну кiлькiсть пропрiативiв рiзних класiв, проте, бiльша їх частина є менш цiкавою для нас, зокрема це iноземнi назви, якi ми не будемо залучати до кола свого дослiдження, оскiльки вони не пiддаються вивченню з погляду сучасної української лiтературної мови. У загальному об'єкті нашого дослiдження є товари, що виробляються в Україні, за її межами (через певнi полiтичнi, економiчнi чи iншi причини), проте є українськими або лексеми такого виду активно функцiонують в мовленнi українцiв та мають їх вiдповiдники.

1.3. Iсторiя вивчення товаронiмiї

Вперше увагу на поняття номiацiй товарiв звернув Р. М. Майєр, який пiд час опису «рекламних слiв», по-сутi розробив класифiкацiю товаронiмiв та зауважив, що це особливий клас лексики, який потребує дослiдження [Meyer].

Iсторiя дослiджень присвяченим товаронiмiї пов'язана iз iменами таких науковцiв, як К. Бюлер (K. Buhler), I. Гiлдой (Y. Gylden), С. Якобсон (S. Jacobson), М. Хамата (M. Hamata), В. Жеверс (V. Gevers), Е. С. Савiн - Лазарева, В. А. Москович [Мордвiнова, 2008, с. 3], якi звернули увагу на новий клас лексики, що потребував окреслення, опрацювання, класифiкацiї.

Значної уваги власним назвам товарів у своїх роботах надала В. А. Москович. Зокрема, у статті «Товарні знаки» авторка здійснила поділ товаронімів на зображувальні, словесні та комбіновані [Мордвінова, 2008, с. 252]. На той час науковці не могли визначити головного чинника – природи цього розряду лексики. Саме тому В. А. Москович допускає хибної думки, вважаючи оніми апелятивами, а процес онімізації – явищем новотвору.

З початку 70 років ХХ ст. науковці поставили перед собою завдання уточнити суть поняття «товаронім», окреслити межі та дослідити складники цього класу. На цей період припадають дослідження таких науковців, як Р. Є. Березникова, В. Д. Бондалетов, Н. В. Подольська, Т. А. Соболева, О. В. Суперанська, Л. М. Щетинін, причому дослідники представляли два напрями: одні з них назви товарів відносили до сфери апелятивів, інші – до онімів.

Л. М. Щетинін звернув увагу на товароніми у роботі «Слова, назви, речі», у якій описав загальнотеоретичні питання щодо творення і побутуванню цього виду лексем, зауваживши: «Товарний знак є найбільш продуктивним розрядом сучасних онімоподібних утворень» [Щетинін, 1966, с. 89].

Опису товарних знаків стосується низка праць О. В. Суперанської, зокрема: «Загальна теорія власної назви» [Суперанська, 1973а], «Термінологія й ономастика» [Суперанська, 1973б], «Товарні знаки» [Суперанська, 1986]. У цих роботах авторка піднімає питання вивчення особливого виду лексики, крізь призму приналежності товароніма до онімного простору, розробки терміносистеми та теоретичних засад їх вивчення.

У статті «Структурно-семантичні і морфологічні особливості словесних товарних знаків (на матеріалі англійської мови)» Н. О. Гурська описує прагматоніми, зокрема й товаронімів, із погляду їх творення, де зауважує: «Для складених прагмонімів важливим є те, що вони виражають два

елементарні поняття, об'єднані в одне ціле спільністю відображеної реалії» [Гурська, 1975, с. 42].

Н. В. Подольська у першому виданні «Словника російської ономастичної термінології» звернула увагу на особливі власні назви, що потребують ґрунтовнішого та ретельнішого дослідження. Крім того, авторка у коло обігу вводить нові терміни, зокрема «прагматонім», що в наступних редакціях словника замінені на «товарний знак» [Подольська, 1988, с. 127].

Питання термінопозначення різних класів лексики піднімав В. Д. Бондалетов та у одній із своїх робіт зазначив: «Власні назви нерідко отримують предмети матеріальної культури, науки, техніки (музичні інструменти, ювелірні вироби, пароплави, космічні кораблі), а також витвори духовної культури (книги, журнали, опери, музичні передачі). Для їх позначення поки немає загальноприйнятого терміна; їх називають ктематонімами (від грец. Ktematos – «діло» і onoma – «ім'я, назва»)» [Бондалетов, 1983, с. 6]. Описуючи методи дослідження власних назв, автор використовував власні назви автомобілів, на зразок «Жигулі» чи «Лада», розглядаючи їх з точки зору концепції звукового символізму [Бондалетов, 1983, с. 71].

Значний внесок у розвиток прагматонімії й товаронімії зробив В. М. Лейчик. Науковець розглянув власні назви товарів з погляду диференційних ознак та зауважив: «Від номенклатури відрізняються товарні знаки – юридично зареєстровані позначення, що допомагають розмежовувати товари (послуги) одних підприємств від товарів (послуг) інших. Такі товарні знаки охороняються законом, не можуть одночасно використовуватися для позначення різних предметів, мають бути милозвучними, зручними для вимови. Водночас і за способом творення, і за об'єктом називання, і за функцією в мовленні номенклатурні одиниці і товарні знаки нічим не відрізняються між собою, тому можливе об'єднання цих двох класів в один – номенклатурні одиниці» [Лейчик, 1982, с. 25]. Крім того, В. М. Лейчик

наголошує на особливостях словотворення таких слів та вводить поняття «телескопічні слова» [Лейчик, 1982, с. 80].

Напрацювання саме цих науковців заклали підвалини наукового вивчення як прагматонімії, так і товаронімії, що дало поштовх до більш глобальних досліджень, безпосередньо, що стосується особливостей та диференційних ознак цього класу онімного простору.

В українській ономастиці проблеми аналізу прагматонімів цілком або частково описують Д. Г. Бучко і Н. В. Ткачова, Ю. А. Грушевська, М. А. Курушина, О. В. Пеліна, М. М. Торчинський, С. О. Шестакова та інші науковці.

Перша дисертаційна робота присвячена власним назвам товарів була виконана лише у 2002 році С. О. Шестаковою [Шестакова, 2002], у якій було здійснено комплексний лексико-семантичний аналіз інновацій ергонімів і прагмонімів. У праці визначено їхній словотвірний статус у системі засобів сучасної української номінації на матеріалі 4 000 назв.

У дисертаційній роботі «Відонмастичні моделі товарних знаків та номенів у сучасній українській мові» М. А. Курушина [Курушина, 2007] уточнила лінгвістичний статус власних назв на позначення товарів в онімному просторі, обґрунтувала вживання термінів «словесний товарний знак» та «комерційний номен». Крім того, авторка визначила структуру, специфіку та роль різних груп онімів при творенні назв товарів. Фактично вперше у вітчизняному мовознавстві на рівні монографічного дослідження проаналізувала відонімні словесні товарні знаки.

М. М. Торчинський, розробляючи оновлену структуру українського ономастикону, звернув увагу і на систематизацію прагматонімів та історію їх вивчення. Зокрема, в бібліографічному покажчику «Історія ономастичних студій (дисертаційні дослідження, захищені в Україні у другій половині ХХ – на початку ХХІ століть») автор схарактеризував матеріал, що стосується вивчення власних назв матеріальних об'єктів [Торчинський, 2007]; та розробив типологію прагматонімів в цілому і товаронімів зокрема, визначив

їхні основні ознаки, запропонував схему аналізу товароніма як мовної одиниці.

Д. Г. Бучко і Н. В. Ткачова в «Словнику української ономастичної термінології» таким поняттям, як «прагматонім», «хрематонім» і «товарний знак», присвятили лише три словникові статті [Бучко, 2012].

Крім того, С. І. Лехніцька у статті «Структурно-семантичний і комунікативно-прагматичний потенціал найменувань лікарських препаратів» [Лехніцька, 2012] здійснила опис власних назв на основі дериваційних особливостей моделей номенклатурних одиниць.

У дисертаційній роботі Є. С. Білої «Англомовні ароматоніми: структурний, семантичний та когнітивний виміри» [Біла, 2018] значну увагу приділено мовній природі власних назв на позначення парфумів, що належать до прагматонімів. Методом репрезентативної вибірки з англомовних друкованих та електронних засобів масової інформації відібрано 2 000 одиниць та класифіковано щодо типів сенсорних модальностей власних назв і досліджено структурну організацію ароматонімів з урахуванням продуктивності словотвірних моделей.

А. М. Янчишин у роботі «Власні назви промислових товарів: типологія, походження і функціонування» здійснив комплексний структурно-дериваційний, семантико-мотиваційний та функціональний аналіз власних назв машин та апаратів [Янчишин, 2019].

Дисертаційна робота І. В. Ущатовської присвячена дослідженню соціолінгвальних характеристик та прагматичного функціонування мови бренду в різних комунікативних ситуаціях шляхом встановлення її структурно-семантичної організації на ґрунті мультимодального підходу [Ущатовська, 2020].

У статті О. М. Теплої «Атрактивна функція прагматоімів у рекламній комунікації» розглянуто проблемні питання, що стосується власних назв такого типу з погляду їх місця у системі ономастичної науки та виконання ними рекламної функції в контексті формули AIDA [Тепла, 2019].

В усіх названих нами наукових дослідженнях засвідчено різнобічний підхід до вивчення власних назв, зокрема пошук правильних, загальноприйнятих критеріїв аналізу як прагматонімів, так і товаронімів.

Крім того, варто зазначити, що не аби який вплив мали закордонні напрацювання науковців з Росії, США, Чехії, Німеччини та інших країн.

Так, у Росії вивчення власних назв товарів здійснюється крізь призму прагматонімії, крім того росіяни виділяють і товаронімію. Слід зазначити, що їх роботи здебільшого присвячені розробкам загальнотеоретичних проблем, проте висвітлення проблемних питань, трапляється епізодично. Більшість досліджень такого характеру стосуються дотичних наук, зокрема: економіки, маркетингу, юриспруденції.

Практичні аспекти вивчення власних назв у російському мовознавстві здебільшого здійснені на матеріалі дисертаційних робіт починаючи із 80 років ХХ ст. Насамперед, це стосується напрацювань таких науковців як: К. О. Дзюба, Т. В. Євсюкова, А. А. Ісакова, Н. Г. Мордвінова, М. Є. Новичіхіна, Т. О. Соболева, Е. А. Сотникова, О. В. Трифонова, О. С. Фоменко, Н. Л. Шведова та ін.

Метою дисертаційної роботи М. Є. Новичіхіної є «комплексний теоретичний опис феномена комерційної номінації» [Новичіхіна, 2004, с. 3]. Праця виконана на матеріалі російських комерційних найменувань різних типів і присвячена дослідженню терміна «комерційна номінація» [Новичіхіна, 2004, с. 3]. Крім того, авторкою розроблені методичні рекомендації щодо назвотворення ефективних комерційних назв.

Е. А. Сотникова у дисертаційній роботі «Ономастичний простір назв парфумерної продукції в російській мові» здійснила розгорнутий структурно-семантичний аналіз власних назв парфумерної продукції. У одному з розділів розробила тематичну класифікацію таких одиниць, що ґрунтується на практиці виділення семантичних полів і тематичних груп [Сотникова, 2006].

У дисертації «Словесні товарні знаки алкогольних напоїв» [Мордвінова, 2008] Н. Г. Мордвінова, здійснила опис товарних знаків російського і

чуваського походження. Дослідниця вирішила питання міжмовної інтерференції в галузі комерційних найменувань, простежила міжмовні паралелі та обґрунтувала розуміння окремих ономастичних термінів.

О. С. Фоменко у своїй науковій роботі вводить в обіг поняття «глобалізація прагматоніма», одночасно характеризує особливості сприйняття, функції і лінгвокультурну специфіку таких власних назв, а також семантичні та словотвірні особливості їх трансформації [Фоменко, 2009].

«Способи формування найменувань торгових марок (на матеріалі англійської, російської та французької мов)» [Дзюба, 2014] у дисертаційній роботі розглянула К. О. Дзюба, яка вперше здійснила вивчення товаронімикону в діячності, обґрунтувавши необхідність використання когнітивного підходу до розгляду процесу назвоутворення торгових марок, який передбачає комплексний опис розумових і мовних структур знань, що лежать в основі формування таких онімів.

Окремі ознаки товаронімів описують (іноді досить ґрунтовно) у працях французькі дослідники Д. де ля Булейе, Ж. Рей-Дебув, П. Сіблот, К. Февр - Пермет та ін. Зокрема, у книжці «Як створити власну назву доменного імені» К. Лалан-Гобет аналізує основні етапи формування назв торгових знаків, розглядає їхній можливий словотворчий потенціал і стилістику найменувань, звертає увагу на контекстуальні особливості їх використання, з'ясовує лінгвокультурологічний аспект функціонування таких пропріативів [Янчишин, 2019, с. 51].

Отже, можна зробити висновок, що прагматоніми в цілому, як і товароніми активно почали вивчатися лише протягом останніх кількох десятиліть, що й підтверджує актуальність вивчення власних назв такого виду.

Висновки до розділу 1

1. Власні назви будь-яких товарів входять до розряду товаронімії, проте, серед ономастів і сьогодні виникають суперечки щодо природи походження цього поняття, його зарахування до складу прагматонімікону, термінопозначення та інші. Проаналізувавши значну кількість праць, варто зазначити, що **товаронім** – це переважно штучний онім, пов'язаний із матеріальною сферою людського життя, що описує власну назву окремого товару, тобто об'єкта, призначеного для продажу чи обміну.

2. Серед спроб систематизації власних назв товарів на особливу увагу заслуговує поділ марконімів і сортонімів та гастронімів й ангастронімів. У складі останніх виокремлюються машиноніми – власні назви різних механізмів різної складності, зокрема й сервісмашионіми.

3. Оніми на позначення кухонної техніки – це власні назви пристроїв, що знаходяться у спеціально пристосованому приміщенні і використовуються безпосередньо або опосередковано для приготування їжі.

4. До власних назв кухонної техніки ми зараховуємо такі класи як: блендероніми, джусмашиноніми, кофімашиноніми, кулероніми, лебетоніми, електроовенонім, міксероніми, мультивароніми, файроніми.

5. Історія вивчення товарів, пов'язана з іменами таких дослідників, як А. Л. Василевський, З. П. Комолова, Т. А. Соболева, О. В. Суперанська, Є. В. Трифонова, Н. Л. Шведова, чії роботи присвячені дослідженню та опису загальнотеоретичних питань із проблем термінопозначення та формування структури як прагматонімії, так і товаронімії.

6. В Україні товароніми почали досліджувати лише у ХХІ ст., це, безпосередньо, стосується робіт Д. Г. Бучка, Ю. А. Грушевської, О. Ю. Карпенко, М. А. Курушиної, М. М. Торчинського, С. О. Шестакової та інших. Спеціальних ґрунтовних праць, присвячених дослідженню власних назв кухонної техніки немає, що підкреслює вагомість нашого дослідження.

РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-ДЕРИВАЦІЙНІ, СЕМАНТИКО-МОТИВАЦІЙНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЛАСНИХ НАЗВ

2.1. Продуктивність власних назв кухонної техніки

Товароніми або як зазначає Д. Г. Бучко «товарні знаки» – це власні назви певної марки, типу, сорту товару, що однаковою мірою стосується кожного екземпляра в цій серії й усієї серії в цілому пор. численні назви алкогольних напоїв, продуктів харчування, парфумерної продукції і под. [Бучко, 2012, с. 172-173]. У загальному назвотворення власних назв товарів різного виду залежить від типу предмета, що йменується, його характеристик з різних поглядів, окремо: історичних, економічних, політичних, тенденцій моди.

Під час дослідження власних назв кухонної техніки, що функціонує на території України, нами було зафіксовано 344 пропріативи, до прикладу: «Бірюса 136 RL», «Елна-010Н», «Марія МР-2».

Варто зауважити, що через певні соціальні, політичні, історичні та економічні процеси відбувся взаємообмін та збагачення ринку технонайменувань, результатом чого стало поповнення власних назв. До сьогодні серед українців у побуті функціонують старі види техніки, російськомовного походження, як наслідок кооперативного типу власності колишнього СРСР, що вважаються вітчизняними. Серед зареєстрованих номінацій кухонної техніки таких назв 46 (13,37 %: «Добриня» (рос. «Добрыня»), «Мрія» (рос. «Мечта»), «Орськ 161-05» (рос. «Орск 161-05»)). Цікавим є те, що інколи серед назв, до складу сортоніма входять іншомовні лексеми на позначення зовнішніх ознак, зокрема із англійської мови. Таких пропріативів ми зафіксували 10 (2,9%: «Аксинья КС-307В Блек/Ред» («Аксинья КС-307В Black/Red»), «Крапелька 3911 Грін» («Крапелька 3911 Green»), «Ладомир 2 Ред» («Ладомир 2 Red»)).

У загальному, серед власних назв кухонної техніки продуктивністю відзначаються кулероніми (146; 42,44 %: «Дніпро DRT 50 022», «Мінськ-Атлант», «Океан CFD-4350»). Варто зазначити, що продуктивність власних назв холодильників пояснюється широким колом їх застосування, зокрема, їх активне використання та виробництво власне вітчизняного походження фіксуємо з 1946 року. Саме цей факт зумовлює використання та поширення значної кількості марок (16; 10,96 %: «Комфорт», «Крихітка», «Океан»), крім того власні назви ускладнюються сортами (130; 89,04 %: «Дніпро DRT 50 022», «Океан CFD-4298»). Значна кількість сортів пояснюється прогресивним виробництвом товару такого виду, в основному на кожну марку в середньому припадає 8 сортів. До прикладу найбільше сортів фіксуємо відносно таких торгових марок як: «Океан» (36 сортів: «Океан MRF 115», «Океан RD-3185», «Океан RFD-2113»); «Бірюса» (32 сорти: «Бірюса 139D», «Бірюса 143SN No Frost», «Бірюса 144SN No Frost»); «Дніпро» (13 сортів: «Дніпро DRT 50 022», «Дніпро ДМ-161-010 А+», «Дніпро ДМ-161-010»).

Удвічі менше трапляються фایроніми (82; 23,84 %: «Електроплита 2000», «Елна-002Н», «Злата 231Т»). Саме така продуктивність пояснюється попитом на власні назви електроплит, що пов'язана із певними особистими переконаннями користувачів, технічними вимогами помешкання та дизайнерськими тенденціями у світі моди. Серед такої кількості власних назв ми зафіксували 13 моделей, до прикладу: «Діва», «Електроплита», «Мрія». Ми зареєстрували 69 сортів, в середньому на марку припадає 5 сортів. Найпродуктивнішими марконімами, відносно сортонімів відзначаємо: «Елна» (18 сортів: «Елна-100Ц», «Елна-101», «Елна-101А»), «Леміра» (18 сортів: «Леміра ЕПТ2-Т 1-1,0», «Леміра ЕПТ2-Т 1-1.0/220», «Леміра ЕПТ2-Т 2-2.0/220»); «ЗВІ» (13 сортів: «ЗВІ 5010 чорна», «ЗВІ 5020 чорна», «ЗВІ 503»).

Серед власних назв кухонної техніки відзначаємо й джусмашиноніми (24; 6,98 %: «Еліксир СВСА-309», «Помічниця СВПП-201», «Струмок СВПП-301М»). Застосування електросоковитискачів, на сьогодні, досить

популярне, проте значна кількість людей використовує застарілу методику, що значно знижує функціонування власних назв такого типу у мовленні. Найпопулярніших моделей соковитискачів українського походження ми зареєстрували 9, зокрема: «Еліксир», «Нептун», «Помічниця». Стосовно сортового різномаяття, яких фіксуємо 15, то на одну назву припадає в середньому 1,67 сортів. Безпосередньо часто трапляються такі сорти джусмашинонімів стосовно марконімів: «Аксіон» (4 сорти: «Аксіон СЦ 22», «Аксіон СЦ 32.01 Джус», «Аксіон СЦ 32.02 Турбо»); «ТШМ» (3 сорти: «ТШМ-1», «ТШМ-2», «ТШМ-2М»).

У порівнянні із джусмашинонімами таку ж продуктивність мають і електролебетоніми (24; 6,98 %: «Аероплан», «Маяк ЕЧК 0,5/0,5-220», «Фея 815»). Побутування як у господарстві, так і у мовленні українців пропорційне, саме тому, продуктивність цього предмета пов'язана із взаємозаміною способу його використання іншими. Всього нами було зафіксовано 9 моделей електрочайників («Аероплан», «Попелюшка», «Проф-Прес») та 15 їх сортів («Крапелька 3911 Грін», «Маяк ЕЧ 1,7/1,2-220», «Фея 2010А»). У середньому на модель припадає 1,67 сортів, найпродуктивнішими є: «Великі Ріки» (3 сорти: «Великі Ріки Дон-1», «Великі Ріки Амур-1», «Великі Ріки Нева-1»); «Зоря» (3 сорти: «Зоря 258-01», «Зоря 256-01», «Зоря 256-03»); «Майстриня» (3 сорти: «Майстриня ЕК-1801Г», «Майстриня ЕК-1801М Капучіно», «Майстриня ЕК-1801Г»).

Приблизно така ж продуктивність електроовенонімів (23; 6,69 %: «Електропіч МРМ МРЕ-05 / Т», «ЕЛПА 3А», «Оксана ЕШП-220»). Серед власних назв електропечей різного виду, нами було нараховано 11 моделей, наприклад: «Гуцулка», «Електропіч», «Карпати». Безпосередньо сортів зареєстровано 12, тобто на 1 модель 1,09: «Витязь» (3 сорти: «Витязь 1379 МП20-700», «Витязь 1478 МП20-700-5», «Витязь 1378 МП20-700-5»); «ЕЛТА» (2 сорти: «Елта ВШЕ 14 ВВ Блек», «Елта ВШЕ 13 ХВ»); «Харків» (2 сорти: «Харків 2М», «Харків-1»).

Міксеронімів нами зафіксовано 16 (4,65 %: «*Ведуга МВР – 203*», «*Страуме ВР-301*», «*Хортиця РВ-201*») одиниць. Проте, варто зауважити, що здебільшого пристрої, які ми засвідчили є старого зразка, оскільки на сьогодні відбулося удосконалення цього виду та можливі взаємозаміни, зокрема кухонними комбайнами, блендерами та ін. Зареєстровано 6 моделей («*Еліта*», «*Марія*», «*Рось*») та 10 сортів. У середньому по 1,67 сорту на модель: «*Еліта*» (2 сорти: «*Еліта ВР-201*», «*Еліта ВР-301*»); «*Рось*» (2 сорти: «*Рось МВР-302*», «*Рось МВР-301*»); «*Страуме*» (2 сорти: «*Страуме ВР-201*», «*Страуме ВР-301*»).

Значної активності набувають кофімашиноніми (15; 4,36 %: «*Добриня ДО-3602*», «*Росинка РОС-1008*», «*Яромір Яр-552*»), оскільки останніми роками зросла популярність кавового напою серед українців. Вітчизняних моделей власних назв машин різного виду для приготування кави, ми зафіксували 8: «*Ельво*», «*Кавоварка*», «*Паросток*». Стосовно сортонімів, то на кожен модель в середньому належить по 0,88 сорту, до прикладу: «*Василина*» (3 сорти: «*Василина КВ1-600 Блек Ред*», «*Василина КВ-600*», «*Василина ВА-700 Блек*»).

На сьогодні у господарстві та і у мовленні популярності набирають мультивароніми (7; 2,03 %: «*Бриз МХ 11*», «*Добриня Маки ДО-1009*», «*ОКА СВ-5050*») – це власні назви багатофункціональних побутових кухонних електроприладів із програмним управлінням, які призначені для приготування широкого спектра страв в автоматичному режимі. Зокрема, ми зафіксували лише 3 моделі вітчизняних мультиваронімів, до прикладу: «*Бриз*», «*Добриня*», «*ОКА*». Стосовно сортонімів, то це 4 одиниці, зокрема, найчастіше вони поєднуються із такими моделями: «*Добриня*» (2 сорти: «*Добриня ДО-1014*», «*Добриня Маки ДО-1009*»); «*Бриз*» (1 сорт: «*Бриз МХ 11*»); «*ОКА*» (1 сорт: «*ОКА СВ-5050*»).

Крім того, в порівнянні із мультиваронімами, таку ж кількість реєструємо блендеронімів (7; 2,03 %: «*Аксинья*», «*Аксинья КС-307В Блек/Ред*», «*ОТМ*»). Найчастіше трапляється 3 моделі, серед них: «*Аксинья*»,

«ОТМ», «Ротор». Стосовно ускладнення назви сортонами, то їх фіксуємо 4, в середньому це 0,75 сорту: «Ротор» (2 сорти: «Ротор Алтай», «Ротор 010-01»).

Продуктивність власних назв кухонної техніки залежить від багатьох чинників, зокрема: поширеності цього виду техніки, ступеня використання, взаємозамінності, індивідуальних характеристик. Крім того, відзначаємо перевагу власних назв сортів над моделями, що пояснюється розвитком та удосконаленням товару, що виробляється.

2.2. Структура технонайменувань

Структурну систематизацію пропріальних одиниць аналізували В. В. Денисюк, Ф. Міклошич, В. А. Никонов, В. В. Німчук, Н. В. Подольська, О. М. Селищев, О. В. Суперанська, М. М. Торчинський, М. Л. Худаш та інші ономасти.

Власні назви кухонної техніки ми поділяємо на прості, складні та складені.

Простою є однослівна номінація, «що складається з одного слова. Як власна назва, вона може бути результатом розкладу, складання, скорочення, а може бути ідентичною до апелятивного слова» [СОПУМ, с. 217–218]. Під час дослідження власних назв кухонної техніки нами було зафіксовано 56 (16,28 %: «Дарина», «Комфорт», «Харків») назв такої конструкції. Зокрема, більшість з них представлені номінаціями на позначення холодильників (16; 10,96 %: «Донбас», «Океан», «Орськ»), значно менше електроплит (7; 8,54 %: «Діва», «Злата», «Термія»), електрочайників (7; 29,17 %: «Зоря», «Крапелька», «Попелюшка»), крім того по 6 назв соковитискачів (25 %: «Нептун», «Салют», «Струмок»), електрочайників (26,07 %: «Витязь», «Гуцулка», «Оксана»), міксерів (37,5 %: «Марія», «Рось», «Хортиця»), рідко трапляються назви блендерів (2; 28,57 %: «Аксинья», «Ротор») та мультиварок (2; 28,57 %: «Бриз», «Добриня»).

Досить низький відсоток частотності простих машинонімів зумовлений домінуванням сортонімів, які зазвичай є складними чи складеними конструкціями, оскільки мають цифрові, буквені або словесні кваліфікатори, що вказують на додаткові характеристики певної моделі машини чи механізму [Янчишин, 2019, с. 99].

«До складних пропріальних одиниць належать однослівні двокореневі чи багатоосновні, які можуть бути власне композитами, афіксальними композитами чи аббревіатурами» [СОПУМ, с. 445]. Зазначимо, що такі оніми часто утворюються складанням двох чи більше повноцінних слів, їхніх основ або ще менших компонентів, які набувають своєрідного графічного вираження та мають індивідуальні формально-граматичні і семантичні ознаки окремого слова [Янчишин, 2019, с. 100].

Складних власних назв кухонної техніки ми зареєстрували 31 (9,01 %: «Елна-001Н», «Ладога-3», «ТШМ») онім. Продуктивністю відзначаються номінації на позначення електроплит (17; 20,73 %: «Електроплитка», «Елна-010», «Ладога-4»), майже втричі менше електропечей (5; 21,74 %: «Елекропіч», «Електротерм», «Промінь-2») та соковитискачів (4; 16,67 %: «СШ», «ТШМ», «ТШМ-2М»), одинично трапляються назви блендерів (14,29 %: «ОТМ»), електрочайників (4,17 %: «Проф-Прес») та мультиварок (14,29 %: «ОКА»).

Додатково зазначимо, що за формою складні власні назви кухонних пристроїв є:

- **юкстапозитами** (20; 64,51 %): «Елна-010», «Ладога-3», «Харків-1»;
- **аббревіатурами** (8; 25,81 %): «ЕЛПА», «ОКА», «СШ»;
- **композирами** (3; 9,68 %): «Електротерм», «Ладомир», «Яромір».

Складні власні назви такого виду характеризуються середньою продуктивністю, яка, проте, не завжди властива іншим різновидам пропріативів, зокрема антропонімам, топонімам та ін.

До складених назв належать дво- та багатослівні оніми, які своєю чергою поділяються на оніми-словосполуки, оніми-словосполучення та

оніми-фрази, причому перший тип М. М. Торчинський кваліфікує як поєднання повнозначної частини мови зі службовою, переважно з прийменником; другий – як безприсудкові структури сурядного чи підрядного типу; третій – як предикативні конструкції [СОПУМ, с. 234].

Відразу ж зазначимо, що складені власні назви кухонної техніки (передусім є підрядними словосполученнями, що описується моделлю «прикладка + пояснюване слово») – це основний тип пропріальних одиниць (257; 74,71 %: «Ведуга МВР-203», «Леміра ЕПТ 1», «Росинка СВ-1»).

Безпосередньо власні назви такої конструкції представлені номінаціями на позначення холодильників (130; 89,04 %: «Бірюса 131 RL», «Дніпро ДХ-271-010», «Океан CFD 4205»), вдвічі менше трапляється електроплит (58; 70,73 %: «Діва 009», «Злата 113Т», «Леміра ЕПТ 1-1,0»), та електрочайників (16; 66,67 %: «Великі Ріки Дон-1», «Зоря 256-03», «Маяк ЕЧ 1,7/1,2-220»), соковитискачів (14; 58,33 %: «Аксіон СЦ 32.02 Турбо», «Мотор Січ СБА-1», «Помічниця СВПП-201»), електропечей (12; 52,17 %: «Витязь 1379 МП20-700», «Оксана ЕШП-220», «Харків 2М»), міксерів (10; 62,5 %: «Еліта ВР-201», «Рось МВР-302», «Хортиця РВ-201») пристроїв для приготування кави (10; 60 %: «Василина КВ-600», «Росинка РОС-1008», «Яромир Яр-552») і по чотири блендери (57,14 %: «Аксинья КС-307В Блек/Ред», «Ротор Алтай», «Ротор 010-01»), мультиварки (57,14 %: «Бриз МХ 11», «Добриня Маки ДО-1009», «ОКА СВ-5050»).

Безперечно, вказаний тип пропріальних одиниць функціонує офіційно (у виробників, продавців, рекламних агентів тощо), проте в розмовному стилі переважно використовуються скорочені форми (без літерних і цифрових індексів), фактично – як марконіми [Янчишин, 2019, с. 108].

Серед власних назв кухонної техніки трапляються як двокомпонентні (101; 39,3 %: «Бірюса 122», «Морозко 4», «Орськ 24»), так і багатокомпонентні (156; 60,7 %: «Добриня ДО-3602», «Великі Ріки Нева-1», «Саратов 263 КШД-200/30») конструкції.

Схарактеризуємо компонентний склад двокомпонентних власних назв,

які в основному є утворюються за такою моделлю: **іменник + числівник** (98; 97,03 %): кулеронім «*Бірюса 131*», файронім «*Мрія 16*», лебетонім «*Фея 815*».

Проте, періодично фіксуємо й менш продуктивні поєднання, зокрема:

- **іменник + іменник** (2; 1,98 %): джусмашинонім «*Мотор Січ*», блендеронім «*Ротор Алтай*»;

- **іменник + прикметник** (1; 0,99 %): лебетонім «*Великі Ріки*».

Моделі багатокomпонентних власних назв кухонної техніки більш різнопланові. Серед них продуктивністю відзначаються такі конструкції, зокрема, трикомпонентні (104; 64,74 %):

- **іменник + іменник + числівник** (48; 46,15 %): кофімашинонім «*Добриня ДО-3602*», міксеронім «*Марія МР-2*», кофімашинонім «*Яромир Яр-552*»;

- **іменник + числівник + числівник** (31; 29,81 %): лебетонім «*Зоря 258-01*», кулеронім «*Бірюса 6-1*», кулеронім «*Орськ 161-05*»;

- **іменник + числівник + прикметник** (25; 24,04 %): кулеронім «*Бірюса 149D*», файронім «*Злата 113T*», лебетонім «*Фея 2010A*».

Незначну продуктивність мають інші менш продуктивні багатокomпонентні власні назви кухонної техніки (52; 35,26 %), які є поєднанням таких частин мов:

- **іменник + іменник + іменник + числівник + числівник** (23; 47,27 %): кулероніми «*Дніпро ДХ 212 010*» «*Дніпро ДХ 212-010*», «*Дніпро ДХ 243 010*»;

- **іменник + числівник + прикметник + іменник + числівник + числівник** (14; 25,45 %): електроовеноніми «*Витязь 1379 МП20-700*», «*Витязь 1478 МП20-700-5*», «*Витязь 1378 МП20-700-5*»;

- **іменник + іменник + прикметник + числівник** (7; 12,73 %): міксероніми «*Еліта ВР-201*», «*Еліта ВР-301*», «*Страуме ВР-201*»;

- **прикметник + іменник + іменник + іменник + числівник** (3; 5,45 %): лебетоніми «*Великі Ріки Дон 1*», «*Великі Ріки Амур 1*», «*Великі Ріки Нева 1*»;

- **іменник + іменник + числівник + прикметник** (2; 3,64 %):

кофімашиноніми «Василина ВА-700 Блек», «Василина КВ1-600 Ред»;

- *іменник + іменник + іменник + числівник* (1; 1,82 %): мультиваронім «Добриня Маки ДО-1009»;

- *іменник + числівник + іменник + числівник* (1; 1,82 %): кулеронім «Бірюса 228 С-3»;

- *іменник + прикметник + іменник + числівник* (1; 1,82 %): міксеронім «Хортиця РВ-201».

Характеризуючи складені пропріативи, О. В. Суперанська зазначала, що до їхнього складу входять основи та додаткові компоненти – букви, цифри. Такі елементи, як правило, несуть певну інформацію, яка може бути досить різноплановою, інколи замаскованою, становлячи собою ребус [Суперанська, 1986, с. 117– 118].

У загальному, можна стверджувати, що власні назви кухонної техніки – це лексичні одиниці специфічної структури, утворені і за стандартними, і за особливими моделями, часто в основі яких є інформативність, що стосується певного виду товару. Таким чином, саме власні назви товарів мають досить таки розгалужену систему підвидів, виокремлену на основі поєднання різнопланових елементів найменувань, більшість із яких за структурою є складними або складеними назвами. Саме така одноманітність, різко звужує словотвірний спектр, проте стрімко розширює лексико-семантичну базу і мотиваційну палітру власних назв кухонної техніки.

2.3. Дериваційні особливості власних назв

Власні назви товарів будь-якого виду є вторинними номінаціями, що підпорядковуються законам сучасної української літературної мови та утворюються за традиційними словотворчими моделями.

М. М. Торчинський у монографії «Структура онімного простору української мови» зауважує: «словотвірна класифікація власних назв ґрунтується на визначенні їхнього способу творення і є однією із найбільш

поширених та лінгвістично опрацьованих, оскільки на дериваційні особливості онімів постійно звернена увага дослідників» [СОПУМ, с. 358].

До вивчення власних назв з погляду словотворення зверталися Д. Г. Бучко, І. І. Ковалик, М. А. Курушина, В. О. Никонов, Є. С. Отін, Н. В. Подольська, О. В. Суперанська, М. М. Торчинський, С. О. Шестакова та інші ономасти.

Проте, варто зауважити, що на сьогодні, традиційно усі товароніми за словотвірними ознаками ми поділяємо на дві групи: утворені лексико-семантичним чи морфологічним способами.

С. О. Шестакова зазначає, що лексико-семантичний спосіб словотвору – один з основних способів поповнення номінативних засобів мови, під яким розуміється такий спосіб, коли звукова форма твірного слова (мотиватора), залишаючись незмінною, набуває нового значення і стає семантично похідною (мотивованою) [Шестакова, 2002, с. 7]. До його складу зараховуємо власне семантизацію, плюралізацію і акцентуацію, а також синтаксичний тип, які відіграють різну роль під час словотворення власних назв кухонної техніки.

Зокрема, власних назв утворених лексико-семантичним способом нами було зафіксовано 307 (89,24 %: «Бірюса 127», «Марія», «Мотор Січ») одиниць. Серед них найвищою продуктивністю відзначаються номінації холодильників (143; 97,95 %: «Памір», «Садко», «Саратов 105 КШМХ-335/125»), майже втричі менше назв електроплит (64; 78,05 %: «ЗВІ 430 Рослава», «Злата 231Т», «Леміра»), рідко трапляються електрочайники (20; 83,33 %: «Аероплан», «Великі Ріки», «Великі Ріки Дон 1»), соковитискачі (19; 79,17 %: «Мотор Січ СБЧ-1», «Нептун», «СШ»), електропечі (18; 78,26 %: «Еліта ВШЕ 14 ВВ Black», «Карпати», «Мрія МФ-3»), міксери (16; 100 %: «Еліта ВР-301», «Марія», «Страуме ВР-301»), пристроїв для приготування кави (15; 100 %: «Паросток», «Ельво», «Кавоварка») та по шість блендерів (85,71 %: «ОТМ», «ОТМ 210ТW», «Ротор») і мультиварок (85,71 %: «Бриз МХ 11», «Добриня», «ОКА»).

Продуктивністю характеризуються синтаксичні конструкції – це лише найменування-словосполучення (переважно сортоніми), які складаються з кількох повнозначних слів. Саме цей факт, ще раз наголошує на особливостях цього виду лексики, який поєднує в собі не лише назву, але й певні його характеристики, інформацію, що потребує розширення структури. Онімів такого виду ми зареєстрували 258 (75 %: «Аксіон СЦ 32.02 Турбо», «Леміра ЕПЧ-Т 1-1.5/2», «Саратов 263 КШД-200/30»). В основному це назви холодильників (129; 88,35 %: «Дніпро ДХ 212 310», «Орськ 167-01», «Саратов 569 КШ-220(12)») та електроплит (58; 70,73 %: «Злата 113Т», «Леміра 1.0», «Лисьва ЕПС 402МС»), менше фіксуємо номінацій електрочайників (16; 66,67 %: «Великі Ріки Амур 1», «Зоря 258-01», «Маяк ЕЧК 0,5/0,5-220»), соковитискачів (14; 58,33 %: «Аксіон СЦ 32.01 Джус», «Струмок СВПП-301М», «Салют СВПр-201»), електропечей (12; 52,17 %: «Витязь 1478 МП20-700-5», «Електроніч МРМ МРЕ-06Т», «Харків 2М»), пристроїв для приготування кави (11; 73,33 %: «Василина КВ1-600 Ред», «Добриня ДО-3602», «Росинка РОС-1008»), міксерів (10; 62,5 %: «Ведуга МВР – 203», «Еліта ВР-301», «Хортиця РВ-201») і блендерів (4; 57,14 %: «Аксинья КС-307В Блек/Ред», «Ротор Алтай», «Ротор 010-01»), мультиварок (4; 57,14 %: «Бриз МХ 11», «Добриня ДО-1014», «Добриня Маки ДО-1009»).

Із наведених прикладів видно, що не всі пропріальні одиниці, згідно з орфографічними стандартами, мають бути кваліфіковані як складені форми (наприклад, машиноніми «Блакить-120» / «Блакить 120» і «Електра-1001» / «Електра 1001» (другі варіанти) – це, по суті, складні номінації), однак при аналізі ми дотримувалися того маркування товару, яке пропонував виробник [Янчишин, 2019, с. 105].

Власні назви кухонної техніки – це лише найменування-словосполучення, до складу яких входять кілька повнозначних слів різного характеру, що несуть певну інформацію стосовно пристрою. Синтаксичним способом словотворення в основному утворюються номінації, що

ускладнюються сортонімами (255; 98,84 %: «Добриня ДО-3602», «Майстриня ЕК-1801М Капучіно», «Оксана ЕШП-220»), назв-марконімів реєструємо не багато (3; 1,16 %: «Великі Ріки», «Мотор Січ» «Ротор Алтай»).

З-поміж лексико-семантичного способу словотворення відзначаємо нижчу продуктивність семантизації (49; 14,24 %: «Василина», «Витязь», «Фаворит»), зокрема онімізації (22; 44,9 %: «Аксіон», «Богатир», «Мрія») та трансонімізації (27; 55,1 %: «Дарина», «Злата», «Орськ»). Кожен із цих різновидів пов'язаний із семантичними і граматичними змінами мовних одиниць. Збереження мотиваційних зв'язків між базовим словом і семантичним новотвором дозволяє відносити ЛССС в системі номінації ВН до явищ синхронічного плану [Шестакова, 2002, с. 7].

Трансонімізація – це перехід лексеми з одного розряду власних назв до іншого. Найчастіше таким способом утворюються оніми, що представлені номінаціями холодильників (6; 4,11 %: «Дніпро», «Мінськ», «Морозко») та електроплит (6; 7,32 %: «Діва», «Ладога», «Леміра»), електропечей (5; 21,74 %: «Карпати», «Оксана», «Харків»), пристроїв для приготування кави (4; 26,67 %: «Василина», «Добриня», «Ладомір»), міксерів (3; 18,75 %: «Марія», «Страуме», «Хортиця») та по одній назві блендерів (14,29 %: «Аксинья»), електрочайників (4,17 %: «Попелюшка») і мультиварок (14,29 %: «Добриня»).

Стосовно онімізації, то це такий різновид лексико-семантичного способу словотвору, при якому відбувається перехід загальної назви у власну без будь-яких структурних змін [Титаренко, 2016, с. 120]. Власні назви такого типу словотворення фіксуємо серед пропріативів на позначення холодильників (8; 5,48 %: «Комфорт», «Океан», «Світ») і соковитискачів (5; 20,83 %: «Аксіон», «Еліксир», «Салют»), менше електрочайників (3; 12,5 %: «Зоря», «Маяк», «Фея»), міксерів (3; 18,75 %: «Електроніка», «Еліта», «Хурделиця»), електропечей (1; 4,35 %: «Витязь»), мультиварок (1; 14,29 %: «Бриз»).

Морфологічний спосіб творення має такі різновиди як: афіксацію, безафіксий, складання, конверсію [СОПУМ, с. 311]. Ми зафіксували 37 (10,75 %: «ОКА», «Паросток», «Харків-1») власних назв кухонної техніки такого типу. Щоправда, різні його типи мають неоднакову активність. Продуктивністю відзначається складання (30; 81,08 %: «Мінськ-Атлант», «Морозко-301», «СШ-1») та афіксація, зокрема суфіксація (7; 18,92 %: «Гуцулка», «Крапелька», «Майстриня»).

М. Я. Плющ зазначає, що «основоскладання, словоскладання та абрєвіація – різні типи складання основ, унаслідок чого виникають складні та складноскорочені слова. Складання – це спосіб творення складних слів поєднанням двох або більше основ чи цілих слів або їх скорочень (усічень). Цим воно відрізняється від інших способів морфологічного словотвору, орієнтованих на творення простих слів» [Плющ, 2005, с. 242].

Продуктивність складених власних назв кухонної техніки майже, тотожна градації складних номінацій:

- **словоскладання** (18; 60 %): юкстапозити (12; 66,67 %: «Елна-001», «Мінськ-Атлант», «Промінь-2») і змішані конструкції (6; 33,33 %: «Елна-001Н», «Елна-100А», «Елна-100Ц»);

- **абрєвіація** (8; 26,67 %), зокрема буквена («ЗВІ», «ЕЛПА», «ОТМ»);

- **основоскладання** (4; 13,33 %): «Елекроплита», «Елекропіч», «Кавоварка».

Стосовно афіксального словотворення, то продуктивністю відзначається лише суфіксація. Власних назв кухонної техніки такого зразка ми зафіксували лише 7 (2,03 %) одиниць. Зокрема, це номінації на позначення електрочайників (3; 12,5 %: «Дружок», «Крапелька», «Майстриня»), холодильників (2; 1,37 %: «Крихітка», «Холодок») та по одній назві соковитискача (4,17 %: «Помічниця») та електроплитки (1,22 %: «Вогник»).

У цілому засвідчено наявність таких словотвірних суфіксів: **-к-** – 2 («Крапелька», «Крихітка»), **-ок** – 2 («Дружок», «Холодок»), **-ик** – 1 («Вогник»), **-ин-** – 1 («Майстриня»), **-иц** – 1 («Помічниця»).

Отже, продуктивністю серед назвотворчого процесу відзначається лексико-семантичний спосіб словотворення, зокрема, синтаксичний та власне семантизація, а щодо морфологічних – то це складання та досить рідко афіксація, що представлена суфіксацією.

2.4. Систематизація технонайменувань за семантикою твірної

ОСНОВИ

Лексико-семантична класифікація, як зазначає О. М. Михальчук, є наслідком етимологічного аналізу матеріалу і впливає з його особливостей [Михальчук, 1998, с. 18]. Вперше поділ власних назв на групи, зокрема, на: а) назви, утворені від загальної лексики; б) назви, утворені від власних назв; що здійснили А. М. Селіщев, В. Ташицький, І. Дуріданов, по суті можна вважати базою сучасного лексико-семантичного аналізу. Більш детальний поділ можливо здійснити лише після ґрунтовного вивчення власних назв певного ономастичного класу.

Щодо номінацій на позначення кухонної техніки, варто наголосити на твірній основі відапелятивного характеру. Власних назв такого типу ми зафіксували найбільше – 222 (64,53 %: «Кавоварка», «Крапелька 3911 Грін», «Мрія») одиниці. Серед них продуктивністю відзначаються пропріативи на позначення холодильників (93; 63,7 %: «Комфорт», «Океан», «Океан CFD 4205»), майже вдвічі менше електроплит (49; 59,76 %: «Мрія 211Т», «Термія», «Фаворит») та соковитискачів (24; 100 %: «Аксіон», «Салют СВІР-201», «Струмок»), електрочайників (23; 95,83 %: «Аероплан», «Зоря 256-01», «Маяк ЕЧК 0,5/0,5-220»), електроречей (13; 56,52 %: «Витязь 1379 МП20-700», «Електроніч МРМ МРЕ-06Т», «Промінь»), міксерів (8; 50 %: «Ведуга», «Ведуга МВР – 203», «Еліта ВР-301»,) і по чотири блендери (57,14 %: «ОТМ», «ОТМ 210ТW», «Ротор 010-01»), пристроїв для приготування кави (26,67 %: «Паросток», «Росинка», «Росинка РОС-1008»), мультиварки (57,14 %: «Бриз», «Бриз МХ 11», «ОКА»).

Серед власних назв кухонної техніки реєструємо як номінації однокомпонентні, що здебільшого виражені іменниками (68; 30,63 %: «Аероплан», «Бриз», «Маяк»), так і багатоконпонентні конструкції (154; 69,37 %: «Еліта ВР-301», «Океан FD 550», «Салют СВІР-201»).

Досить часто серед однокомпонентних назв трапляються пропріативи, що вказують на антропоцентричні номінації. Зокрема оніми, що характеризують **рід діяльності людини** (31; 45,59 %), елетроовенонім «Витязь» – «Хоробрий воїн, герой, богатир» [СУМ, Т. 1, с. 524]; заняття за певними інтересами типу: електрочайник «Майстриня» ← «майстер» – **1. Фахівець з якого-небудь ремесла** [СУМ, Т. 4, с. 599]; крім того фіксуємо назви, які вказують на зовнішні характеристики, зокрема розмір: холодильник «Крихітка» – **2. перен., пестл. про маленьку дитину, тварину або маля тварини** [СУМ, Т. 4, с. 352]; особливості індивіда типу: міксерів «Еліта» – **4. Про людей, що виділяються серед інших своїм суспільним становищем, розумом, здібностями і т. ін.** [СУМ, Т. 2, с. 474]; інколи й витвори людської діяльності різного характеру, розумового: електроплита «Мрія» – **1. Те, що створене уявою, фантазією; витвір уяви** [СУМ, Т. 4, с. 817].

Досить часто основами назвотворчого процесу виступають **назви на позначення фізичних величин та процесів, пристроїв** (17; 25 %), що здебільшого є рушійною силою для пристрою, який йменується. Безперечно, це стосується номінацій на позначення соковитискачів «Аксіон» – «Гіпотетична нейтральна псевдоскалярна елементарна частинка, постульована для збереження СР-інваріантності в квантовій хромодинаміці» [Аксіон], електропечей «Промінь» – **1. Світлова смуга, що виходить із якого-небудь джерела світла чи предмета, який світиться, збирає у фокус або віддзеркалює світло** [СУМ, Т. 8, с. 232]; блендер «Ротор» – **Обертова частина машин (турбіни, електричного двигуна і т. ін.), за допомогою якої енергія одного виду перетворюється в енергію іншого виду** [СУМ, Т. 8, с. 889]; холодильник «Фазотрон» – **Прискорювач руху заряджених елементарних частинок (протонів, дейтронів, альфа-частинок), що**

застосовується при дослідженні атомного ядра; синхроциклотрон [СУМ, Т. 10, с. 550].

Рідко в основі власних назв реєструємо **назви явищ, об'єктів та процесів природи** (11; 16,18 %): пристрій для приготування кави «*Росинка*» – **1.** Крапля роси [СУМ, Т. 8, с. 881], електрочайник «*Крапля*» – **1.** Маленька частинка якої-небудь рідини, схожа на кульку [СУМ, Т. 4, с. 325] та холодильник «*Океан*» – **1.** тільки одн. Водний простір, що вкриває більшу частину земної кулі й поділяє суходіл на материки та острови [СУМ, Т. 5, с. 662], соковитискач «*Струмок*» – **1.** Невеликий потік, утворений з снігових, дощових вод або з підземних вод, що вийшли на поверхню [СУМ, Т. 9, с. 792].

Періодично трапляються номінації кухонної техніки в основі яких **лексика на позначення побутових предметів** (6; 8,82 %), що безпосередньо мають сутнісну мотивацію. Зокрема, «*Кавоварка*», «*Електроплита*», «*Електроплитка*»;

До малопродуктивних твірних основ (3; 4,41 %) семантичного процесу номінацій кухонної техніки відносимо:

- **назви, відфлоролексемного походження:** пристрій для приготування кави «*Паросток*» – **1.** Молоде стебло рослини [СУМ, Т. 6, с. 75];

- **космічна лексика:** електрочайник «*Зоря*» – **1.** Самосвітне небесне тіло, що являє собою скупчення розжарених газів [СУМ, Т. 3, с. 576];

- **хімічних понять, сумішей:** соковитискач «*Еліксир*» – **1.** Витяжка з рослин або міцний настій їх на спирті, ефірних оліях і т. ін., що використовується в медицині, косметиці [СУМ, Т. 2, с. 474].

Більшість власних назв кухонної техніки відапелятивного походження є багатокомпонентними, це безпосередньо пов'язано із структурними особливостями цього класу ономастики. Пропріативи такого типу – це здебільшого номінації техніки, до складу яких входять складні і складені конструкції, у яких наявні числівники (130; 84,42 %) або інші модифікатори («*Витязь 1378 МП20-700-5*», «*Маяк ЕЧК 0,5/0,5-220*», «*Ротор 010-01*»),

абрєвіатури (18; 11,68 %: «ЕПС 402», де «ЕПС» – «Електроплита, склокераміка», «402» – умовне позначення випуску, «СВП» – «Соковитискач промисловий», «СШ», тобто «Соковитискач шнековий», ; крім того, «іменниково-іменникові» та «іменниково + прикметникові» словосполуки, якими зазвичай є сорт оніми (2; 3,9 %): «Великі Ріки», «Мотор Січ».

Відонімних власних назв зафіксовано 28 (8,14 %: «Добриня», «Орськ», «Яромір»). Зокрема, це номінації електропечей (6; 26,09 %: «Карпати», «Оксана», «Харків»), електроплит (6; 7,32 %: «Дарина», «Діва», «Леміра»), холодильників (6; 4,11 %: «Донбас», «Саратов», «Смоленськ») та пристроїв для приготування кави (4; 26,67 %: «Василина», «Ладомір», «Яромір»), міксерів (3; 18,75 %: «Марія», «Рось», «Хортиця») і по одній назві блендера (14,29 %: «Аксинья»), електрочайника (4,17 %: «Попелюшка»), мультиварки (14,29 %: «Добриня»).

Утворення пропріальних одиниць від інших власних назв є узвичаєним явищем і досить часто фіксується серед різних онімних класів (зокрема, як бачимо, і з-поміж номінацій машин і апаратів). Твірними лексемами при цьому, проте, виступають лише окремі складники онімного простору:

топоніми (15, що становить 53,57 % від кількості відонімних власних назв). Здебільшого топоніми локалізують місцезнаходження виробництва певних товарів або є символічними, і це здійснюється шляхом використання основних типів власних географічних назв:

ойконімів (9; 60 %): як закордонних, зокрема російських (холодильник «Мінськ», «Орськ», «Саратов») так і власне українських (електропіч «Харків»);

гідронімів (3; 20 %): холодильник «Дніпро», холодильник «Свяга», міксер «Рось»;

хоронімів (2; 13,33 %) до цього складу входять назви територій, типу: холодильник «Донбас»; так і островів: міксер «Хортиця»;

оронімів (1; 6,67 %): електропіч «Карпати».

Безперечно назви кухонної техніки походять і від **антропонімів** (11; 39,29 %), що є переважно жіночими іменами: пристрій для приготування кави «*Василина*», електроплита «*Дарина*», електропіч «*Марія*»; проте, є й чоловічі, зокрема це номінації пристроїв для приготування кави: «*Добриня*», «*Ладомир*», «*Яромир*».

Інколи трапляються й власні назви, що походять від **міфонімів** (2; 7,14 %), до прикладу: соковитискач «*Нептун*», електрочайник «*Попелюшка*».

Крім того, реєструємо й номінації кухонної техніки із **комбінованою семантикою** – 94 (27,33 %: «*Дніпро ДХ 212 310*», «*Леміра ЕПТЧ 2*», «*Саратов 467 КШ-210/25*») оніми. Тобто це складні та складені номінації машин і апаратів, похідні від власних і загальних назв [Янчишин, 2019, с. 146]. Серед них власні назви холодильників (47; 32,19 %: «*Бірюса 2*»; «*Морозко-301*», «*Орськ 161-01 White*»), електроплит (27; 32,93 %: «*Промінь-2*», «*Смотрич-2*», «*Харків 2М*»), значно менше пропріативів на позначення пристроїв для приготування кави (7; 46,67 %: «*Василина КВ-600*», «*Добриня ДО-3602*», «*Ладомир 2 Red*»), міксерів (5; 31,25 %: «*Марія МР-2*»), «*Рось МЗР-401*», «*Хортиця РЗ-301*»), електропечей (4; 17,39 %: «*Промінь-2*», «*Смотрич-2*»; «*Харків 2М*») та по дві назви блендера (28,57 %: «*Аксинья КС-307В Блек/Ред*», «*Ротор Алтай*»), мультиварки (28,57 %: «*Добриня ДО-1014*», «*Добриня Маки ДО-1009*» – аналогічно до попередньої). Власні назви такого типу здебільшого утворені за моделлю марконім (трансонімізована похідна) + апелятив (позначення типу іменованого об'єкта з числівником).

Як бачимо, відонімно-відапелятивні конструкції поширені серед власних назв техніки. Відапелятивна складова таких номінацій – насамперед іменник на позначення типу іменованого об'єкта (повна, усічена або аббревіатурна форма) або числівник; відонімна – в основному марконім.

2.5. Мотиваційні ознаки власних назв кухонної техніки

Власні назви кухонних пристроїв, як і будь-які інші оніми, мають

загально визнані особливості, однією з яких є мотивованість, тобто залучення певних екстралінгвальних причин вибору чи створення конкретної власної назви для певного об'єкта [Бучко, 2012, с. 124].

Суттю мотиваційного значення є визначення «первинної, етимологічної семантики назви, коли враховуються екстралінгвальні, мотиваційні відношення між об'єктивною реальністю і мовним процесом» [Подольська, 1988, с. 112].

М. М. Торчинський у монографії «Структура онімного простору української мови» зауважив: «На нашу думку, мотиваційна класифікація, ґрунтуючись передусім на тій основній ознаці денотата, яка покладена в основу його власної назви, повинна передбачати поділ онімів на апотропейні, асоціативні, ідеологічні, квалітативні, локативні, меморіальні, номінальні, патронімічні, посесивні, символічні, ситуативні, сутнісні та темпоральні, всередині яких можливе додаткове розмежування; значна частина пропріативів, особливо складних і складених, має комбіновану мотивацію (найбільш поширеними є квалітативно-локативні найменування); до назв невідомої мотивації відносяться оніми, походження яких не вдалося з'ясувати» [СОПУМ, с. 464].

Номінації кухонної техніки мають як одинарну (49; 14,24 %: «*Витязь*», «*Діва*», «*Саратов*»), так і комбіновану (295; 85,76 %: «*Великі Ріки Нева 1*», «*Витязь 1379 МП20-700*», «*Ладомир 2 Ред*») мотивації.

Розглянемо спочатку власні назви з одиничною мотивацією, характерною в основному для марконімів, простих за структурою і утворених переважно шляхом власне семантизації [Янчишин, 2019, с. 157]. Номінації такого типу здебільшого трапляються серед електропечей (9; 18,38 %: «*Витязь*», «*Електроніч*», «*Карпати*»), електроплит (8; 16,33 %: «*Діва*», «*Злата*», «*Леміра*»), соковитискачів (7; 14,29 %: «*Еліксир*», «*Нептун*», «*Струмок*»), пристроїв для приготування кави (7; 14,29 %: «*Василина*», «*Добриня*», «*Паросток*»), електрочайників (7; 14,29 %: «*Аероплан*», «*Зоря*», «*Крапелька*»), менше холодильників (5; 10,2 %: «*Донбас*», «*Дніпро*»,

«Орськ»), міксерів (3; 6,12 %: «Ведуга», «Рось», «Страуме»), мультиварок (2; 4,08 %: «Бриз», «Добриня») та 1 блендер (2,02 %: «Ротор»).

Найчастіше трапляються назви з **асоціативними** відношеннями, що виникають за аналогією до інших назв або реалій, подібність до яких є переважно індивідуальною, як і ті асоціації, що встановлюються або можуть бути встановлені в кожному конкретному випадку [СОПУМ, с. 479–480]. Таких номінацій ми зафіксували 21 (12,24 %: «Еліксир», «Ротор», «Салют»). Зокрема, це назви соковитискачів (6; 25 %: «Аксіон», «Еліксир», «Помічниця»), електропечей (6; 25 %: «Гуцулка», «Мрія», «Промінь») та електрочайників (3; 12,5 %: «Аероплан», «Крапелька», «Майстриня»), пристроїв для приготування кави (2; 13,33 %: «Паросток», «Росинка»), електроплит (2; 2,44 %: «Мрія», «Фаворит») і міксерів (1; 6,25 %: «Еліта»), мультиварок (1; 6,25 %: «Бриз»).

Власних назв із номінальними зв'язками серед номінацій кухонної техніки ми зафіксували 12 (24,49 %). **Номінальні** пропріальні одиниці («[< nominalis – який стосується імені; іменний < *nomen (nominis)* – ім'я, назва] – той, що не виконує своєї функції, яка впливає з назви» [ССІС, 2006, с. 486]) – це в основному найменування похідні, вторинні, які присвоюються без будь-якого мотиву, часто на підставі мелодійного звучання [СОПУМ, с. 452]. Пропріативи такого типу відзначаємо серед назв пристроїв для приготування кави (4; 26,67 %: «Василина», «Ладомир», «Яромир»), електроплит (4; 4,88 %: «Дарина», «Злата», «Леміра») та по одній номінації блендерів (14,29 %: «Аксинья»), електропечей (4,34 %: «Оксана»), міксерів (6,25 %: «Марія»), мультиварок (1; 14,29 : «Добриня»).

Практично однакову кількість, реєструємо локативних та символічних назв, тобто по 6 пропріативів. **Локативні** (12,24 %) номінації дають інформацію щодо місця розташування, у нашому випадку, щодо території, міста, місцевості, де виготовляється певний пристрій. В основному такі назви трапляються серед холодильників (5; 3,42 %: «Мінськ», «Орськ», «Саратов») та електропечей (1; 4,38 %: «Харків»). Щодо **символічних**

(12,24 %), то в них простежуємо певні конотації, пов'язані зі змістом твірної лексики, і ці додаткові семантичні відтінки трансформують власні назви в символи: індивідуальні, групові, регіональні, загальнонаціональні або всесвітні [СОПУМ, с. 453]. До таких назв зараховуємо номінації електрочайників (4; 16,67 %: «Зоря», «Маяк», «Фея») та по одній назві соковитискачів (4,17 %: «Нептун») та міксерів (6,25 %: «Хортиця»).

Крім того, трапляється й незначна кількість **сутнісних** номінацій (4; 9,03 %), які є переважно трансформованими одиничними апелятивами або словосполученнями чи аббревіатурами, зміст яких безпосередньо пов'язаний з тими функціями, які повинен виконувати денотат; саме такі найменування вказують на тип денотата і часто поєднуються з різними його ознаками, утворюючи відповідні комбіновані мотиваційні різновиди [СОПУМ, с. 443]. Власні назви такого типу є серед електроплит (2; 2,44 %: «Електроплита», «Електроплитка») та по одній електроречі (4,35 %: «Електроріч») та пристрій для приготування кави (6,67 %: «Кавоварка»).

Власні назви з комбінованими мотиваційними зв'язками – це по суті складні або складені пропріативи, які зумовлені поєднанням марки та сорту, що дає додаткову інформацію різного характеру, і тим самим розширює мотиваційний спектр номінації. Найчастіше такі оніми фіксуємо серед назв холодильників (141; 96,58 %: «Бірюса 122», «Орськ 167-05», «Свяга 410-1», де «Бірюса», «Орськ», «Свяга» – назви марок та «122», «167-05», «410-1» – номер випуску та партії); майже вдвічі менше електроплит (74; 90,24 %: «ЗВІ 503», де «ЗВІ», або «Завод Володимира Ілліча» – марконім, «503» – умовне позначення випуску; «Електроплита 2000», де «Електроплита» – марконім, «2000» – рік випуску товару; «Лисьва ЕПС 402МС», де «Лисьва» – марконім, «ЕПС» – «Електроплита, склокераміка», «402» – умовне позначення випуску, «МС» – «Механічна система»), крім того по 17 соковитискачів (70,83 %: «Аксіон СЦ 32.02 Джус»: «Аксіон» – марка, «СЦ» – соковитискач центрофужний, «32.02» – номер випуску, «Джус» – від англ «juice» – сік; «Помічниця СВПП-201»: «Помічниця» – марконім, «СВПП» – соковитискач,

пристрій побутовий, «201» – номер випуску; «СШ-1» – соковитискач, шнековий, «1» – номер випуску товару) та електрочайників (70,83 %: «Зоря 256-03», де «Зоря» – марконім, «256-03» – номер випуску товару; «Крапелька 3911 Грін», «Крапелька – марконім, «3911» – номер випуску товару, «Грін» – від англ. «green» – зелений; «Мастриня ЕК-1801М Капучіно», «Мастриня» – марконім, «ЕК» – електричний, «1801» – номер випуску, «М» – модернізований, «Капучіно» – вказівка на колір; рідше реєструємо електropечі (14; 60,87 %: «Промінь-2», де «Промінь» – марконім, «2» – номер випуску; «Смотрич-2» – аналогічно, «Харків 2М», де «Харків» – марконім, «2» – номер випуску та «М» – «Модернізований»), міксери (13; 81,25 %: «Еліта ЗР-201», де «Еліта» – марконім, «ЗР» – «Збивач ручний», «201» – умовне позначення випуску; «Рось МЗР-301», де «Рось» – марконім, «МЗР» – «Міксер-збивач ручний», «301» – умовне позначення випуску; «Хортиця РВ-201», де «Хортиця» – марконім, «РВ» – Взбивач ручний, «201» – номер випуску товару); пристрій для приготування кави (8; 53,33 %: «Василина ВА-700 Блек», де «Василина» – марконім, «Ва» – «Василина», «700» – потужність, «Блек» – від англ. «Black» – чорний, вказує на колір дизайну; «Ладомир 2 Ред», де «Ладомир» – марконім, «2» – номер випуску, «Ред» – від англ. «Red» – червоний, що вказує на колір дизайну; «Яромир Яр-552», де «Яромир» – марконім, а «Яр» – скорочення від «Яромир», «552» – номер випуску), блендери (6; 85,71 %: «Аксинья КС-307В Блек/Ред»: «Аксинья» – марконім, «КС» – «Аксинья», «307В» – номер випуску та серія, «Блек/Ред» – чорно/червоний дизайн виробу, «ОТМ 210», де «ОТМ» – «Онлайн технології і медіа» – марконім, та «210» – номер випуску; «Ротор 010-01», «Ротор» – марконім, «010-01» – номер випуску), мультиварок (5; 71,43 %: «Бриз МХ 11», «Бриз» – марконім, «МХ» – «Міх», різні функції, «11» – номер випуску; «Добриня Маки ДО-1009»: «Добриня» – марконім, «Маки» – дизайн, «До» – скорочення «Добриня», «1009» – номер випуску; «ОКА СВ-5050»: «Ока» – марконім, «СВ» – скороварка, «5050» – номер випуску).

Безперечно, комбіноване мотивування є характерною ознакою стосовно

власних назв кухонної техніки, проте, зазначимо, різновиди мотиваційних відношень, які домінують у структурі машинонімікону:

- **асоціативно-квалітативні** (122; 41,36 %): «Крапелька 3910 Слоу», «Мрія 16», «Росинка РОС-1008»;

- **номінально-квалітативні** (90; 30,51 %): «Добриня ДО-1014», «Злата 113Т», «Яромір Яр-552»;

- **локативно-квалітативні** (44; 14,92 %): «Орськ 162-01 White», «Саратов 550 КШ-120», «Харків 2М»;

- **символічно-квалітативна** (13; 4,41 %): «Діва 009», «Зоря 258-01», «Фея 815»;

- **сутнісно-квалітативна** (5; 1,7 %): «Електроплита 2000», «Електроплитка ГЕЛП», «Електроніч МРМ МРЕ-05/Т»;

- **локативно-символічні** (1; 0,33 %): «Мінськ-Атлант».

- **номінально-сутнісно-квалітативні (15; 5,08 %)**: «Леміра ЕПТ 1-1,0», «Леміра ЕПТ 1-1.0/220», «Леміра ЕПТ 2-2,0»;

- **асоціативно-сутнісно-квалітативна** (2; 0,68 %): «Еликсир СВСА-309», «Еликсир СВСА-310»;

- **локативно-сутнісно-квалітативні** (2; 0,68 %): «Лисьва ЕПС 301МС», «Лисьва ЕПС 401МС»;

- **символічно-сутнісно-квалітативна** (1; 0,33 %): «Хортиця РВ-201».

Як бачимо значна кількість складених пропріативів зумовила превалювання комбінованої мотивації. Щодо одинарних зв'язків, то варто зауважити, що вони менш продуктивні, проте різнопланові, саме такі показники пояснюються особливостями власних назв такого типу.

Особливості функціонування номінацій кухонної техніки в україномовному просторі

Власні назви різних видів техніки активно функціонують у мовленні українців щодня, оскільки є одним із найактивніших класів ономастичної науки та незамінними помічниками життєдіяльності людини.

На сьогодні на ринку є значна кількість пристроїв різного виду, складності та призначення як іноземного, так і власне українського походження. Проте, як показала практика, через певні чинники, що стосуються не лише політичних та економічних закономірностей, але і власне назвотворчих прослідковуємо вкраплення іншомовних лексем у номінаціях кухонної техніки вітчизняного виробництва.

Враховуючи, що лінгвісти завжди цікавились мовними контактами, проблема іншомовних онімів завдяки своєму практичному застосуванню відіграє важливу роль у мовознавстві. Присутність іншомовних лексем повністю виправдана і навіть необхідна.

Під час дослідження власних назв кухонної техніки нами були зареєстровані номінації російського походження (46; 13,37 %: «*Василиса*», «*Росток*», «*Золушка*»), які функціонують як залишки соціально-економічного ладу радянського періоду. Проте, ми їх вважаємо вітчизняними, оскільки при перекладі чітко прослідковуються всі особливості як на морфемному, так і на лексичному рівні. Крім того, трапляються й іншомовні лексеми здебільшого англійського походження 10 (2,9%: «*Бірюса 143SN No Frost*», «*Елма ВШЕ 14 ВВ Black*», «*Океан CFD-4400*»). Як бачимо, вони входять в основному до сортоніма, тобто доповнюють, уточнюють марконім вітчизняного походження, що наголошує на вторинності вживання іншомовних лексем у назвах україномовного простору.

Відповідно до мовної політики, а зокрема поширення та впровадження закону від 16 січня 2021 року «Про забезпечення функціонування **української мови** як державної», варто звернути увагу на такі номінації та способи, шляхи їх унормування та пристосування.

В українському мовознавстві традиційними є визначення В. С. Виноградова, який зазначає, що такі власні назви передаються за допомогою транслітерації або транскрипції [Виноградов, 2001, с. 149]. Проте, влучним є висловлювання Л. В. Щерби який наголошує, що не існує авторів,

які ніколи не відхиляються від норми. Коли людина володіє почуттям норми, вона може пізнати переваги обґрунтованих відступів від неї [Щерба, 2004, с. 43]. Саме тому, на сьогодні варто наголосити, що більша частина власних назв іншомовного походження відтворюється за допомогою калькування. У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» зазначено: «Калькувати – означає створювати слово або вислів за зразком будови відповідного слова чи вислову іншої мови» [Бусел, 2005, с. 516]. При використанні цього способу передачі часто необхідно застосовувати певні трансформації, бо, на відміну від попередніх способів, калькування не завжди є простою механічною операцією. Змінам нерідко підлягають афікси, відмінкові форми, порядок та кількість слів у словосполученнях, синтаксичний чи морфологічний статус слів та ін. [Особливості перекладу, с. 17]. Онімів такого типу російського походження, що здебільшого є марконімами нами було зафіксовано 21 (37,5 %: «*Мечта*» – «*Мрія*»; «*Родничок*» – «*Струмок*»; «*Мастерица*» – «*Майстриня*»).

Більшість номінацій кухонної техніки трансформується змішаним типом, тобто поєднанням кількох способів та прийомів передачі власної назви, зокрема таких пропріативів ми зафіксували 35 (62,5 %: «*Аксіон СЦ 32.02 Джус*», «*Бірюса 125 RS*», «*ОТМ 210ТW*»). Безумовно, основою такого виду є калькування (як марконім), що доповнюється сортонімами різного способу вираження, зокрема:

- *транскрипція* (25; 71,43 %). На особливу увагу заслуговують транскрибовані назви, що застосовуються при передачі слова за допомогою літер мови перекладу, враховуючи при тому еквівалентність звуків та подібність звучання слова вихідною мовою [Бондалетов, 1983, с. 41]. Досить часто таким способом, стосовно власних назв техніки передаються аббревіатури, оскільки як зазначає С. О. Фоменко такі структури не перекладаються, вважаються особливими, що утворилися за законами певної мови способом сикретизації або мовної економії [Фоменко, 2009, с. 181]. До власних назв такого типу зараховуємо: «*Бірюса 130 RSL*» – «*Бірюса 130*

РСЛ», «*Днепр DRT 50 022*» – «*Дніпро ДРТ 50 022*»; «*Добрыня Маки ДО-1009*» – «*Добриня Маки ДО-1009*», «*Океан RD-3185*» – «*Океан РД-3185*»);

- *транслітерація* (10; 28,57 %) – це формальне відтворення початкової лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу; буквена імітація форми початкового слова. Цей метод використовується в тому випадку, коли мови користуються різними графічними системами для запису слів. Таким чином, графічні одиниці однієї мови передаються за допомогою графічних одиниць, які певним чином є їхнім відповідником з іншої мови [Особливості перекладу, с. 16]. Серед власних назв кухонної техніки здебільшого трапляються лексеми англійського походження, до прикладу: «*Василіса KB1-600 Red*» – «*Василіна KB1-600 Ред*»; «*Капелька 3910 Yellow*» – «*Крапелька 3910 Єлов*»; «*Орск 161-01 White*» – «*Орськ 161-01 Вайт*»

Номінації кухонної техніки іноземного походження гармонійно вливаються в україномовний простір, оскільки мають або слов'янські корені, що не викликають певних проблемних ситуацій при перекладі, або є запозиченнями із міжнародних мов, які входять до сорту вітчизняної марки та здебільшого є квалітативами.

Висновки до розділу 2

1. Під час дослідження власних назв вітчизняного походження кухонної техніки, що функціонує на сьогодні, нами було зафіксовано 344 пропріативи. Зокрема, продуктивністю відзначаються номінації на позначення кулеронімів (146; 42,44 %), файронімів (82; 23,84 %), джусмашинонімів (24; 6,98 %), електролебетонімів (24; 6,98 %), електроовенонімів (23; 6,69 %), міксеронімів (16; 4,65 %), кофімашинонімів (15; 4,36 %), блендеронімів (7; 2,03 %), мультиваронімів (7; 2,03 %).

Структурна градація власних назв передбачає виокремлення простих (56; 16,28 %), складних (31; 9,01 %) і складених (257; 74,71 %) найменувань; така типологія має вагоме значення, оскільки впливає на подальше дослідження пропріативів з погляду деривації, семантики й мотивації.

Складні назви представлені у більшості юкстапозитами (20; 64,51 %), значно менше аббревіатур (8; 25,81 %) та композитів (3; 9,68 %). Складені номінації є двокомпонентними назвами, що утворилися та моделлю (101; 39,3 %) «іменник + числівник» та багатоконпонентні (156; 60,7 %), зокрема, трикомпонентні (104; 64,74 %): «іменник + іменник + числівник» (48; 46,15 %).

2. Традиційно виокремлюємо два способи деривації – лексико-семантичний (307; 89,24 %), зокрема синтаксичний (258; 75 %) та власне семантизацію (49; 25 %), і морфологічний (37; 10,76 %), що представлений складанням (30; 81,08 %), суфіксацією (7; 18,92 %).

Як бачимо, основними для власних назв кухонної техніки є три шляхи творення:

- синтаксичний (фіксуємо лише назви-словосполучення, найбільше яких серед номінацій на позначення холодильників (129; 88,35 %), електроплит (58; 70,73 %);

- семантизація (онімізація – 22 (44,9 %) трапляється серед холодильників (8; 5,48 %), соковитискачів (5; 20,83 %), електрочайників (3; 12,5 %); та трансонімізація – 27 (55,1 %)), засвідчена насамперед із-поміж холодильників (6; 4,11 % електроплит (6; 7,32 %) електрочайників (5; 21,74 %): пристроїв для приготування кави (4; 26,67 %);

- складання (реєструємо всі три його різновиди: словоскладання – 18 (60 %), аббревіація – 8 (26,67 %), основоскладання – 4 (13,33 %).

3. Градація власних назв кухонної техніки за семантикою твірної основи засвідчила домінування відапелятивних (222; 64,53 %) над відонімно-відапелятивними (94; 27,33 %) і відонімними (28; 8,14 %) назвами.

Як твірні основи переважають: серед апелятивів – антропоцентричні похідні; із-поміж онімів – географічні назви; серед комбінованих структур – поєднання марконімів з апелятивами на позначення типу іменованого об'єкта і числівниками.

4. Мотиваційна структура характеризується перевагою назв з комбінованими (295; 85,76 %) зв'язками над одинарними (49; 14,24 %). У першій групі основними є асоціативно-квалітативні (122; 41,36 %), номінально-квалітативні (90; 30,51 %), локативно-квалітативні (44; 14,92 %) зв'язки, а в другій – власні назви кухонної техніки з асоціативними (21; 12,24 %), номінальними (12; 24,49 %) та локативними (12,24 %) мотивами номінації.

5. Функціонування власних назв кухонної техніки зумовлює трансформаційні процеси адаптації пропріативів іншомовного походження, що потрапляють в україномовний простір. Зокрема, активно фіксуємо калькування (21; 37,5 %) та змішаний тип (35; 62,5 %).

РОЗДІЛ 3. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ВЛАСНИХ НАЗВ У СЕРЕДНІЙ ТА ВИЩІЙ ШКОЛІ (НА МАТЕРІАЛІ ТОВАРОНІМІЇ)

3.1. Власні назви у навчально-виховному процесі

Ономастика (від грец. *ὄνομα* — «ім'я», «назва») – наука, розділ мовознавства про сукупність власних назв, яка вивчає історію та закономірності їх виникнення, розвитку й функціонування, зміни, поширення і структури власних імен у мові та мовленні, у літературній і діалектній сферах [Ономастика]. На сьогодні, предметом вивчення ономастики є вітоніми (назви живої природи), топоніми (номінації на позначення географічних об'єктів), космоніми (власні назви космічних об'єктів), прагматоніми (оніми, що пов'язаних із матеріальною сферою діяльності людини), ідеоніми (пропріативи, що вказують на духовну сферу діяльності людини), ергоніми (власні назви об'єднань людей). Варто зауважити, що власні назви такого типу нами вживаються у мові та мовленні щодня, проте, викликають значні труднощі правопису, трактування. Проблема у дійсності полягає у тому, що такі лексеми вивчаються у контексті певної теми як у середній школі, так і у вищих навчальних закладах, проте інколи як вибіркова дисципліна.

Ономастичні відомості систематизуються під час вивчення теми «Власні і загальні іменники. Велика буква у власних іменниках». Учні та студенти вивчають різні класи онімів: назви міст і сіл, клички тварин, імена та прізвища людей, назви країн та народів, крім того під час вивчення поняття: «Алфавіт», «Складоподіл», «Наголос», «Будова слова» та ін.

Ю. О. Карпенко акцентує увагу на сутнісній і функціональній відмінності власних і загальних назв, а також на їх мовних особливостях. Дослідник не вважає достатнім тільки функціональний підхід до проблеми, зокрема, беззастережне визнання стосовно загальних назв функцію

узагальнення (класифікації), а за власними – індивідуалізації. Автор у цілому дотримується погляду напівфункціональності власних (як і прозивних) назв, знаходячи в них те, що вирізняє естетичну і ряд інших функцій. Розмежування суті і функції імені власного фактично зводиться до розмежування положення імені власного в мові і мовленні. Мовна суть слова утілюється в його мовній функції. Основний критерій поділу власних і невласних імен (загальних), на думку Ю. О. Карпенка, полягає в тому, що назва одного предмета є власна назва, а назва ряду предметів – прозивна. У мисленні прозивному слову відповідає поняття, власному імені – уявлення [Шрамко]. Саме тому варто зауважити на особливостях такого виду лексики, що потребує ґрунтовного та окремого вивчення поряд із загальними назвами, що буде сприяти зміцненні національної лінгвістичної компетентності людини.

Лінгвістична компетентність створюється комплексним шляхом, адже складається із досить різнопланових компонентів, основними з яких вважаються фонетичний (знання звукового складу мови), орфоепічний (вміння правильно вимовляти звуки і їх поєднання, наголошувати слова, інтонувати речення тощо), словотвірний (використання доцільних для певної мови способів деривації), орфографічний і пунктуаційний (ознайомлення з основними правилами написання слів і розстановки розділових знаків), морфологічний (дотримання стандартів словозміни), синтаксичний (утворення словосполучень і речень відповідно до певних норм), стилістичний (вживання мовних одиниць, доречних для кожного різновиду мовлення) тощо [Торчинський, 2015, с. 194].

Звернення уваги на власні найменування пов'язане як з величезною кількістю таких номінацій, проте, слід наголосити на тому, що ця особливість власних назв ігнорується і в середній, і у вищій школі.

Зокрема, школярі засвоюють лише інформацію, відому ще з початкових класів, що імена, прізвища, назви поселень, рік, гір тощо пишуться з великої літери. Звичайно, у позаурочній роботі онімний матеріал використовується

досить часто (наприклад, розповіді про походження і значення імен, основні типи прізвищ, етимологію найбільш відомих власних географічних назв; практикуються й ономастичні вікторини та конкурси, проводяться краєзнавчі екскурсії та інші заходи). Завдяки таким видам діяльності багато школярів мають фрагментарні відомості про окремі пропріативи, а іноді і володіють первинною ономастичною термінологією (наприклад, розрізняють антропоніми, зооніми, топоніми, космоніми як власні особові назви, клички тварин, найменування географічних і космічних об'єктів) [Торчинський, 2015, с. 195].

Уведення у навчально-виховний процес ономастичного матеріалу сприятиме посиленню інтересу учнів та студентів до навчання, розширить їхній кругозір, збагатить мовлення, виробить початкові навички наукового аналізу, допоможе на основі знайомих назв краще запам'ятати інший матеріал. Форми такої роботи можуть бути найрізноманітніші: крім виконання завдань у підручниках, пов'язаних з ономастичним матеріалом, варто залучати й творчі завдання проте з урахуванням вікових особливостей та зацікавлень учнів, студентів. Під час роботи варто використовувати методи з елементами дослідження та наукового аналізу, вправи, вікторини, конкурси, і проведення виховних заходів різного спрямування.

Вивчення власних назв у курсі сучасної української літературної мови дасть можливість не лише осягнути особливості такого класу лексики, але й виробити навички щодо практичного застосування таких назв у мові і мовленні та можливостей самостійного вдосконалення, вивчення ономастичного матеріалу при потребі у майбутньому.

3.2. Вправи з використанням технонайменувань

На сьогодні, можна стверджувати, що вивчення власних назв відбувається поступово у житті кожної людини. Якщо знайомство із антропонімами та топонімами відбувається ще в ранньому віці, то пізніше

виникають певні зацікавлення й іншими класами власних назв, проте це може відбуватися як невимушено у вигляді хобі, так і у ході певних життєвих ситуацій.

Безперечно, ми живемо у час науково-технічної революції, коли техніка різного виду стає незамінним супутником життєдіяльності кожної людини. Саме тому, людина щодня постає перед вибором найрізноманітніших технічних пристроїв, проте орієнтується й диференціює вона її саме через назву, яку неодноразово потрібно правильно «прочитати», нерідко розкодувати, а часом й дослідити, саме тому у цій справі потрібні не лише навички лінгвістичного аналізу, але й ономастичного, формування якого відбувається як у середній, так і у вищій школі. Саме тому, пропонуємо низку вправ на формування лінгвістичних вмінь та навичок різного спрямування використовуючи ономастичний матеріал, зокрема на прикладі власних назв кухонної техніки, що на сьогодні є незамінним помічником людини у сучасних умовах.

1. Записати слова фонетичною транскрипцією та зробити повний фонетичний розбір:

«Аксiон СЦ 22», «Помiчниця», «Струмок СВПП-301М», «Рось МВР-301», «Електроплитка», «Елна-011», «Лемiра ЕПТ 1», «Лисьва ЕПС 301МС», «Мрія 3».

2. Записати речення фонетичною транскрипцією. Зробити повний морфологічний аналіз виділених слів:

Вiтчизняний електрочайник «Сатурн» обiйдеться покупцевi у суму вiд 200 грн., а «Мiрта» – вiд 300 грн., то цiна на аналогiчний товар свiтових брендiв, типу «Gorenje», «Philips» або «Bosch» – стартує вiд 500 грн. Окрiм того, функцiоналом вci цi чайники не вiдрiзняються. Тому покупець, дисциплiнований низкою криз i падiнням курсу гривнi, все частiше вiддає перевагу «своiм».

3. Записати фонетичною та фонематичною транскрипцією подані словосполучення:

Холодильник «Мінськ-Атлант»

Соковитискач «Мотор Січ СБА-1»

Електроніч «Мрія МФ-3»

пристрій для приготування кави «Росинка РОС-1008»

Електрочайник «Мастриня ЕК-1801М Капучіно»

4. Здійснити поділ іменників на групи (тверда, м'яка, змішана):

«Гуцулка», «Оксана», «Паросток», «Росинка», «Попелюшка», «Майстриня», «Мрія», «Термія», «Фаворит», «Донбас», «Помічниця», «Ламіра», «Яромір».

5. Поділити слово на морфемі:

«Маяк», «Майстриня», «Паросток», «Фея», «Яромір», «Леміра», «Добриня», «Крихітка», «Кавоварка», «Морозко», «Помічниця», «Струмок», «Електроплита».

6. Визначити тип словотворення запропонованих власних назв:

«Струмок», «СШ», «Акціон СЦ 32.02 Турбо», «Рось», Струмок, «Електроплитка», «Елна-010Н», «ЗВІ 417 (50x60)», «Дніпро», «Злата», Злата, «ЕЛЕКТРОТЕРМ».

7. Записати слова з дошки. Пояснити правопис та визначити, яке слово зайве.

«Витязь», «Витязь 1379 МП20-700», «Дніпро ДХ 212 010», «Витязь 1478 МП20-700-5», «Бірюса 125S», «Бірюса 127», «Бірюса 129 RSL», Витязь, Бірюса, «Дніпро».

8. Визначити тип іменованого об'єкта:

«СШ-1», «Струмок СВПП-301М», «Термія ЕПЧ», «Електроніч МРМ МРЕ-05 / Т», «Василина КВ-600», «Електротерм», «Оксана ЕШП-220», «Дніпро ДХ 243 010».

9. Записати слова розкривши дужки. Пояснити правопис.

Соковитискач «(Л/леміра)», холодильник «(С/сніжок)», мультиварка «(Д/добрия)», електрочайник «(К/крапелька), електроплита «(Е/електроплитка)».

10. Скласти речення із словами та пояснити їх правопис:

«Діва» – Діва – діва;

«Фея» – Фея – фея

«Зоря» – Зоря – зоря

«Дарина» – Дарина – дарина.

11. Прочитати текст та виписати із нього всі власні назви, дати їм характеристику.

Торговельна марка «Scarlett» належить компанії Arima Holding Corp. Під цією маркою випускається дрібна побутова техніка, досить популярна в Росії, у країнах СНД і Балтії, також продажі ведуться в країнах Східної Європи. Основний принцип роботи компанії такий: на декількох фабриках у Китаї закупасться продукція (спочатку асортименти обмежувався чотирма позиціями, сьогодні компанія продає тисячі найменувань продукції, включаючи кухонну техніку, кліматичну техніку, посуд і навіть годинник), офіс компанії в Гонконзі займається закупівлями, перевіркою якості, коректуванням технологічних і дизайнерських моментів, доставкою товару. [Бренди].

«Оболонь» – компанія-виробник пива, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв. За 37 років існування «Оболонь» створила десяток нових брендів. Деякі з них («Nike premium», «Ziber», «Zlata Praga») активно продаються по сьогоднішній день, інші ж експерименти (пиво «Magnat», безалкогольний напій «Frest», енергетик «Джетт») були не такі успішні.

12. Виписати власні назви встановити їх клас та пояснити правопис:

«Ярослав» – це концерн з чотирьох підприємств, що випускають постільну білизну, пледи, кухонні серветки, одяг, сертифіковані тканини для спецодягу металургів, хіміків та інший текстиль. За місяць «Ярослав» виготовляє сотні тисяч метрів тканин і готових товарів.

У концерну також є власна дизайн-студія.

Заснував бренд у 1995 році колишній військовий Олександр Барсук. Після 2014-го бренд почав експортувати товари в Європу. Виробництво

модернізували, закупили нове обладнання на \$5 млн і почали випуск махрових тканин, рушників і подушок. Зараз «Ярослав» продає в Норвегію, Швецію, Німеччину, Польщу, країни Балтії та інші. У концерні працюють приблизно 1200 робітників.

У компанії понад 30 власних і стільки ж франчайзингових магазинів. Останні декілька років в «Ярославі» зосередились на розвитку інтернет-торгівлі [Ці 50].

13. Прочитати текст, виписати марконіми та охарактеризувати їх з погляду мотиваційних відношень:

«Карпатський колорит» – це виробництво натуральної продукції в гірському селищі Вигода. В асортименті – фруктові і трав'яні чаї, сухофрукти, цукати з вишень і черешень, варення із троянд і чебрецю, фітосиропа, заправки для горілки тощо. Уся продукція сертифікована.

Виробництво створили на базі маленької етнокрамнички. Її заснував 2014 року Володимир Штогрин, дизайнер за фахом. Він помітив, що 90% карпатських товарів не мають цікавого оформлення. Володимир розробив дизайн для сувенірних наборів, і їх почали швидко розкуповувати. Такий попит надихнув його створити сайт, де кожен міг би придбати карпатські смаколики. Згодом це переросло у виробництво власної продукції.

Її продають у крамниці, онлайн-магазині, мережах «Наш край», «Астон», «Еко-лавка» тощо. Крім того, «Карпатський колорит» постачає гуртові партії на курорти на кшталт Буковелю [Ці 50].

14. На основі асоціацій встановити відповідність між назвою та типом йменованого предмету.

Холодильник	«Термія ЕПТ»
Міксер	«Морозко-302»
Соковитискач	«Еликсир СВСА-309»
пристрій для приготування кави	«Ведуга МВР – 203»
Електроплита	«Росинка РОС-1008»

15. Виписати власні назви, визначити рід, число, відмінок:

Холодильник «Юрюзань 216», електрочайник «Крапелька 3910 Слоу»,
мультиварка «Бриз МХ 11».

16. Пояснити правопис слів та скласти з ними речення:

Зоря – зоря

Дніпро – «Дніпро»

«Ротор» – ротор

Помічниця – помічниця

«Салют» – салют

«Росинка» – росинка.

17. Провідміняти в однині та множині номінації кухонної техніки:

Холодильник «Памір».

Мультиварка «Ока».

Міксер «Еліта ВР-201».

Електроплита «Дарина».

Бледер «Ротор».

18. Транслітерувати власні назви кухонної техніки:

«TEFAL Multicook & Grain RK900», «PHILIPS Viva Collection HD3136/03», «MIRTA MO-0145DGW Fusion House», «VEGAS VEO-4436G», «TRISTAR OV-1434».

19. Визначити тип словотворення запропонованих власних назв.

«Дніпро ДХ 212 010», «Комфорт», «Крихітка», «Мінськ-4», «Помічниця», «ЗВІ», «Електроплитка».

20. Виписати пропріативи утворені морфологічним способом словотворення та визначити його вид:

«Помічниця», «Паросток», «Харків-2М», «Аксіон СЦ 32.02 Турбо», «Еліксир», «Еліксир СВСА-309», «Комфорт», «Крихітка», «Мінськ», «Мінськ-Атлант», «Морозко».

21. Написати назви малої техніки за поданими мотиваційними моделями:

«асоціативно-квалітативна»;

«асоціативно-сутнісно-квалітативна»;

«квалітативно-асоціативно-сутнісно-квалітативна»;

«локативно-номінальна»;

«номінально-квалітативна»;

«номінально-сутнісно-квалітативна»;

«символічно-сутнісна»;

«сутнісно-квалітативна».

22. Написати назви кухонної техніки відповідно до способу словотворення:

Онімізація, лексико-синтаксичний, абревіація, трансонімізація, афіксація, словоскладання, основоскладання.

23. Виписати і охарактеризувати назви із локативними мотивами номінації:

«Дніпро ДХ-271-010», «Комфорт», «Крихітка», «Мінськ», «Мінськ-Атлант», «Океан», «Орськ», «Орськ 161-01 White», «Саратов», «Саратов 105 КШМХ-335/125».

24. Виписати власні назви кухонної техніки із номінальними мотиваційними зв'язками:

«Аксинья КС-307В Блек/Ред», «ОТМ», «ОТМ 210ТW», «Бриз МХ 11», «Добриня», «Добриня ДО-1014», «Ладомир», «Ладомир 2 Ред», «Росинка», «Гуцулка», «Оксана».

25. Записати номінації кухонної техніки утворені лексико-семантичним способом словотворення та встановити його тип:

«Мрія 6Б», «Мрія 9», «Термія», «Термія ЕПТ», «Дарина», «Діва», «Діва 009», «Електроплита», «Електроплита 2000», «Електроплитка», «Паросток», «Помічниця».

26. Здійснити етимологічний аналіз власних назв кухонної техніки:

«ЗВІ 428 (50x60) (380В)», «Акціон СЦ 32.01 Джус», «Марія МР-1», «Електроплита 2000», «Леміра ЕПТ2-Т 2-2.0/220», «Добриня Маки ДО-1009», «Маяк ЕЧ 1,7/1,2-220», «Майстриня ЕК-1801М Капучіно».

27. Встановити мотиви номінації власних назв техніки.

«Крапелька 3911 Грін», «Великі Ріки Амур 1», «Яромір Яр-552», «Василина», «Карпати», «Харків-2М».

28. Охарактеризувати структуру номінацій кухонної техніки:

«Бірюса 8С-1», «Дніпро», «Дніпро 120-330», «Орськ», «Орськ 161-01 White», «Саратов 569 КШ-220(12)», «Свяга».

29. Виписати й охарактеризувати складні назви:

«Гуцулка», «Елта ВШЕ 14 ВВ Black», «Електропіч МРМ МРЕ-06Т», «Кавоварка», «Марія-2», «Яромір-2», «Витязь 1378 МП20-700-5», «ЗІЛ», «СВ», «ТШМ-2М».

30. Охарактеризувати компонентний склад складених номінацій кухонної техніки:

«ТШМ-1», «Мотор Січ», «Свяга 404», «Помічниця», «Донбас», «Орськ 22-1», «Великі Ріки Амур 1», «Добриня ДО-1014» «Великі Ріки Нева 1», «Мінськ», «Мінськ-Атлант», «Морозко», «Морозко 4».

31. Перекласти запропоновані власні назви українською мовою та охарактеризувати проблемні морфеми:

«Родничок» – «Струмок»

«Електроплитка ХЕЛП» – «Електроплитка ГЕЛП»

«Мечта» – «Мрія»

«Василиса КВ1-600 Red» – «Василина КВ1-600 Ред»

«Добрыня ДО-3602» – «Добриня ДО-3602»

«Капелька» – «Крапелька»

«Кроха» – «Крихітка».

32. Виписати власні назви, скласти з ними речення й пояснити правопис:

Фея, «Мрія», Хмельницький, ЗІЛ, Дніпро, «Дніпро», комфорт, Великі ріки, «Великі ріки», помічниця, «Добриня», Добриня, добриня, ротор, кавоварка.

33. Дослідити власні назви номінацій дрібної кухонної техніки, й охарактеризувати їх кваліфікатори:

«Термія ЕПТ», «Термія ЕПЧ», «Помічниця СВПП-201», «Салют СВПП-201», «Дніпро ДХ 212 310», «Мотор Січ СБА-1», 13. «Страуме ВР-201», «Елна-101А».

34. Виписати й охарактеризувати складені назви кухонної техніки:

«Злата», «Злата 113Т», «Злата 213Т», «Леміра ЕПЧ-Т 2-3.0/2», «Лисьва», «Лисьва ЕПС 301МС», «Мрія 9», «Термія», «Термія ЕПТ», «Термія ЕПЧ», «Фаворит».

35. Встановити семантику твірних основ поданих номінацій.

«Леміра», «Марія», «Карпати», «Електротерм-659», «ТШ», «Дніпро», «Злата 231Т», «Мотор Січ СБА-1», «Саратов 264 КЩД-150/30», «Гуцулка», «Електропіч».

36. Охарактеризувати мотиваційні зв'язки власних назв кухонної техніки:

«Струмок СВПП-301М», «Страуме ВР-2050», «Леміра ЕПТ 1», «Леміра ЕПТ 1-1,0»1», «Страуме ВР-301», «Хортиця РВ-201», «Злата 231Т», «Ладога-3»

37. Записати номінацій кухонних пристроїв за поданими моделями:

«іменник + числівник»;

«іменник + іменник»;

«іменник + іменник + числівник»

«іменник + числівник + прикметник»;

«прикметник + іменник + числівник»;

«прикметник + іменник + числівник + прикметник»

«іменник + іменник + прикметник + числівник»;

«прикметник + іменник + іменник + прикметник + числівник».

38. Виписати й скласти речення із власними назвами із антропоцентричними зв'язками:

«Дніпро ДХ-271-010», «Комфорт», «Крихітка», «Еликсир СВСА-310», «Мотор Січ», «Мотор Січ СБА-1», «Нептун», «Помічниця», «Аксіон СЦ 32.02 Турбо».

39. Розробити інформацію на сайт продажу щодо певного виду кухонної техніки:

блендер «Аксинья КС-307В Блек/Ред»,

електропіч «Карпати»,

електроплита «Злата 213Т»,

електрочайник «Великі Ріки Дон 1»,

пристрій для приготування кави «Василина КВ-600»,

мультиварка «Добриня Маки ДО-1009»,

соковитискач «Помічниця СВПП-201»,

холодильник «Саратов 452 КШ-120».

40. Написати твір інформаційного характеру на тему:

«Українські бренди на світовому ринку».

«Усе «своє» або 3 українських бренди, які ми встигли полюбити».

«5 українських брендів, про які говорить світ».

41. Написати замітку в газету на запропоновані теми:

«Проблеми на перспективі сучасної кухонної техніки на українському ринку»;

«Найпопулярніші українські марки кухонної техніки»;

«Які кухонні пристрої найчастіше обирають українці».

Отже, використання власних назв кухонної під час вивчення різноманітних мовознавчих тем сприяє кращому засвоєнню матеріалу, розвитку пізнавальної активності як учнів, так і студентів. Вплив власних

назв будь-якого класу викликає зацікавлення, що в подальшому впливає на зріст знань та активізує учнів та студентів до самостійної роботи.

Висновки до розділу 3

1. Власні назви безперечно один із найактивніших класів сучасної української літературної мови, який досить часто вживається у мовленні будь-якої людини щодня. Проте, варто зазначити, що під час їх використання виникають певні проблемні питання стосовно певних мовних норм вживання, оскільки власним назвам приділяється замало уваги як у шкільній, так і програмі вищих навчальних закладів. У загальному, неодноразово наголошувалося на особливостях такого виду лексики стосовно фонетичних, граматичних та дериваційних процесів, саме тому варто звернути увагу та їх статус та вивчати поряд із загальними назвами.

2. Кожен із класів ономастичної науки займає індивідуальне місце у житті людини. Зокрема, досить часто, на сьогодні, власні назви кухонної техніки стають не лише незамінними супутниками життєдіяльності людини, але й вимагають певної обізнаності у світі техніки, який ми безумовно пізнаємо через назву. Отже, запропонована система вправ спрямована на розв'язання не лише мовознавчих тем, але й удосконалення ономастичних вмій та навичок.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Товаронім – це переважно штучний онім, пов’язаний із матеріальною сферою людського життя, що описує власну назву окремого товару, тобто об’єкта, призначеного для продажу чи обміну. Власні назви такого типу характеризуються особливістю, насамперед побудови самої номінації, це пов’язано із наявністю як марконімів, так і сортонімів. Товароніми входять до прагматонімів та поділяються на гастроніми і ангастроніми. У складі останніх виокремлюємо машиноніми, серед яких: аерогрильоніми, айроніми, арідоми, блендероніми, вакуоніми, вошероніми, джусмашиноніми, електроовеноніми, електрорадоніми, йогуртмашиноніми, калорифероніми, калькулятороніми, кондиціонероніми, кулероніми, лебетоніми, мінсероніми, мультивароніми, скуліроніми, тостероніми, файрооніми, феноніми.

2. Оніми на позначення кухонної техніки – це власні назви пристроїв, що знаходяться у спеціально пристосованому приміщенні і використовуються безпосередньо або опосередковано для приготування та зберігання їжі. До власних назв такого типу, ми зараховуємо номінації блендерів, електропечей, електроплит, електрочайників, пристроїв для приготування кави, мультиварок, соковитискачів, холодильників.

3. Прагматоніми в цілому і товароніми зокрема, досліджені епізодично. В українській ономастиці їх розглядали: Є. С. Біла, Д. Г. Бучко і Н. В. Ткачова, Ю. А. Грушевська, О. Ю. Карпенко, М. А. Курушина, О. М. Тепла, М. М. Торчинський, І. В. Ущаповська, С. О. Шестакова, А. М. Янчишин; а в російській – це безпосередньо стосується досліджень: В. Бондалєтова, А. А. Василевського, Н. О. Гурської, А. А. Ісакової, З. П. Комолової, І. В. Крюкової, В. М. Лейчика, Н. Г. Мордвінової, Н. В. Подольської, Т. А. Соболевої, Е. А. Сотникової, О. В. Суперанської, О. С. Фоменко та ін. Однак ґрунтовного аналізу товаронімікону, зокрема й його окремих груп у вітчизняній лінгвістиці немає.

4. Усього зібрано й проаналізовано 344 номінації кухонної техніки. Серед них відзначаються номінації холодильників (42,44 %), вдвічі менше фіксуємо електроплит (23,84 %), майже з однаковою частотністю реєструємо назви соковитискачів (6,98 %), електрочайників (6,98 %) та електропечей; ще 4,36 % пристроїв для приготування кави та однакову кількість назв на позначення блендерів (2,03 %) та мультиварок (2,03 %). За їх продуктивністю можна досить достовірно з'ясувати, які різновиди кухонної техніки мали особливу популярність на певному етапі.

5. Структурна характеристика аналізованих номінацій засвідчила перевагу складених (257; 74,71 %) і простих (56; 16,28 %) номінацій над складними (31), що зумовлено як домінуванням сортонімів (зазвичай ускладнених додатковими компонентами) над марконімами (в основному простими одиницями), так і потребою подати розширену інформацію про технічні характеристики денотатів. Щодо значної кількості простих власних назв, то варто зауважити, що на сьогодні присутнє пожвавлення виготовлення різноманітних пристроїв власне українського виробництва, що досить розширює назвотворчий спектр, що в подальшому також буде розвиватися та дасть поштовх до ускладнення структури.

До складних назв кухонної техніки належать комбіновані побудови (20), аброконструкції (8) та композити (3).

Складеними є дво- (101) та багатокomпонентні (156) словосполучення побудовані за моделями: «іменник + числівник», «іменник + іменник», «іменник + прикметник», «іменник + іменник + числівник», «іменник + числівник + числівник», «іменник + числівник + прикметник», «іменник + іменник + іменник + числівник + числівник», «іменник + числівник + прикметник + іменник + числівник + числівник».

6. Диференційними ознаками назвотворчих процесів технонайменувань є:

- продуктивність синтаксичного способу словотворення, що зумовлено структурною організацією пропріативів такого типу;

- низька частотність морфологічного способу (здебільшого проявляється складанням різного виду та незначною кількістю суфіксації);

- обмежений дериваційний спектр (не реєструємо префіксації, конфіксації, плюралізації, що відзначається продуктивністю стосовно інших класів онімного простору).

7. Групування технонайменувань за семантикою твірних основ засвідчило значну перевагу відапелятивних (64,53 %) над відонімно-відапелятивними (27,33 %) та відонімними (28; 8,14 %) конструкціями.

Як твірні основи більш продуктивними є загальні назви людей, їх характеристики та рід діяльності; оніми на позначення фізичних величин і процесів, пристроїв; явищ, об'єктів та процесів природи; а менш – назви відфлоролексемного походження, космічна лексика, хімічних понять та сумішей.

Твірні відонімні лексеми – це насамперед топоніми (53,57 %), зокрема, ойконімів (9), гідронімів (3), хоронімів (2), оронімів (1); та антропоніми (39,29 %) та міфоніми (7,14 %).

Комбіновані власні назви кухонної техніки здебільшого утворені за моделлю марконім (трансонімізована похідна) + апелятив (позначення типу іменованого об'єкта з числівником).

8. У цілому мотиваційна градація власних назв кухонних пристроїв передбачає виділення двох різновидів мотивацій – простої (49; 14,24 %) і комбінованої (295; 85,76 %).

Основою щодо утворення номінацій такого типу виступають насамперед асоціація (21) з торговими марками; милозвучність лексем, значення яких, не знаходить відображення у товарі (12). Малопродуктивними є: локативні (6) та символічні (6), сутнісні (4) мотиваційні зв'язки.

За типами номінованих об'єктів домінують власні назви технонайменувань із комбінованою мотивацією, зокрема: асоціативно-квалітативні (122), номінально-квалітативні (90), локативно-квалітативні (44), символічно-квалітативна (13), сутнісно-квалітативна (5), локативно-

символічні (1) та номінально-сутнісно-квалітативні (15), асоціативно-сутнісно-квалітативна (2), локативно-сутнісно-квалітативні (2), символічно-сутнісно-квалітативна (1).

9. Відповідно до мовної політики, на сьогодні значна кількість назв, яка побутує у засобах масової інформації, виданнях та у розмовній мові державних установ потребує унормування та адаптації, це стосується і власних назв кухонної техніки. Номінацій, що вимагають трансформації з певних політичних, економічних чи мовних причин нами зафіксовано 56 (16,28 %). Зокрема, це пропріативи російського походження, що здебільшого є марконімами та англійського, які входять до складу сортоніма. Адаптація таких власних назв стосовно україномовного контенту безпосередньо відбувається шляхом калькування (21, 37,5%) та змішаного типу в основі якого є калькування у поєднанні з транскрипцією (25; 71,43 %) та транслітерацією (10; 28,57 %).

10. Власні назви будь-якого класу, щодня вживаються в мовленні кожної людини, проте під час їх використання відповідно до мовознавчих норм та стандартів щораз фіксуємо хиби, що стосуються правопису, вимови, відмінювання та ін.. Безперечно такий клас лексики вивчається ономастикою, проте, проблемним є те, що лише в контексті певної теми. Значна кількість науковців наголошувала на особливості таких лексем, які за всіма правилами повинні вивчатися окремо або на рівні із загальними назвами, відповідно до кожного розділу мовознавства.

11. У час бурхливого розвитку науки та техніки безумовно помічником у житті людини стали кухонні пристрої різного характеру. Щораз вони удосконалюються, розвиваються, що зумовлює процес опановування таких пристроїв людиною, проте через назву. Саме тому відбувається вивчення таких номінацій самотужки, що вимагає не лише навичок мовознавчого характеру, але й умінь ономастичного аналізу, на що спрямована система вправ подана у роботі.

12. Усі зареєстровані власні назви кухонної техніки представлено у додатку, відповідно до денотатно-номінативної характеристики у алфавітному порядку.

13. Перспективу подальших досліджень вбачаємо у фіксації таких найменувань інших класів, що дозволить отримати більш достовірні результати. Крім того, на вивчення чекають й інші атрибути товаронімікону, такі як темпоральні, структурні, функціональні тощо

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Аксіон 1. Аксіон
URL:<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BA%D1%81%D1%96%D0%BE%D0%BD#:~:text=%D0%90%D0%BA%D1%81%D1%96%D0%BE%D0%BD%20> (дата звернення: 23.09.2021)
- АУС 2. Англо-український словник / за ред. Є. І. Гороть. Вінниця : Нова Книга, 2006. 1700 с.
- Біла, 2018 3. Біла Є. С. Англomовні ароматоніми: структурний, семантичний та когнітивний виміри : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2018. 21 с.
- Бондалетов, 1983 4. Бондалетов В. Д. Русская ономастика. Москва : Просвещение, 1983. 224 с.
- Бренди 5. Бренди URL:
<https://dovidnyk.info/index.php/brandsCat/23/p/7> (дата звернення: 19.11.2021)
- Бусел, 2005 6. Великий тлумачний словник сучасної української мови / за ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь : Перун, 2005. 1728 с.
- Бучко, 2012 7. Бучко Д. Г., Ткачова Н. В. Словник української ономастичної термінології. Харків : Ранок-НТ, 2012. 256 с.
- Виноградов, 2001 8. Виноградов В. С. Введение в переводоведение. Москва, Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
- Глухова, 2010 9. Глухова О. В. Ономастические и лингвокультурологические характеристики словесных товарных знаков: на материале русского и английского языков : дис. канд. филолог. наук : 10.02.19 / Ростов-на-Дону, 2010. 193 с.
- Голяев, 1999 10. Горяев С. О. Номинативные интенции субъекта ономастиологической номинации (на материале русских прагмонимов): автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: 10.02.01. Екатеринбург, 1999. 22 с.
- Грушевська, 2005 11. Грушевська Ю. А. Власні назви в російському рекламному тексті: лінгвістичний і функціональний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.02. Дніпропетровськ, 2005. 19 с.
- Гурська, 1975 12. Гурская Н. А. Структурно-семантические и морфологические особенности словесных товарных знаков (на материале английского языка).

- Грамматические и лексико-семантические исследования в синхронии и диахронии. 1975. Вып. 2. С. 26–41.
- Дзюба, 2014 13. Дзюба К. А. Способы формирования наименований торговых марок: на материале английского, русского и французского языков : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: 10.02.19. Тамбов, 2014. 25 с.
- Комолова, 1974 14. Комолова З. П. Семантическая мотивированность прагмонимов (на материале товарных знаков СССР и США). Проблемы семантики. Москва, 1974. С. 333–339
- Курушина, 2007 15. Курушина М. А. Відномастичні моделі товарних знаків та номенів у сучасній українській мові: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2007. 16 с.
- Лейчик, 1874 16. Лейчик В. М. Номенклатура – промежуточное звено между терминами и собственными именами. Вопросы терминологии и лингвистической статистики. Воронеж, 1974. С. 13–24.
- Лейчик, 1982 17. Лейчик В. М. Люди и слова. Москва : Наука, 1982. 177 с.
- Лехніцька, 2012 18. Лехніцька С. І. Структурно-семантичний і комунікативно-прагматичний потенціал найменувань лікарських препаратів. *Studia linguistica*. 2012. Вип. 6 (1). С. 284–290.
- Михальчук, 1998 19. Михальчук О. І. Мікротопонімія Підгір'я: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Київ, 1998. 219 с.
- Мордвинова, 2008 20. Мордвинова Н. Г. Словесные товарные знаки алкогольных напитков (на материале русского, чувашского, французского, итальянского, испанского, немецкого и английского языков) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук : 10.02.20. Чебоксары, 2008. 28 с.
- Німчук, 1968 21. Німчук В. В. Зміни й доповнення в списку ономастичних термінів. Повідомлення Української ономастичної комісії. Київ : Наукова думка, 1968. Вип. 7. С. 60–64.
- Новичихина, 2004 22. Новичихина М. Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации : дис. докт. филол. наук : 10.02.19. Воронеж, 2004. 351 с.
- Омельчук, 2014 23. Омельчук С. Структурні параметри прагмонімів у сучасній українській мові. Образне слово Луганщини : матеріали XII Всеукр. наук.- практик. конф. ім. В. Ужченка. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2014. Вип. 13. С. 241–243.
- Ономастика 24. Ономастика URL :

- <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0> (дата звернення: 25.09.2021)
- Особливості перекладу 25. Особливості перекладу власних назв українською та російською мовами на матеріалі роману Дж. К. Роулінг «Гаррі Поттер і філософський камінь» URL : <https://lingua.lnu.edu.ua> > 2019/03 > WIS-205 (дата звернення: 18.11.2021)
- Пеліна, 2013 26. Пеліна О. В. Труднощі перекладу ідеонімів і прагматонімів міста Одеси англійською мовою. Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки. 2013. № 17. С. 144–148.
- Плющ, 2005 27. Плющ М. Я., С. П. Бевзенко, Н. Я. Грипас Сучасна українська літературна мова : підручник. Київ : Вища школа, 2005. 430 с.
- Подольська, 1988 28. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. Москва : Наука, 1988. 192 с.
- Соболева, 1986 29. Соболева Т. А., Суперанская А. В. Товарные знаки. Москва : Наука, 1986. 176 с
- СОПУМ 30. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови: монографія. Хмельницький : Авіст, 2008. 550 с.
- Сотникова, 2006 31. Сотникова Е. А. Ономастическое пространство названий парфюмерной продукции в русском языке : дис. канд. филолог. наук: 10.02.19. Елец, 2006. 259 с.
- ССІС 32. Сучасний словник іншомовних слів / уклали: О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. Київ : Довіра, 2006. 789 с.
- СУМ, Т. 1 33. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1970. Т. 1. 799 с.
- СУМ, Т. 2 34. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1971. Т. 2. 550 с.
- СУМ, Т. 81 35. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1977. Т. 8. 927 с.
- СУМ, Т. 3 36. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1972. Т. 3. 744 с.
- СУМ, Т. 4 37. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1973. Т. 4. 840 с.
- СУМ, Т. 5 38. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1974. Т. 5. 840 с.
- СУМ, Т. 6 39. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1975. Т. 6. 832 с.
- СУМ, Т. 7 40. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1976. Т. 7. 723 с.
- СУМ, Т. 9 41. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова

- думка, 1978. Т. 9. 916 с.
- СУМ, Т. 10 42. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1979. Т. 10. 658 с.
- СУМ, Т. 11 43. Словник української мови: в 11-х т. Київ : Наукова думка, 1980. Т. 11. 699 с.
- Суперанська, 1973а 44. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. Москва : Наука, 1973. 366 с.
- Суперанська, 1973б 45. Суперанская А. В. Терминология и ономастика. Вопросы разработки научно-технической терминологии. Рига, 1973. С. 92–102.
- Тепла 46. Тепла О. М. URL: Атрактивна функція прагматонімів у рекламній комунікації file:///C:/Documents%20and%20Settings/Anatoliy/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/9-14-PB.pdf (дата звернення: 11.09.2021)
- Тепла, 2011 47. Тепла О. М. Прагмоніми як засоби мовного маніпулювання. *Studia Linguistica*: зб. наук. пр. Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. Вип. 5, ч. 2. С. 274–278.
- Торчинський, 2007 48. Торчинський М. М. Ономастичні студії в Україні (дисертаційні дослідження, захищені у другій половині ХХ – на початку ХХІ століть). Хмельницький : ХНУ, 2007. 123 с.
- Торчинський, 2010а 49. Торчинський М. М. Конотація онімної лексики. Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського. Серія: Філологія. 2010. Вип. 11. С. 25–32.
- Торчинський, 2010б 50. Торчинський М. М. Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови : дис. докт. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2010. 502 с.
- Торчинський, 2010в 51. Торчинський М. М. Українська ономастика: навчальний посібник. Київ : Міленіум, 2010. 138 с.
- Торчинський, 2015 52. Торчинський М. Ономастична поінформованість як компонент лінгвістичної компетентності людини. Мовні компетенції як основа професійного і соціального успіху в Європі : міжнар. укр.-пол. наук.-практ. конф., 18 листоп. 2015 р. – Хмельницький, 2015. С. 194–210.
- Трифорова, 2002 53. Трифонова Е. В. Лингвистическая характеристика словесных товарных знаков и их функционирование в печатной рекламе: на материале немецкого языка : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: 10.02.04. Санкт-Петербург, 2002. 18 с.
- Ущатовська, 2017 54. Ущатовська І. В. Семіотика мови бренду. *Contemporary issues in philological sciences: experience of*

- scholars and educationalists of Poland and Ukraine : International research and practice conference. Lublin, Republic of Poland, 2017. P. 128–132.
- Ущачовська, 2020 55. Ущачовська І. В. Структурно-семантичні, соціолінгвальні та прагматичні параметри мови бренду URL: http://phd.znu.edu.ua/page/aref/02_2020/Ushchapovska_aref.pdf (дата звернення: 14.10.2021)
- Фокин, 2002 56. Фокин Е. В. Урок тридцать шестой: история товарных знаков в России. Техника молодежи. 2002. №5. С. 17–19.
- Фоменко, 2009 57. Фоменко О. С. Прагматонимы-глобализмы: лингвистический статус и функциональная специфика : дис. канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2009, 209 с.
- Ці 50 58. Ці 50 українських виробників створюють круті речі: <https://mc.today/tsi-50-ukrayinskih-virobnikiv-stvoryuyut-kruti-rechi-na-kozhen-den-golosujte-za-ulyubleni-brendi> (дата звернення: 19.11.2021)
- Чураков, 2005 59. Українсько-латинський та латинсько-український словник / за ред. Л. П. Чуракова. Київ : Видавець Вадим Карпенко, 2005. 118 с
- Шестакова, 2002 60. Шестакова С. О. Лексико-семантичні інновації у системі української номінації (на матеріалі ергонімів і прагмонімів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2002. 17 с.
- Шмельов, 1973 61. Шмелев Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики : на материале русского языка. Москва : Наука, 1973. 280 с.
- Шрамко 62. Шрамко О. Використання ономастичного регіонального матеріалу на уроках української мови URL: https://kyivobl.man.gov.ua/zakhody/%D1%84/VIKORISTANNJA_ONOMASTICHNOGO_REGIONALNOGO_MATERIALU_NA_UROKAh_UKRAINSKOI_MOVI/ (дата звернення: 21.09.2021).
- Щерба, 2004 63. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. Москва, Едиториал УРСС, 2004. 432 с.
- Щетинін, 1966 64. Щетинин Л. М. Слова, имена, вещи: Очерки об именах. Ростов-на-Дону : Изд-во Рост. ун-та, 1966. 222 с.
- Щетинін, 1968 65. Щетинин Л. М. Имена и названия. Ростов : Изд-во Рост. ун-та, 1968. 253 с.
- Яковлєва, 2006 66. Яковлева О. Е. Семиотические типы прагматонимов современного русского языка (на материале номинаций продуктов питания): автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук: 10.02.01. Новосибирск, 2006. 21 с.

- Янчишин, 2014 67. Янчишин А. М. Прагматонім як особливий клас онімної лексики. Поділля. Філологічні студії: зб. наук. пр. Вип. 6. Ч. 1. Хмельницький : ХмЦНІІ, 2014. С. 209–214.
- Янчишин, 2018 68. Янчишин А. М. Морфолого-синтаксичні конструкції у товаронімії. Актуальні проблеми філології та перекладознавства: зб. наук. пр. – Вип. 14 – Хмельницький : ФОП Бідюк Є. І., 2018. – С. 201–208.
- Янчишин, 2019 69. Янчишин А. М. Власні назви промислових товарів: типологія, походження і функціонування: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. – Черкаси, 2019. – 356 с
- Boulaye 70. Boulaye D. de la, Jaoui H., Bessis P. La creation de noms. Communication et langages. Paris : Persee, 1970. № 8. P. 113–121.
- Fevre-Permet, 2000 71. Fevre-Permet C. Les noms de produits dietetiques: etude linguistique. Memoire de maotrise. Toulouse : Le Mirail, 2000. P. 25–37.
- Fevre-Permet, 2005 72. Fevre-Permet C., Roche M. Quel traitement lexicographique de l'onomastique commerciale? Pour une distinction Nom de marque. Nom de produit. Paris : FrPublie, 2005. 18 p.
- Meyer 73. Meyer R. M. Zur Terminologie der Reklame. Zeitschrift fur deutsche Wortforschung / Hrsg. F.Kluge, Bd.2,1902.
- Rey-Debove 74. Rey-Debove J. Nom propre, lexique et dictionnaire de langue. Nom propre et nomination: M. Noailly. Brest : Actes du Colloque de Brest, 1994. P. 107–122.
- Siblot 75. Siblot P. Noms et image de marque : de la construction du sens dans les noms propres. Nom propre et nomination: a l'ed. de M. Noailly: Actes du Colloque de Brest. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 1994. P. 147–160.

ДОДАТКИ

Додаток А

ПЕРЕЛІК ВЛАСНИХ НАЗВ КУХОННОЇ ТЕХНІКИ

Блендероніми

(пропріативи на позначення блендерів)

1. «Аксинья» (рос. «Аксинья»). 2. «Аксинья КС-307В Блек/Ред» (рос. «Аксинья КС-307В Black/Red»). 3. «ОТМ». 4. «ОТМ 210TW». 5. «Ротор». 6. «Ротор Алтай». 7. «Ротор 010-01».

Джусмашиноніми

(власні назви соковитискачів)

1. «Аксіон». 2. «Аксіон СЦ 22». 3. «Аксіон СЦ 32.01 Джус». 4. «Аксіон СЦ 32.02 Джус». 5. «Аксіон СЦ 32.02 Турбо». 6. «Еликсир». 7. «Еликсир СВСА-309». 8. «Еликсир СВСА-310». 9. «Мотор Січ». 10. «Мотор Січ СБА-1». 11. «Мотор Січ СБЧ-1». 12. «Нептун». 13. «Помічниця». 14. «Помічниця СВПП-201». 15. «Струмок» (рос. «Родничок»). 16. «Струмок СВПП-301М». 17. «Салют». 18. «Салют СВПП-201». 19. «СШ». 20. «СШ-1». 21. «ТШМ». 22. «ТШМ-1». 23. «ТШМ-2». 24. «ТШМ-2М».

Кофімашиноніми

(оніми на позначення пристроїв для приготування кави)

1. «Василина» (рос. «Василиса»). 2. «Василина КВ1-600 Ред» (рос. «Василиса КВ1-600 Red»). 3. «Василина КВ-600» (рос. «Василиса КВ1-600»). 4. «Василина ВА-700 Блек» (рос. «Василиса ВА-700 Black»). 5. «Добриня» (рос. «Добрыня»). 6. «Добриня ДО-3602» (рос. «Добрыня ДО-3602»). 7. «Ельво». 8. «Паросток» (рос. «Росток»). 9. «Кавоварка». 10. «Ладомир» (рос. «Ладомир»). 11. «Ладомир 2 Ред» (рос. «Ладомир 2 Red»). 12. «Росинка». 13. «Росинка РОС-1008». 14. «Яромір». 15. «Яромір Яр-552».

Кулероніми

(номінації а позначення холодильників)

1. «Бірюса». 2. «Бірюса 122». 3. «Бірюса 125 RS». 4. «Бірюса 125S». 5. «Бірюса 127». 6. «Бірюса 129 RSL». 7. «Бірюса 129S». 8. «Бірюса 130 RSL». 9. «Бірюса 130S». 10. «Бірюса 131 RL». 11. «Бірюса 131». 12. «Бірюса 132 RL». 13. «Бірюса 132». 14. «Бірюса 133 RL». 15. «Бірюса 133 RSL». 16. «Бірюса 133». 17. «Бірюса 133D». 18. «Бірюса 134 RL». 19. «Бірюса 134». 20. «Бірюса 135 RL». 21. «Бірюса 135». 22. «Бірюса 136 RL». 23. «Бірюса 136». 24. «Бірюса 139». 25. «Бірюса 139D». 26. «Бірюса 143SN No Frost». 27. «Бірюса 144SN No Frost». 28. «Бірюса 149». 29. «Бірюса 149D». 30. «Бірюса 151». 31. «Бірюса 153». 32. «Бірюса 18». 33. «Бірюса 19 С». 34. «Бірюса 20 С». 35. «Бірюса 228 С-3». 36. «Бірюса 290». 37. «Бірюса 310-1». 38. «Бірюса 6-1». 39. «Бірюса 8С-1». 40. «Дніпро» (рос. «Днепр»). 42. «Дніпро 120-330». 43. «Дніпро 141-330». 44. «Дніпро 271-330». 45. «Дніпро 274-330». 46. «Дніпро 275-330». 47. «Дніпро DRT 50 022». 48. «Дніпро ДМ-161-010 А+». 49. «Дніпро ДМ-161-010». 50. «Дніпро ДХ 212 010». 51. «Дніпро ДХ 212 310». 52. «Дніпро ДХ 212-010». 53. «Дніпро ДХ 243 010». 54. «Дніпро ДХ-271-010».

55. «Комфорт». 56. «Крихітка» (рос. «Кроха»). 57. «Мінськ». 58. «Мінськ-Атлант». 59. «Морозко». 60. «Морозко 4». 61. «Морозко-301». 62. «Морозко-302». 63. «Океан». 64. «Океан CFD 4205». 65. «Океан CFD-4182». 66. «Океан CFD-4200». 67. «Океан CFD-4282». 68. «Океан CFD-4298». 69. «Океан CFD-4322». 70. «Океан CFD-4328». 71. «Океан CFD-4350». 72. «Океан CFD-4398». 73. «Океан CFD-4400». 74. «Океан FD 5210». 75. «Океан FD 550». 76. «Океан FD 590». 77. «Океан FD-5100». 78. «Океан FD-5150». 79. «Океан FD-5200». 80. «Океан FD-545». 81. «Океан L415C». 82. «Океан MF 80». 83. «Океан MF-110». 84. «Океан MF-155». 85. «Океан MF-185C». 86. «Океан MF-300». 87. «Океан MF-98C». 88. «Океан MR 130C». 89. «Океан MR 50». 90. «Океан MRF 115». 91. «Океан RD 5130». 92. «Океан RD-3185». 93. «Океан RFD-2113». 94. «Океан RFD-3252B». 95. «Океан RFD-5172». 96. «Океан RFD-C5234». 97. «Океан RFD-C5234G». 98. «Океан RFN 8345BW». 99. «Океан RFN SL5510S». 100. «Орськ» (рос. «Орск»). 101. «Орськ 161-01 White». 102. «Орськ 161-05». 103. «Орськ 162-01 White». 104. «Орськ 162-05». 105. «Орськ 163-01 White». 106. «Орськ 163-05». 107. «Орськ 163-1-01». 108. «Орськ 167-01». 109. «Орськ 167-05». 110. «Орськ 220». 111. «Орськ 22-1». 112. «Орськ 24». 113. «Орськ 257-01». 114. «Орськ 264-01». 115. «Орськ 264-1-01». 116. «Орськ 43-1». 117. «Орськ 448-1 01». 118. «Орськ 448-1». 119. «Памір». 120. «Садко». 121. «Саратов». 122. «Саратов 105 КШМХ-335/125». 123. «Саратов 174 КШД 335/125». 124. «Саратов 209 КШД-275/65». 125. «Саратов 263 КШД-200/30». 126. «Саратов 264 КШД-150/30». 127. «Саратов 451 КШ-160». 128. «Саратов 452 КШ-120». 129. «Саратов 467 КШ-210/25». 130. «Саратов 504 КШ-225». 131. «Саратов 549 КШ-160». 132. «Саратов 550 КШ-120». 133. «Саратов 569 КШ-220». 134. «Свяга». 135. «Свяга 404». 136. «Свяга 404-1». 137. «Свяга 410». 138. «Свяга 410-1». 139. «Свяга 513-3». 140. «Свяга 513-4». 141. «Свяга 538-2». 142. «Смоленськ». 143. «Фазотрон». 144. «Холодок». 145. «Юрюзань». 146. «Юрюзань 216».

Лебетоніми

(власні назви електрочайників)

1. «Аероплан». 2. «Великі Ріки» (рос. «Великие Реки»). 3. «Великі Ріки Дон 1» (рос. «Великие Реки Дон 1»). 4. «Великі Ріки Амур 1» (рос. «Великие Реки Амур 1»). 5. «Великі Ріки Нева 1» (рос. «Великие Реки Нева 1»). 6. «Зоря». 7. «Зоря 258-01». 8. «Зоря 256-01». 9. «Зоря 256-03». 10. «Попелюшка» (рос. «Золушка»). 11. «Крапелька» (рос. «Капелька»). 12. «Крапелька 3910 Єлоу» (рос. «Капелька 3910 Yellow»). 13. «Крапелька 3911 Грін» (рос. «Капелька 3911 Green»). 14. «Майстриня». 15. «Майстриня ЕК-1801G». 16. «Мастриня ЕК-1801М Капучіно». 17. «Мастриня ЕК-1801G». 18. «Маяк». 19. «Маяк ЕЧК 0,5/0,5-220». 20. «Маяк ЕЧ 1,7/1,2-220». 21. «Проф-Прес». 22. «Фея». 23. «Фея 815». 24. «Фея 2010А».

Електроовеноніми

(номінації електроречей)

1. «Витязь». 2. «Витязь 1379 МП20-700». 3. «Витязь 1478 МП20-700-5». 4. «Витязь 1378 МП20-700-5». 5. «Гуцулка». 6. «Електропіч». 7. «Електропіч МРМ МРЕ-05 / Т». 8. «Електропіч МРМ МРЕ-06Т». 9. «ЕЛЕКТРОТЕРМ». 10. «ЕЛПА». 11. «ЕЛПА 3А». 12. «Елта». 13. «Елта ВШЕ 14 ВВ Black». 14. «Елта ВШЕ 13 ХВ». 15. «Карпати».

16. «Мрія». 17. «Мрія МФ-3». 18. «Оксана». 19. «Оксана ЕШП-220». 20. «Промінь». 21. «Промінь-2». 22. «Харків». 23. «Харків 2М». 24. «Харків-1».

Міксероніми
(оніми на позначення міксерів)

1. «Ведуга». 2. «Ведуга МВР – 203». 3. «Еліта». 4. «Еліта ВР-201». 5. «Еліта ВР-301». 6. «Марія». 7. «Марія МР-1». 8. «Марія МР-2». 9. «Рось». 10. «Рось МВР-302». 11. «Рось МВР-301». 12. «Страуме». 13. «Страуме ВР-201». 14. «Страуме ВР-301». 15. «Хортиця». 16. «ХортицяРВ-201».

Мультивароніми
(власні назви мультиварок)

1. «Бриз». 2. «Бриз МХ 11». 3. «Добриня» (рос. «Добрыня»). 4. «Добриня ДО-1014» (рос. «Добрыня ДО-1014»). 5. «Добриня Маки ДО-1009» (рос. «Добрыня Маки ДО-1009»). 6. «ОКА». 7. «ОКА СВ-5050».

Файроніми
(пропріативи на позначення електроплит)

1. «Дарина» (англ. «Darina»). 2. «Діва». 3. «Діва 009». 4. «Електроплита». 5. «Електроплита 2000». 6. «Електроплитка». 7. «Електроплитка ГЕЛП» (рос. «Електроплитка ХЕЛП»). 8. «Елна». 9. «Елна 020Н». 10. «Елна 100Н». 11. «Елна-001». 12. «Елна-001Н». 13. «Елна-002». 14. «Елна-002Н». 15. «Елна-010». 16. «Елна-010Н». 17. «Елна-011». 18. «Елна-020». 19. «Елна-100А». 20. «Елна-100Ц». 21. «Елна-101». 22. «Елна-101А». 23. «Елна-200». 24. «Елна-200А». 25. «ЗВІ». 26. «ЗВІ 403 (50x60) чорна». 27. «ЗВІ 415 (50x60) чорна». 28. «ЗВІ 417 (50x60)». 29. «ЗВІ 428 (50x60) (380В)». 30. «ЗВІ 430 Рослава». 31. «ЗВІ 450 (50x60) чорна». 32. «ЗВІ 450». 33. «ЗВІ 5010 чорна». 34. «ЗВІ 5020 чорна». 35. «ЗВІ 503». 36. «ЗВІ 510 чорна». 37. «ЗВІ 5110 чорна». 38. «ЗВІ 5120 чорна». 39. «Злата». 40. «Злата 113Т». 41. «Злата 213Т». 42. «Злата 231Т». 43. «Ладогоа». 44. «Ладогоа-3». 45. «Ладогоа-4». 46. «Леміра». 47. «Леміра 1.0». 48. «Леміра 1». 49. «Леміра 2». 50. «Леміра ЕПТ 1». 51. «Леміра ЕПТ 1-1,0». 52. «Леміра ЕПТ 1-1.0/220». 53. «Леміра ЕПТ 1-1.0/220». 54. «Леміра ЕПТ 2-2,0». 55. «Леміра ЕПТ 2-2.0/220». 56. «Леміра ЕПТ 44778». 57. «Леміра ЕПТ2». 58. «Леміра ЕПТ2-Т 1-1,0». 59. «Леміра ЕПТ2-Т 1-1.0/220». 60. «Леміра ЕПТ2-Т 2-2.0/220». 61. «Леміра ЕПТЧ 2». 62. «Леміра ЕПТЧ-Т 1-1.5/2». 63. «Леміра ЕПТЧ-Т 1-1.5/220». 64. «Леміра ЕПТЧ-Т 2-3.0/220». 65. «Лисьва». 66. «Лисьва ЕПС 301МС». 67. «Лисьва ЕПС 402МС». 68. «Лисьва ЕПС 411МС». 69. «Мрія» (рос. «Мечта»). 70. «Мрія 111Т». 71. «Мрія 15М». 72. «Мрія 16». 73. «Мрія 211Т». 74. «Мрія 3». 75. «Мрія 4». 76. «Мрія 5». 77. «Мрія 6Б». 78. «Мрія 9». 79. «Термія». 80. «Термія ЕПТ». 81. «Термія ЕПТЧ». 82. «Фаворит».