

УДК 811.134.2 + 811.161.2'373.2

Л.І. Бобчинець

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

e-mail: blinfo@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8326-1948>

СЛОВОГРА В ІСПАНСЬКИХ І УКРАЇНСЬКИХ ЕРГОНІМАХ: СПОСОБИ ТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІЇ

Abstract

The paper focuses on wordplay in the ergonymic names of Madrid, Malaga, Cadiz, Salamanca, Kyiv, Chernihiv and Odesa. The aim of the research is to study ways of creation of wordplay in ergonyms. The author suggests the term *словогра / wordplay* in Ukrainian and analyses lexico-semantic, grammatical, phonetic, graphic ways of wordplay in Spanish and Ukrainian ergonyms. The material of the study is ergonymic names (names of restaurants, cafés, shops, hairdressing salons / barbershops) of Kyiv, Chernihiv, Odesa, Madrid, Salamanca, Malaga and Cadiz. The research methods applied embrace lexico-semantic, lexico-grammatical, phonetic and graphic analyses of Ukrainian and Spanish ergonyms. Among lexico-semantic means of wordplay formation we single out metaphors, pseudo-paronyms as ways of creation of allusive names. Phonetic means of wordplay creation include alliteration, assonance, rhyme. Graphic means of wordplay creation feature capitalization, paragraphemic signs, use of letters instead of words inside the name. Lexico-grammatical and syntactic ways of wordplay creation in ergonyms are represented by regrouping of syllables, in particular, in the names with the structure of a word combination. The author reveals there are more verb ergonyms in Spanish compared to Ukrainian, where nominative ergonyms are predominant. The distinctive feature of Ukrainian ergonyms is the combination of Cyrillic and Latin letters in one name or writing foreign words in Cyrillic. Wordplay with a humorous effect is more characteristic of Ukrainian ergonyms. It is stated that the main function of wordplay in ergonyms is expressive nomination to attract clients' attention. Further studies may comprise analysis of wordplay in ergonyms in other regions to reveal local tendencies of wordplay creation and inclination to humour in word formation.

Keywords: ergonym, commercial name, wordplay, word creation, occasionalism, functions of ergonyms, functions of wordplay.

Анотація

Статтю присвячено дослідженню гри слів в ергономічних назвах Мадрида, Малаги, Кадіса, Саламанки, Києва, Чернігова та Одеси. Метою статті є вивчення способів творення гри слів у ергонімах. Запропоновано термін "словогра / слово-гра" в українській мові, проаналізовано лексико-семантичні, граматичні, фонетичні, графічні способи творення слово-гри в іспанських і українських ергонімах. Матеріал дослідження становлять ергономічні назви (назви ресторанів, магазинів, перукарень) Києва, Чернігова, Одеси, Мадрида, Саламанки, Малаги, Кадіса. Методи дослідження – лексико-семантичний, лексико-граматичний, фонетичний і графічний аналіз українських та іспанських ергонімів. Серед лексико-семантичних засобів представлені метафори, псевдопаронімія як спосіб креації алюзивних назв. Фонетичні засоби словогри включають алітерацію, асонанс, риму. Графічні засоби творення гри слів містять капіталізацію, параграфемні знаки, вживання літер замість слів у середині назви. Лексико-граматичні і синтаксичні засоби творення словогри в ергонімах представлені перерозподілом складів, особливо в назвах із структурою словосполучення. Виявлено, що в іспанській мові більше дієслівних ергонімів, на відміну від української, де переважають номінативні ергонімічні назви. Особливістю української ергоніміки є комбінування кирилиці і латиниці в одній назві або написання кирилицею іноземних слів. Гра слів із гумористичним ефектом більш характерна для українських ергонімів. Визначено функції гри слів в ергономічних назвах. Встановлено, що основна функція словогри в ергонімах – експресивна номінація для привернення уваги клієнтів. Перспективним є дослідження словогри в ергонімах інших ареалів для виявлення місцевих тенденцій творення словогри і схильності до гумору в словотворчості.

Ключові слова: ергонім, комерційна назва, гра слів, креація слів, окаяоналізм, функції ергонімів, функції гри слів.

Вступ. Ергоніми або комерційні назви належать до особливого ономастичного простору, основна функція якого – інформативна номінація. Водночас ергоніми спрямовані на привернення уваги в глобалізованому конкурентному світі, тому креативність ергономічних номінацій є частим феноменом і потребує окремого вивчення, особливо ергонімів із використанням гри слів, що надає цим власним назвам експресивності й оригінальності. У сучасній лінгвістиці наявні роботи, присвячені ергонімам, грі слів, однак відсутнє вивчення гри слів саме в ергономічних назвах, оскільки дослідження переважно зосереджені на лексичній семантиці та структурі ергонімів, тобто на лексико-семантичних і структурних класифікаціях ергонімів (Горожанов, 2015; Курбанова, 2014; Sjöblom, 2017), на вивченні функцій ергонімів (Шимкевич, 2002; Smirnova, 2017), вивченні функцій гри слів (Ильсова & Амири, 2012; Санников, 2005). **Актуальність** нашого дослідження обумовлена дедалі більшою креативністю в сучасних ергономічних назвах, одним із виявів якої є гра слів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Гра слів у власних назвах має на меті привернути увагу потенційних клієнтів або відвідувачів, якщо йдеться про сферу обслуговування, у якій номінації є ергонімами, комерційними назвами: назви ресторанів, магазинів, готелів, перукарень тощо (Sjöblom, 2017, p. 92). Ергоніми і комерційні назви іноді вживаються як синоніми, хоча ергоніми – ширше поняття, оскільки включає не тільки комерційні назви, а й найменування державних установ (школи, церкви, адміністративні місця). Таким чином, "комерційні назви" є гіпонімом щодо ергонімів, які є гіперонімами. Головна функція власної назви – ідентифікаційна (Sjöblom, 2017, p. 94). Такі власні назви утворюють своєрідний *лінгвістичний пейзаж / paisaje lingüístico*. Цілком погоджуємося з Н. Смірною, що ергоніми певного міста малюють його лінгвістичний портрет, описуючи повсякденне життя (Smirnova, 2017, p. 1049). Вони передають місцеві звички, традиції, настрої, моду, тобто є певною мірою носіями національного колориту або, навпаки, тяжіють до інтернаціональності, якщо ергонімічні номінації містять запозичення. Ергоніми також "свідчать і про мовну особистість окремого номінатора, і про мовне середовище загалом" (Горожанов, 2015, с. 151). Отже, в ергонімічних номінаціях важливо враховувати також екстралінгвістичні фактори. До екстралінгвістичних критеріїв належить дотримання вимоги до ергонімів слугувати унікальними, індивідуальними комерційними назвами (Слухай & Синявська, 2020, с. 34).

Н.В. Шимкевич виділяє прагматичні ергоніми – такі, яким притаманна прагматика або мовленнєвий вплив номінатора на реципієнта нелогічним способом, серед яких розрізняє прагматичні інформативні і прагматичні асоціативні ергоніми (Шимкевич, 2002, с. 12). Прагматичні інформативні надають додаткову інформацію про організацію або підприємство, яка не має безпосереднього відношення до роду діяльності, однак сприяє створенню в адресата позитивного образу організації (Шимкевич, 2002, с. 12). На прикладах нашого ілюстративного матеріалу можемо зазначити такі ергоніми, як: *Gadisushi, Escencia gaditana* (назва ресторанів у Кадісі). Прагматичні асоціативні ергоніми впливають на адресата, надаючи йому додаткову інформацію шляхом створення позитивних асоціацій, що апелюють до знань і культурного досвіду адресата (Шимкевич, 2002, с. 14). Наприклад, *Arte y harina* (назва пекарні у м. Малага), *Lucky coffee* (назва мережі кав'ярень у м. Чернігові). Таким чином, ергоніми з грою слів можна назвати прагматичними, оскільки вони спрямовані впливати на адресата, апелюючи до позитивних емоцій, а також до почуття гумору, якщо словогра в певних назвах має комічний ефект.

Гра слів є містким поняттям, яке включає маніпулювання словом із різних його боків (фонетичного, лексичного, граматичного) для досягнення гумористичного ефекту. Особливе значення має словотворчий процес – творення гри слів. **Мета статті** – запропонувати термін *словогра* в українській мові як синонім терміна *гра слів*, проаналізувати лексико-граматичні, фонетичні і графічні засоби створення словогри в ергонімах (назвах ресторанів, кафе, барів,

перукарень, магазинів тощо) в українській та іспанській мовах, виявити спільні і розбіжні закономірності створення словогри в обох мовах. Для цього ми ставимо такі завдання: 1) описати й проаналізувати гру слів у досліджуваних ергонімах за фонетичним, графічним, лексико-семантичним, синтаксичним принципами; 2) визначити функції гри слів в ергонімічних назвах.

Матеріалом дослідження послуговували назви ресторанів, барів, магазинів, перукарень Іспанії й України, зібрані шляхом безпосереднього спостереження на вулицях Мадрида, Саламанки, Малаги, Кадіса, Києва, Чернігова, Одеси, а також пошуку на окремих вебсайтах (https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g294474-zfg11776-Kyiv_Kiev.html, <https://tomato.ua/chemigov/>, https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g187432-Cadiz_Costa_de_la_Luz_Andalucia.html тощо).

Методи дослідження включають фонетичний, графічний, лексико-семантичний, лексико-граматичний і функціональний аналіз українських та іспанських ергонімів, що містять гру слів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ураховуючи милозвучність і словотвірний потенціал української мови, пропонуємо термін *словогра*, за аналогією з англ. *wordplay* і нім. *Wortspiel*, який, на нашу думку, є стислим і милозвучним терміном і може вживатися як абсолютний синонім терміна "гра слів". Можливе також написання терміна через дефіс: *слово-гра*. Найвищим виявом словогри, на нашу думку, є каламбур, оскільки містить неоднозначність, двозначність, амбізначність. Зазначимо, що в м. Луцьку є ресторан "Словограй", назву якого можна також віднести до гри слів, оскільки в цьому ергонімі виявляється словотворчість.

Словогра в ергонімах утворюється різними способами, де не завжди переважає один засіб, а може вживатися комплекс словоігрових засобів. Мовна гра як навмисне відхилення від мовної норми може бути реалізована на різних мовних рівнях – від фонетики до прагматики і стилістики, адже вона (мовна гра) може бути фонетичною, морфологічною і словотворчою (Крыжановская, 2017, с. 60).

До фонетичних засобів створення словогри в ергонімах належать асонанс, алітерація, рима. Граматичні, морфологічні засоби представлені словотвором за аналогією, за допомогою псевдоафіксів, а також може вживатися лексико-синтаксичний засіб – перерозподіл складів. Отже, лексико-граматичні засоби створення словогри в ергонімах містять псевдоафіксацію як спосіб креації нових слів або перерозподіл складів у межах словосполучень, якщо ергонім має структуру словосполучення. Розглянемо окремо згадані вище засоби словогри в досліджуваних ергонімах.

Фонетичні засоби створення словогри в українських та іспанських ергонімах:

а) **рима:** *Vida y comida* (Саламанка), *Under wonder*, *Par Bar*, *Rojo Ojo*, *КазаН ДиваН*, *Кеды искусствоведа*, *Любовь-Морковь* (Київ), *Pasta Basta*, *SHAVA KAVA*, *Хата Тата*, *Робин Бобин*, *Фон Барон*, *Тудой-сюдой* (Чернігів), *Жарю-парю* (Одеса). Номінація *Тудой-сюдой* також містить навмисно вжиті неправильні слова, які використовуються в розмовній мові, що надає цьому ергоніму гумористичного характеру. Рима семантично віддалених слів має більшу експресивність, ніж рима близьких за семантикою слів (Attardo, 2018, p. 104), як, наприклад, в ергонімах *Любовь-Морковь*, *Pasta Basta*, тоді як римовані ергоніми *Хата Тата*, *Тудой-сюдой* мають певну семантичну близькість без втрати експресивності;

б) **алітерація і асонанс:** *Файна фамілія*, *Mur Mur*, *Barbara Bar*, *Hungry Hunter*, *Мама Манана*, *Нана Нина*, *Амстер Дамстер* (Чернігів), *Arte y harina* (Малага), *Salon Tris Tras* (Кадіс). Можливе одночасне вживання рими, асонансу та алітерації: *Клюква&Брюква*, *Сули Гули* (Київ), *Амстер Дамстер* (Чернігів), *Фиш&Киш*, *Гоголь-Моголь*, *Merry Berry* (Одеса). Слід зазначити, що ергонім *Амстер Дамстер* містить також алюзію на популярний англійський персонаж Humpty Dumpty;

в) **повтор:** *Чик-Чик* (назва перукарні в Чернігові), *Bistro Bistro*, *Vero Vero*, *Delhi Delhi*, *Cafe Cafe*, *Mur Mur* (Київ), *Cafeteria Ya-Ya* (Саламанка). Він в ергонімах має підсилювальний характер і виконує експресивну функцію.

Графічні засоби утворення слогогри в ергонімах:

а) **капіталізація** (написання з великої літери): *Restaurante DCorazon, DiverXO* (Мадрид), *VisTT, disFrutas* (Кадіс), *Café Bar El Mordisco* (Саламанка), *МлинОК, ПаЛумпа, Kilo Gram, МирАж, АRoma, БульВар, BlinChiki, МегаМЯС, SpaSibo, АМстердАМ* (Чернігів), *ТРЦ РаїОН, MyloslavSky* (Київ), *YUG, МАМАН* (Одеса). Здебільшого виділені елементи спрямовують увагу на окремі слова в середині слова, причому ці слова мають окреме значення. Таким чином, відбувається гра не тільки форми, а й змісту, тобто формально-змістова слогогра;

б) **неправильне написання**: *Restaurante Lakasa* (Мадрид), *Kuioskito* (Кадіс), *Траллебус Паб* (Київ), написання слів разом, наприклад, *Andaiven* (Альхесірас), *coffeеварка* (Чернігів), *Щастье, Почтанапротив* (Одеса). Такі навмисні орфографічні помилки привертають увагу, виконуючи атрактивну функцію. Деякі назви відображають місцеву вимову Кадіса, наприклад, *Porme Otra* або діалектну вимову в українській мові: *Кохве*. Також в ергонімах спостерігаємо навмисне вживання граматичних помилок, наприклад, *La Mi Venta* (Мадрид) – одночасне вживання означеного артикля і присвійного займенника;

в) **використання літер замість слів**, що звучать як слова або частини слів (назва магазину одягу в Кадісі *VisTT* замість *vistete* – *одягнись*), *Xpress* (Малага);

г) **параграфемні компоненти** в ергонімічних назвах, наприклад, *Da!Bro, Beef&Beer, Пар@Соль, Сало.ua* (Чернігів), *Status & Style, Barber.t Barbershop, Color.it* (назви перукарень Києва), *Caramelo & Sal Cafe* (Саламанка), *El Último Mono Juice & Coffee, Cafe & Te, Cafeteria Bar Alcazaba.net* (Малага). Такі комбіновані назви, на нашу думку, пов'язані з популярністю інформаційних технологій, оскільки оформлені як назви сайтів. Подібні графічні маніпуляції з ергономічними назвами мають надлишковий характер і ускладнюють сприйняття (Крыжановская, 2017, с. 121). Однак, ми вважаємо, що саме в таких графічних маніпуляціях можна вбачати намагання привернути увагу і надати ергоніму креативності, спонукати адресата до додаткових роздумів.

Відмінною особливістю українських ергонімів від іспанських є переважання англійських назв (*Coffee Boss, Lucky coffee, Sun City*), а також графічної слогогри, що виявляється в комбінованому написанні ергоніма латиницею і кирилицею, наприклад: *Горыныч Grill Lounge Bar, Колос, Чашка Espresso Bar, coffeеварка, Сало.ua, LUCK&МУСС, М'ясо-town* (Чернігів), *Petrus-ь, Ribalove, Люди Casualfood, Як на крилах, Бухта Food Station, Nagлец* (Київ). Деякі ергоніми представлені українськими словами, написаними латиницею, наприклад, *BlinChiki* (Чернігів), *Vino I Lyudi, Aroma Kava, Yizha* (Київ), *YUG, МАМАН* (Одеса), або навпаки – натрапляємо на написання іноземних слів українською: *Примавера*. В іспанських ергонімах англійські назви представлені в незначній кількості, наприклад, комбінація іспанських і англійських слів у назві кафе: *Feliz Coffee, Hola coffee* (Мадрид), *Café Novelty* (Саламанка).

Лексико-семантичні й лексико-граматичні засоби створення слогогри в ергонімах:

а) **креація, оказіоналізми**: *їстина* (поєднання слів *їсти* та *їстина*), *ego-їсти, СунКультура (Київ), наїж, Barmatilda* – бар + матільда, що нагадує за звучанням *бормотіння* (Чернігів), *BeYoutiful* – лексикографічна слогогра, що репрезентована графічними змінами в слові *beautiful* і поєднанням з фразою *Be you* – будь собою (салон краси в Кадісі), *Gadisushi* (Gades + sushi) *Мястория* – поєднання *М'ясо* + кінцева частина слова *трамторія* (Київ).

Словоскладання і написання декількох слів разом як креація нових слів також трапляється в іспанських та українських ергонімах: *andaiven* – іди й повертайся (назва продуктового магазину в Альхесірас), *Barmatilda* (бар у Чернігові);

б) **пароніми-оказіоналізми, алюзія**. Особливу роль відіграють ергоніми, створені на основі субституції однієї літери, що є алюзією на інші власні назви або стійкі словосполучення, наприклад, *Holly Food* (алюзія на Hollywood), *Milky Day* (асоціація з Milky Way), *СунКультура* – кафе, що спеціалізується на супах (асоціація із словом "субкультура"), *Pink Freud* (алюзія

на Pink Floyd), *De Bosch* (дебoш), *Beer Khoven* (схоже за звучанням із *Бетховен*), *ВДоску Гранд-паб* (поєднання англійської загальної назви *grand-pub* з російським або українським *вдоску*, що є натяком на вислів *п'яний вдоску*), *Ирландский паб "Ту Даблин"* (алюзія на відомий анекдот із каламбуром, в основі якого – міжмовна омонімія: – Two tickets to Dublin. – Кудa, блин?) (Київ). Такі назви відзначаються оригінальністю та гумористичністю. Заміна однієї або декількох літер у відомих стійких назвах сприяє виникненню паронімів-оказіоналізмів, які є засобом утворення ергонімів з елементами словогри.

Отже, ергономічні номінації можуть мати одночасно декілька елементів словогри: капіталізацію, комбінацію латиниці й кирилиці, неправильне написання, що викликає псевдопаронімію або алюзію на схожі за формою вислови. Саме гумор є більш характерним для українських ергонімів порівняно з іспанськими, тоді як рима, асонанс і алітерація – продуктивні засоби створення словогри в іспанських ергонімах. Можемо стверджувати, що такі ергоніми, як: *Holly Food*, *Milky Day*, *СунКультура*, *Pink Freud*, *De Bosch*, *Люби Сток* (перерозподіл складів) – каламбурні назви, оскільки їм властива неоднозначність і вони містять лексико-семантичну гру слів. Гумор в ергонімах є одним із виявів ігрової словотворчості;

в) **метафора** та метафоричні **епітети** як семантична словogra, зокрема в іншомовних назвах, переважно англійських, також представлені в іспанських та українських ергонімах: *Bebo los vientos* (П'ю вітри), *Esencia gaditana* (Сутність Кадіса), *Велика Кишеня*, *Седьмое небо*, *Lovka Cafe*, *Very Well Café*, *Lucky Coffee*, *Coffee Boss*. Персоніфікація страв властива як іспанським, так і українським ергонімам: *Пузата Хата*, *Дядя Чебурек*, *Mr Carrot Cake*, *Santa Coffee*, *Feliz Coffee* (щаслива кава), *Pan Feliz* (щасливий хліб), *Secor Conejo* (Сеньор Кролик);

г) **перерозподіл складів** як засіб словогри в ергонімах створює каламбурні або двозначні назви: *Люби Сток*, *ego-їсти*, *Ирландский паб "Ту Даблин"*, *De Bosch*. Він формує різні за змістом фрази і виступає морфолого-синтаксичним засобом актуалізації гри слів. Отже, у створенні словогри в ергономічних назвах залучені різнорівневі засоби: графічні, фонетичні, лексико-семантичні та морфолого-синтаксичні, а також комбінування декількох засобів одночасно, що надає ергонімам привабливості й оригінальності.

Словogra в українських власних назвах має номінативний характер, що виявляється у створенні іменників-оказіоналізмів, тоді як в іспанській мові переважають дієслівні назви-словосполучення: *Aquí te quiero*, *bebo los vientos* (метафора), *Voy volando* (pizza-bar) речення в наказовому способі як заклик до дії (*Come, bebe y calla*, *Dáleunaflor*, *Come en casa* (наказовий спосіб як словоскладання для утворення ергонімів)) в Кадісі, *Hola Guara* (Привіт, Красуне) в Малазі. В українських ергонімах теж представлені дієслівні номінації, номінації-речення, хоча менше ніж в іспанських, наприклад: *Буду позже*, *Мама, я покушал*, *I love kiev*, *Yes, God, Yes* (Київ), *Люби Сток*, *Хочу суши*, *Привет, кот*, *Call Me Casao* (Чернігів). Таким чином, лексикалізація виступає одним із засобів словоігрової ергонімічної номінації.

Слід зазначити, що ергоніми виконують декілька функцій, тобто є поліфункціональними власними назвами. Зазначимо, що виділяють такі функції ергонімів: інформативну, рекламну, естетичну, пам'ятну, або меморіальну, захист торгової марки (Курбанова, 2014, с. 104). Приваблива назва – вдалий спосіб продажу речей, оскільки основою власної назви є ідентифікувати референт, виділити його, зробити єдиним і відмінним від інших (Sjöblom, 2017, р. 93). Вивчаючи ергоніми сфери освіти, можемо виокремити об'єднувальну та ідентифікаційну функції ергонімів (Рошеіко, 2014, р. 310). Для комерційних назв притаманна оцінна функція, оскільки здебільшого ці назви містять слова з позитивною оцінкою певного продукту або закладу (Prado, 2017, р. 171). Те саме можна стверджувати про деякі досліджувані нами англомовні ергоніми: *Lucky coffee*, *Very well cafe*. Зі свого боку, гра слів є також поліфункціональним явищем. В.З. Санніков (2005) виділяє такі функції мовної гри: навчальна, маскувальна, розважальна, психотерапевтична. Ураховуючи, що гра слів потребує

спеціального розшифрування породженого автором або номінатором змісту, можемо стверджувати також про інтелектуально-розважальну та естетичну функції словогри (Бобчинець, 2020, с. 70).

Отже, виділяємо такі функції словогри в ергонімах: атрактивна, або привернення уваги, естетична (гумор), емотивна, експресивна, розважальна, номінативна, інформативна. Оскільки номінація відбувається завдяки експресивності, можемо стверджувати про *експресивну номінацію*. Словогра як засіб експресивної номінації в українських та іспанських ергонімах не є поодиноким явищем і потребує подальшого вивчення із залученням матеріалу з іншого географічного простору, що допоможе виділити закономірності загальні та індивідуальні, локальні вияви словотворчості при утворенні ергонімів.

Висновки. Основними засобами творення словогри в українських та іспанських ергонімах є: 1) фонетичні: алітерація, асонанс, рима; 2) лексико-граматичні: псевдоафіксація; 3) графічні: гра шрифтами, капіталізація, вживання літер замість слів, неправильне написання слів; 4) лексико-семантичні: метафора, алюзія, пароніми-оказіоналізми; 5) синтаксичні: перерозподіл складів, паралелізм. Слід зауважити, що в одному ергонімі може поєднуватися декілька засобів творення словогри, наприклад, рима і неправильне вживання слів, або рима і капіталізація, рима та асонанс тощо. В українських назвах переважають номінативні, або іменні, словосполучення, а в іспанських ергонімах часто трапляються дієслівні назви як заклик до дії. Характерною рисою графічного оформлення українських ергонімів є поєднання латиниці і кирилиці в одній назві (графічна словогра). Таким чином, можемо стверджувати про комплексний характер словогри в ергономічних номінаціях як вияв словоігрової або вербальноігрової творчості. Основна функція словогри в ергонімічних назвах – експресивна номінація, що слугує для привернення уваги потенційних клієнтів.

Перспективи дослідження полягають у вивченні ергономічних назв з інших ареалів і мов, що допоможе виявити місцеві особливості словогри, схильність певних ареалів до словогри в ергономічних назвах загалом, відображення місцевих традицій, словотворчості та гумору. Окремим об'єктом вивчення може бути дослідження сприйняття ергонімів за допомогою факторного аналізу для виявлення милозвучності, позитивного або негативного впливу на адресатів.

ЛІТЕРАТУРА

- Бобчинець, Л. И. (2020). Лексико-семантические средства создания каламбура в испанских и португальских анекдотах. *Нова філологія*, 80(1), 66-71.
- Горожанов, Ю. Ю. (2015). Ергоніми міста Луцька: лексико-семантичний спосіб творення. *Young Scientist*, 2(17), 151-153.
- Ильясова, С. В., Амири, Л. П. (2012). *Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы* (2е. изд.). Москва: Флинта: Наука.
- Крыжановская, В. А. (2017). *Эргонимы с элементами графической трансформации: структурно-семантический и прагматический аспекты* (Кандидатская диссертация). Кубанский государственный университет, Краснодар.
- Курбанова, М. Г. (2014). *Эргонимы современного русского языка: семантика и прагматика* (Кандидатская диссертация). Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград.
- Санников, В. З. (2005). Об истории и современном состоянии русской языковой игры. *Вопросы языкознания*, 4, 3-20.
- Слухай, Н., & Синявская, О. (2020). Современный нейминг в Украине в лингвопрагматическом освещении. *World Science*, 6(58) (3), 30-40.
- Шимкевич, Н. В. (2002). *Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты* (Автореферат кандидатской диссертации). Уральский государственный университет, им. А. М. Горького, Екатеринбург.

- Attardo, S. (2018). Universals in puns and humorous plays. In E. Winter-Froemel & V. Thaler (Eds.), *Cultures and Traditions of Wordplay and Wordplay Research* (pp. 89-109). Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/j.ctvbkjv1f.7>.
- Pošeko, S. (2014). Ergonyms of educational and cultural spheres in two of Baltic States cities. *Journal of Education Culture and Society, 1*, 299-312.
- Prado, N. C. (2015). O uso da língua inglesa em contexto comercial no Português Europeu (The use of English in commercial context in European Portuguese). *Estudos Linguísticos. São Paulo, 44*(1), 160-172.
- Sjöblom, P. (2017). Commercial names and unestablished terminology. In *Els noms en la vida quotidiana. Actes del XXIV Congrés Internacional d'ICOS sobre Ciències Onomàstiques. Annex. Secció 1* (pp. 92-98). Biblioteca técnica de política lingüística. DOI: 10.2436/15.8040.01.12
- Smirnova, N. (2017). Naming in the public sphere of Stavropol city: sacred and profane. In O. Felecan (Ed.), *Proceedings of The Fourth International Conference on Onomastics "Name and Naming", Sacred and Profane in Onomastics* (pp. 1048-1057). Cluj-Napoca: Mega, Argonaut. DOI: 10.30816/ICONN4/2017/85.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- Ваш гид по ресторанам страны. *Tomato*. Взято из <https://tomato.ua/chernigov/>
- Лучшие рестораны, бары и клубы в Киеве. *Tripadvisor*. Взято из https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g294474-zfg11776-Kyiv_Kiev.html
- Магазины и торговые центры Киева. *Tripadvisor*. Взято из https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g294474-Activities-c26-oa30-Kyiv_Kiev.html
- Парикмахерские Киева. Взято из <https://barb.ua/kyiv-parikmakherskie>
- Парикмахерские Чернигова. Взято из http://map.cn.ua/catalog/krasota_i_uhod/parikmaherskie/
- Рестораны Одессы. *Tripadvisor*. Взято из https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g295368-Odessa_Odessa_Oblast.html
- 94 peluquerías en Cádiz. Recuperado de <https://www.uala.es/peluquerias/cadiz/>
- Cafés in Madrid. *Tripadvisor*. Recuperado de <https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187514-c8-Madrid.html>
- Cafés in Malaga. *Tripadvisor*. Recuperado de https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187438-c8-Malaga_Costa_del_Sol_Province_of_Malaga_Andalucia.html
- Cafés in Salamanca. *Tripadvisor*. Recuperado de https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187493-c8-Salamanca_Province_of_Salamanca_Castile_and_Leon.html

REFERENCES

- Bobchynets, L. I. (2020). Leksiko-semanticheskie sredstva sozdaniya kalambura v ispanskikh i portugalskikh anekdotah. *Nova filologia, 80*, V. 1, 66-71.
- Horozhanov, Yu. Yu. (2015). Erhonimy mista Luts'ka: leksyko-semantychnyj sposib tvorennia. *Young Scientist, 2*(17), 151-153.
- Il'jasova, S. V., Amiri, L. P. (2012). *Jazykovaja igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy* (2e. izd.). Moskva: Flinta: Nauka.
- Kryzhanovskaja, V. A. (2017). *Jergonimy s jelementami graficheskoy transformacii: strukturno-semanticheskij i pragmaticheskij aspekty* (Kandidatskaja dissertacija). Kubanskij gosudarstvennyj universitet, Krasnodar.
- Kurbanova, M. G. (2014). *Jergonimy sovremennogo russkogo jazyka: semantika i pragmatika* (Kandidatskaja dissertacija). Volgogradskij gosudarstvennyj social'no-pedagogicheskij universitet, Volgograd.
- Sannikov, V. Z. (2005). Ob istorii i sovremennom sostojanii russkoj jazykovoj igry. *Voprosy jazykoznanija, 4*, 3-20.

- Sluhaj, N., & Sinjavskaja, O. (2020). Sovremennyj nejming v Ukraine v lingvopragmaticheskom osveshhenii. *World Science*, 6(58) (3), 30-40.
- Shimkevich, N. V. (2002). *Russkaja kommercheskaja jergonimija: pragmaticeskij i lingvokul'turologicheskij aspekty* (Avtoreferat kandidatskoj dissertacii). Ural'skij gosudarstvennyj universitet, im. A. M. Gor'kogo, Ekaterinburg.

DZHERELA ILYUSTRATYVNOHO MATERIALU

- Vash gid po restoranam strany. *Tomato*. Vziato iz <https://tomato.ua/chernigov/>
- Luchshie restorany, bary i kluby v Kieve. *Tripadvisor*. Vziato iz https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g294474-zfg11776-Kyiv_Kiev.html
- Magazyny i togovye centry Kieva. *Tripadvisor*. Vziato iz https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g294474-Activities-c26-oa30-Kyiv_Kiev.html
- Parikmaherskie Kieva. Vziato iz <https://barb.ua/kyev-parikmaherskie>
- Parikmaherskie Chernigova. Vziato iz http://map.cn.ua/catalog/krasota_i_uhod/parikmaherskie/
- Restorany Odessa. *Tripadvisor*. Vziato iz [om https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g295368-Odessa_Odessa_Oblast.html](https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g295368-Odessa_Odessa_Oblast.html)
- 94 peluquerías en Cádiz. Recuperado de <https://www.uala.es/peluquerias/cadiz/>
- Cafés in Madrid. *Tripadvisor*. Recuperado de <https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187514-c8-Madrid.html>
- Cafés in Malaga. *Tripadvisor*. Recuperado de https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187438-c8-Malaga_Costa_del_Sol_Province_of_Malaga_Andalucia.html
- Cafés in Salamanca. *Tripadvisor*. Recuperado de https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187493-c8-Salamanca_Province_of_Salamanca_Castile_and_Leon.html

Дата надходження до редакції 13.08.2021
Ухвалено до друку 21.12.2021

Відомості про автора

<p>Бобчинець Любов Іванівна,</p> <p>кандидат філологічних наук, доцент кафедри романської і новогрецької філології та перекладу, Київський національний лінгвістичний університет e-mail: blinfo@ukr.net</p>		<p>Сфера наукових інтересів</p> <p>Лексикологія, термінознавство, фразеологія, психолінгвістика</p>
---	---	--