

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Кафедра англійської філології та методики викладання іноземної мови

Рекомендовано до захисту
Протокол засідання кафедри № _____
від «_____» _____ 2024 р.
Завідувач кафедри: Морозова І. І.

(підпис)

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ
ОСОБЛИВОСТІ ЕРГОНІМІВ М. ОКЛЕНД

Виконавець:

студентка II курсу магістратури, групи АМПЗ-61
Зінкоєва Юлія Ігорівна

Керівник роботи:

Шастало Віра Олександрівна,
кандидат філологічних наук, доцент

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Підпис керівника _____

Кваліфікаційну магістерську роботу захищено на засіданні Екзаменаційної комісії
Протокол № _____ від «_____» _____ 2024 р.

Голова Екзаменаційної комісії _____

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Харків – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВІСТИЧНОГО ТЕРМІНУ «ЕРГОНІМ»	7
1.1. Особливості власних назв та їх роль у лінгвістиці.....	7
1.2. Визначення терміну «власна назва» та лексичні одиниці на його позначення в англійській мові.....	8
1.3. Класифікація власних назв.....	10
1.4. Поняття «ергонім»: підходи до його визначення.....	23
1.5. Класифікаційні види ергонімів.....	25
1.6. Функціональні ролі ергонімів.....	29
Висновки за розділом 1.....	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИХ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕРГОНІМІВ М. ОКЛЕНД	33
2.1. Структурні моделі ергонімів м. Окленд.....	34
2.2. Семантична типологія ергонімів м. Окленд.....	40
2.3. Функціональні характеристики ергонімів м. Окленд.....	59
Висновки за розділом 2.....	62
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
ДОДАТКИ	74
SUMMARY	83

ВСТУП

Ергоніми є невід’ємною частиною нашого життя, оскільки об’єкти, що вони позначають усюди оточують нас: це навчальні установи, магазини, заклади харчування, розважальні заклади, перукарні, банки, приватні підприємства, санаторії тощо. Ці назви не просто ідентифікують певні предмети, а також виконують ряд функціональних завдань, наприклад залучення клієнтів, створення іміджу та передавання інформації про послуги, які пропонуються. Крім цього, в їх основу покладені історичні факти, народні традиції, мовні особливості та маркетингові стратегії. Важливо відмітити, що кожний ергонім є результатом креативного мислення людини, що робить їх не просто випадковими мовними знаками, а віддзеркаленням індивідуальних і колективних думок. Кожен вибір назви має особистий сенс для того, хто її створив, тому що людина, даючи назву своєму закладу, спирається на власні уподобання та інтереси, на те, що є близьким для неї. Кожна особистість є частиною суспільства, народу та населення певного міста або країни. Таким чином, назви різноманітних установ відображають не тільки особисті смаки, але й ширші суспільні та загальнонаціональні тенденції.

Окленд є найбільшим містом Нової Зеландії за своєю площею та кількістю жителів. Його мовний ландшафт сформований багатокультурним населенням, яке динамічно поєднує корінні, європейські та азіатські характеристики. Саме ергоніми дають змогу зрозуміти, як самовираження, особисті вибори та переконання впливають на формування міської ідентичності.

Тому **актуальність** нашої розвідки полягає в тому, що під час дослідження власних назв різноманітних закладів міста Окленду можна окреслити закономірності відображення цінностей суспільства, місцевої культури та історії народу. Крім цього, Нова Зеландія, будучи географічно віддаленою від інших країн, викликає особливий інтерес до себе, як до

унікального простору, в якому переплітаються місцеві традиції та світові тренди.

Об'єктом дослідження виступають власні назви, а саме ергоніми, на позначення закладів харчування та готелів у місті Окленд, що у Новій Зеландії.

Предметом дослідження є аналіз специфіки структурних, семантичних та функціональних властивостей ергонімів міста Окленд.

Метою дослідження є виявлення відмінних рис та закономірностей у створенні структурних та семантичних моделей ергонімів, а також аспектів їх функціональних ролей.

Для досягнення цієї мети необхідним є виконання наступних **завдань**:

- проаналізувати літературні джерела, що мають відношення до теми кваліфікаційної роботи;
- дослідити теоретичні основи, що полягають у розгляді визначення терміну «власна назва» та «ергонім» як його компонента, їх класифікацій та місця у такій науці, як лінгвістика;
- створити список ергонімів, куди відносяться назви кафе, ресторанів та готелів;
- розділити відібрані ергоніми на групи за наявністю компонентів, а також виявити типові синтаксичні моделі утворення власних назв і виокремити найпродуктивніші з них;
- дослідити походження та лексичне значення власних назв і визначити які саме одиниці найчастіше використовуються в назвах і яким чином вони відтворюють соціальні та культурні аспекти у місті Окленд.
- розглянути основні комунікативні функції ергонімів у міському середовищі.

Матеріалом нашого дослідження слугують 240 ергонімів міста Окленду, що складають 192 назви кафе, ресторанів і барів та 48 найменувань на позначення готелів, які у свою чергу були відібрані з Інтернет-джерел [48, 49].

Під час дослідження нами застосовувалися наступні методи: *метод аналізу наукових джерел* (для надання теоретичного визначення термінам «власна назва» та «ергонім»), *метод порівняльного аналізу* (для порівняння різних підходів до формулювання цих термінів, а також знаходження схожостей та розбіжностей у їх тлумаченні), *описово-аналітичний метод* (для окреслення особливостей поглядів на класифікацію власних назв), *метод суцільної вибірки* (для збору лексичних одиниць на позначення готелей, кафе та ресторанів), *метод структурного аналізу* (для вивчення того, які саме частини мови та компоненти використовуються у відібраних ергонімах), *метод семантичного аналізу* (для з'ясування значень та смислових складників власних назв), *метод функціонального аналізу* (для визначення ролей, які виконують ергоніми у контексті міста та їхнього впливу на сприйняття назв відвідувачами) і *метод порівняльно-кількісного аналізу* (для дослідження співвідношення компонентів у назвах та підрахування кількості найменувань у певних групах).

Наукова новизна дослідження. По-перше, дослідження представляє собою оригінальний аналіз, котрий охоплює розгляд характеристик ергонімів одночасно з трьох сторін: будови, значення та функції. По-друге, праця, що має відношення до вивчення особливостей Нової Зеландії є недостатнім у порівнянні з іншими англomовними країнами. По-третє, досягненням нашої роботи стало створення нових семантичних груп ергонімів, що акцентують увагу на їхніх основних значеннях.

Практичне значення дослідження полягає у його цінності для таких наук, як лінгвістика, культурологія, соціолінгвістика та маркетинг. Також, результати цієї роботи можуть бути цікаві у процесі викладання та вивчення таких предметів, як «Лінгвокраїнознавство» та «Лексикологія», в особливості під час розгляду тем, що стосуються ономастики. Крім цього, дослідження буде корисним для розроблення стратегій найменування нових закладів, адже воно може допомогти зрозуміти які саме види назв є більш вдалим з погляду

асоціацій та емоцій. Таким чином, ця робота не лише збагачує фахові знання, а й є важливим практичним надбанням для професіоналів у різних сферах.

Апробація результатів дослідження представлена публікацією статті у збірнику наукових праць студентів «Молоді фахівці – майбутнє науки» №16, 2024 р.

Структура. Кваліфікаційна магістерська робота складається зі вступу, двох розділів з висновками до кожного, загальних висновків, списку використаних джерел (60 позицій), додатку та анотації англійською мовою. Обсяг основної частини роботи складає 71 сторінку, а загальний – 85 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВІСТИЧНОГО ТЕРМІНУ «ЕРГОНІМ»

1.1. Особливості власних назв та їх роль у лінгвістиці

Лексичний ресурс кожної мови у свою чергу поділяється на такі дві групи: власні та загальні назви. Найперша річ, за допомогою якої людина може їх розрізнити полягає в тому, що власні назви пишуться з великої літери [43]. Іншою чіткою відмінністю є закономірність, яку сформулював С. О. Вербич: «загальні назви об'єднують певні однорідні об'єкти, узагальнюють їх, а власні, навпаки, їх диференціюють» [6, с. 54]. Схожу думку викладає і М. П. Кочерган: «власні назви на відміну від загальних служать для виділення названого ними об'єкта з низки подібних, для його індивідуалізації та ідентифікації» [19, с. 187]. Також, власні назви мають у собі таку цікаву властивість – вони є продуктами, які створюються за правилами мови, але водночас власні назви виникають та постійно змінюються під впливом позамовних чинників. З огляду на це твердження, можна зробити висновок, що вони тісно пов'язані з такими екстралінгвістичними факторами, як культура та традиції різних народів, оскільки відображають їх особливості: історію, географію місцевості проживання, а також побут, цінності та світогляд суспільства [9]. Нашу думку підтверджує і лінгвістка Т. І. Вендіна в посібнику «Введення в мовознавство», де описує власні назви як «один з «продуктів» людської культури» [5]. Крім того, власні назви можуть допомогти у дослідженнях міжмовних відносин, тобто впливу однієї мови на іншу, особливостей діалектів і т.д. [33].

До того ж, власні назви в багато разів перевершують загальні назви за кількістю наявних слів у мовах. Наприклад, український мовознавець Ю. О. Карпенко зазначає наступне: «загалом же у мові на одну загальну назву припадає до кількох сотень власних назв» [18]. Більше того, якщо говорити

про саме англійську мову, то ономаст Патрік Генкс вважає, що «вже 70% лексичних одиниць є власними назвами, і цей відсоток продовжує зростати» [50]. В цілому щодо усіх мов мовознавиця О. Ю. Карпенко робить висновок: «власних назв у кожній мові є мінімум у тисячу разів більше, ніж загальних» [17, с. 12].

Тому, з оглядом на описані вище причини можемо зробити такий висновок, що власні назви є невід’ємною частиною нашої мови, нашого спілкування та нашого життя загалом, а також відіграють суттєву роль в лінгвістиці. І тому слугують важливим та цінним матеріалом для наукових досліджень.

1.2. Визначення терміну «власна назва» та лексичні одиниці на його позначення в англійській мові

Тепер перейдемо до аналізу тлумачення такого мовознавчого терміну як власна назва. Необхідно зазначити, що власна назва також має взаємозамінне найменування – онім. Цей термін походить від грецьких слів «ονομα», «ονυμα», які в перекладі означають «ім’я», «назва» [17].

Л. Т. Масенко в «Енциклопедії сучасної України» дає власним назвам наступне визначення: «слова або словосполучення, які позначають індивідуальні об’єкти» [26]. О. Ю. Карпенко також має подібну думку: «будь-яка власна назва, тобто окреме наймення одного об’єкта для його виділення серед інших об’єктів» [16, с. 157]. Тобто, аналізуючи ці висловлення можемо дійти до висновку, що найголовніше значення онімів це назва об’єктів, які є оригінальними у своєму роді. Ще багато інших науковців, до яких можна віднести В. О. Грекова [11], С. В. Насакіну [27], Л. О. Кравченко [20] також дають схоже визначення. А. М. Зубко більш детально розкриває формулювання і специфіку онімів, про яку ми вже говорили раніше: «власна назва, яка містить інформацію про його особливості, історичну епоху, в якій виникла назва, етнос, котрий створив назву і мову, на якій створена назва» [15,

с. 262]. Алан Гардінер виділяє ще одну особливість онімів, описуючи їх як «слово або група слів, що використовуються для ідентифікації об'єктів, які вони називають, лише завдяки своїй оригінальній звуковій формі», при цьому «не звертаючи уваги на будь-яке значення, притаманне цій формі від самого її виникнення або набуте нею в результаті асоціативного зв'язку із зазначеним об'єктом» [45, с. 43]. І найбільш повну та ґрунтовну дефініцію власних назв на нашу думку виклав філолог та один з провідних ономастів України – М. М. Торчинський: «периферійно найбільш поширені у мові і мовленні одиниці, якими можуть бути іменники і вжиті у їхньому значенні інші слова, словосполучки і речення, що використовуються для індивідуального називання окремих об'єктів або їхніх сукупностей» [36, с. 7–8]. Там само автор описує характерні риси онімів: «вони є соціально зумовленими і суспільно закріпленими, а також вторинними, генетично переважно похідними від апелятивів», до того ж «характеризуються опосередкованим зв'язком із поняттями» [36, с. 8]. Крім цього, мовознавець підкреслює, що власні назви вирізняються семантичними, граматичними та функціональними особливостями, а їхніми головними функціями є номінативна та диференційна».

Щодо визначення власних назв в англомовному просторі можна зробити висновок, що зарубіжні науковці (наприклад, Н. Рікарді, У. Тадіметі, Р. Десаї [56]; Е. Мігнот, М. Філіп [54]) так само трактують цей термін, як і вітчизняні мовознавці.

Але необхідною інформацією, яку потрібно зазначити у нашій роботі вважаємо специфіку найменування власних назв в англійській мові. У вжитку можна відмітити такі терміни «proper name» (власна назва) та «proper noun» (власний іменник). Погляди науковців є дещо контрверсійними щодо вирізнення цих назв. Деякі вважають їх альтернативними термінами, які можуть замінювати один одного [51]. Інші ж розмежовують їх наступним чином: термін «proper noun» позначає власні назви, які мають у своєму складі одне слово і зазвичай мають перед собою артикль «the», а термін «proper name»

у свою чергу має на увазі власні назви, представлені з декількох слів, а також функціонують як єдина граматична одиниця [23, 58]. Також є і третя думка: «proper nouns» є невід’ємною складовою частиною «proper names». Для «proper nouns» надається визначення «одиниць на рівні слова, які належать до категорії іменника» [48, с. 516]. У ролі їх прикладу автори наводять слово «Zealand» (Зеландія). А «proper names» у свою чергу можуть включати у свій склад «proper nouns». Тут як приклад використовується власна назва «New Zealand» (Нова Зеландія), яка містить вищезазначений власний іменник «Zealand». Ми поділяємо думку останніх дослідників і тому у нашій роботі термін «власна назва» вживається у цьому значенні. Крім того, у англомовному середовищі власні назви можуть ще передаватися терміном «names».

1.3. Класифікація власних назв

Як вже було зазначено вище, власних назв наявно просто незліченна кількість та велика різноманітність, тому ономасти розподілили їх на класи. З огляду на опрацьовані нами джерела, що містять у собі класифікації розроблені різними дослідниками можемо зробити висновок, що найповнішу і найструктурованішу типологію онімів створив М. М. Торчинський у своїй праці «Структура онімного простору української мови» [35]. Класифікація складається з восьми пунктів: 1) онімні поля; 2) онімні підполя; 3) онімні сектори; 4) онімні підсектори; 5) онімні сегменти; 6) онімні підсегменти; 7) онімні елементи та 8) онімні піделементи. У нашій роботі ми опишемо тільки п’ять з них, оскільки маємо на меті відтворити найголовнішу інформацію, а з більш детальною типологією можна ознайомитися у джерелі.

Вчений взяв за основу вже наявну класифікацію онімів, яка власне поділяє їх на біоніми (назви живих істот) та абіоніми (найменування неживих об’єктів). У своїй праці дослідник розділив усі власні назви на шість полів: вітоніми, топоніми, космоніми, прагматоніми, ідеоніми та ергоніми.

Але групу, що позначає живі організми дослідник назвав інакше – вітоніми, спираючись на латинське слово «vita», що перекладається як «життя». До цієї групи відносять наступні підгрупи:

1. **Антропоніми** (з грец. *άνθρωπος* – «людина») – власні імена людей. Вони поділяються на наступні сім секторів: особові імена (які у свою чергу розгалужуються на масоніми – чоловічі імена, феміноніми – жіночі імена, мас-феміноніми, бебі-масоніми, бебі-феміноніми, бебі-мас-феміноніми та вокативи), батьківства або імена по батькові, прізвища, прізвиська, прецептороніми, псевдоніми та латино-антропоніми. Ще два сектори – катойконіми і етноніми – автор відносить до класу, який є проміжним між власними та загальними назвами, але має безпосереднє відношення до антропонімів. Розберемо детальніше назви, які можуть здаватися більш складними і незрозумілими:

Прецептороніми – це власні назви почесних звань і високих посад. Вони мають у своєму складі три підсектори: регоніми (власні назви керівних посад), гонороніми (власні назви почесних звань) та династіоніми (власні назви династій);

Латино-антропоніми – власні особові назви, поширені у Стародавньому Римі;

Катойконіми – назви мешканців певної землі, краю, міста, села і т. п., що утворені від назви місця проживання;

Етноніми (від грец. *έθνος* – «народ») – терміни на позначення будь-якого етносу – роду, племені, народу, нації.

2. **Зооніми** (від грец. *ζώον* – «тварина») – слова, що позначають будь-яку тварину; клички тварин. Ця група розгалужується на пеконіми (клички домашніх тварин) та фероніми (клички диких тварин).

3. **Фітоніми** (від грец. *φυτόν* – «рослина») – власні імена будь-якої рослини [39]. Це онімне підполе є практично неподільним, але все ж таки можна виокремити власні назви на позначення найпоширеніших рослин.

Наприклад, робуроніми (власні назви дубів), помоніми (власні назви фруктових дерев) та флороніми (власні назви квітів).

4. **Теоніми** (від грец. *θεός* – «бог, божество») – власні назви богів та божеств. Науковці виділяють теоніми як окреме підполе вітонімів, але автор класифікує їх як сегмент такого сектору як релігійоніми, який відноситься до підполя під назвою міфоніми.

5. **Міфоніми** (від грец. *μῦθος* – «переказ, міф, казка») – найменування вигаданого казкового або міфічного об'єкта. Поділяються на два сектори: фабулосоніми (власні назви казкових об'єктів) та релігійоніми (власні назви релігійних об'єктів).

Друга група, що позначає абіоніми має у своєму складі наступні підгрупи:

1. **Топоніми** (від грец. *τόπος* – «1. місце; 2. місцевість, область, країна») – власні назви окремого географічного об'єкта. Ця підгрупа є найбільшою та найчисельнішою, тому поділяється ще на багато підвидів. Серед топонімів виділяють два сектори: тероніми (назви об'єктів на суходолі) та гідроніми (назви водних об'єктів). Тероніми мають у своєму складі наступні підсектори:

- 1) Батіоніми – власні назви підводних океанічних ландшафтів;
- 2) Хороніми – назви територій;
- 3) Ойконіми – назви поселень;
- 4) Ороніми – назви об'єктів рельєфу.

А гідроніми у свою чергу поділяються на такі підсектори:

- 1) Екстрагідроніми – назви зовнішніх і відкритих водних просторів: океанів, морів, заток, проток, течій тощо;
- 2) Інтрагідроніми – назви внутрішніх та закритих водних об'єктів: рік, озер, ставків, боліт, криниць тощо.

2. **Космоніми** (грец. *kósmos* — «світ, Усесвіт» і *ὄνομα* — «ім'я») — власні назви астрономічних об'єктів та їхніх деталей. Це онімне поле можна розділити на два підполя: космоорбітоніми та космопоніми.

1) Космоорбітоніми (лат. *orbita* – «колія, дорога») – власні назви цілісних космічних об'єктів, які рухаються за певними законами.

1) Полікосмоорбітоніми – найменування сукупностей космічних тіл.

Сюди відносять галактиконіми (назви галактик, туманностей, зоряних скупчень), зодіоніми (власні назви сузір'їв), астеризмоніми (власні найменування частин сузір'їв) та метеороніми (назви метеорних потоків);

2) Монокосмоорбітоніми – назви одиничних космічних об'єктів – зір, планет, астероїдів тощо. Вони мають у своєму складі астроніми (власні назви окремих небесних тіл, зокрема зірок, планет, комет, астероїдів тощо), планетоніми (власні назви планет), кометоніми (власні назви комет), метеоритоніми (власні назви метеоритів), астероїдоніми (власні назви будь-яких астероїдів) і сателітоніми (власні назви супутників).

2) Космотопоніми – найменування географічних об'єктів, які знаходяться не на Землі, а на інших космічних тілах. Серед них можна виділити наступні класи: селеноніми, венусоніми, марсоніми, меркуріоніми, геліотопоніми, юпітероніми, сатурноніми, ураноніми, нептуноніми, плутононіми, астероїдотопоніми, кометотопоніми. Також автором були створені такі підполя: космогідроніми, космохороніми і космоороніми.

3. Прагматоніми (від грец. *πράγματος* – «предмет, річ») – це власні назви тих об'єктів, які мають безпосереднє відношення до матеріальної сфери діяльності людини. До них відносять чотири підполя:

1) Архітектуроніми – це власні назви споруд, зведених людиною із житловою, виробничою, розважальною або іншою метою. Тут можна виділити домоніми (назви будинків) та конструкціоніми (власні назви інших споруд);

2) Хрематоніми – власні назви окремого предмета, зробленого або добутого руками людини. Мають у своєму складі ювеліроніми (власні назви ювелірних виробів), унікумоніми (найменування унікальних та єдиних у

своєму роді об'єктів), колекціоніми (власні назви предметів, зібраних спеціально за певним методом) та емблемоніми (назви предметів, які мають символічні зображення на своїх поверхнях);

- 3) Порейоніми – власні назви транспортних засобів (автомобілів, потягів, літаків, кораблів, космічних апаратів);
- 4) Товароніми – власні назви товарів, які призначені для продажу (побутова техніка, автомобілі, продукти харчування та напої, засоби побутової хімії та інші предмети людської діяльності). Сюди відносять: гастроніми (власні назви різних продовольчих товарів), ангастроніми (власні назви різних непродовольчих промислових товарів) та сервісоніми (найменування побутових послуг, які надаються населенню).

4. Ідеоніми (від грец. *ἰδέα* – «ідея») – це власні назви тих об'єктів, які не прив'язані безпосередньо до матеріальної складової діяльності людини.

- 1) Артїоніми – найменування творів мистецтва. Мають наступні підгрупи: імажоніми (власні назви творів образотворчого мистецтва), сценоніми (власні назви сценічних творів), музиконіми (власні назви музичних творів) та фільмоніми (власні назви фільмів);
- 2) Біблїоніми – власні назви будь-якого писемного твору: художнього, наукового, релігійного, політичного і т. п. Їх класифікують на: белетристиконіми (назви творів художньої літератури), публіцистиконіми (назви публіцистичних творів), документоніми (власні назви документів), логосоніми (власні назви наукових праць), епістулоніми (власні назви листів), клерикалоніми (власні назви церковних творів) і оратїоніми (власні назви усних творів);
- 3) Гемероніми – назви засобів масової інформації. Сюди можна віднести: пресоніми (власні назви друкованих ЗМІ) та електроніми (власні назви електронних ЗМІ). Останні у свою чергу поділяються на трансляціоніми (назви теле- і радіопередач) і віртуалоніми (власні назви комп'ютерних та інтернетівських об'єктів);
- 4) Хрононіми – власні назви часових проміжків. До них входять:

періодоніми (назви часових одиниць), фактоніми (найменування подій, пов'язаних з діями людей) та катастрофоніми (назви катастроф природного і антропогенного характеру);

5) Поетоніми – власні назви, засвідчені у художніх творах. Вони є дуже чисельним класом та складаються з вітопоетонімів (власних назв живих істот), топопоетонімів (назви географічних об'єктів у художніх працях), космопоетонімів (власні назви космічних тіл у художніх творах), ідеопоетонімів (найменування об'єктів ідеологічної сфери в художніх контекстах), прагмапоетонімів (власних назв тих об'єктів, які мають відношення до матеріальної сфери діяльності людини) та ергопоетонімів (власних назв об'єднань людей);

6) Артїфрагментоніми – власні назви, зображені у творах мистецтва. Цей клас поділяється на: артїрольоніми (найменування дійових осіб, наявних у творах мистецтва) та артїінтер'єроніми (власні назви фрагментів довкілля, яке оточує дійових осіб).

5. **Ергоніми** (від грец. *έργουν* – «праця; діяльність») – власні назви ділового об'єднання людей, зокрема організації, підприємства, корпорації, установи, товариства, закладу. До їх складу відносять: колективоніми (власні найменування колективів сфери виробництва та сервісу), конфедераціоніми (власні назви об'єднань людей, держав та інших об'єктів за політичними, ідеологічними та іншими ознаками) та пресулатоніми (власні назви керівних структур різних рівнів). Саме ергоніми є предметом нашого дослідження і тому їм ми присвятимо окремий пункт у нашій роботі і там розглянемо це онімне поле більш детально.

Хочемо відзначити, що мовознавиця С. О. Шестакова [38] у своїй праці не погоджується з класифікацією онімів М. М. Торчинським, оскільки вважає, що, по-перше, вона є надто докладною і надмірною та «ускладнює сприймання та розуміння ономастичної системи в цілому та окремих груп власних назв зокрема» [38, с. 5]. І по-друге, С. О. Шестакова зауважує, що «основу будь-якого терміна мають складати грецизми та латинізми + елемент онім» і тоді

вони будуть гармонічно та цілісно виглядати в ономастичній системі. У свою чергу автор попередньої класифікації використовує для найменування термінів різноманітні моделі, наприклад іноді основу складають слова, що походять з перської або арабської мови.

Мовознавиця пропонує свою структурну класифікацію класів власних назв, розподіляючи оніми схематично та виділяючи онімні поля та їх ядерне або периферійне розташування в ономастичному просторі.

На схемі авторка цю типологію зобразила наступним чином:

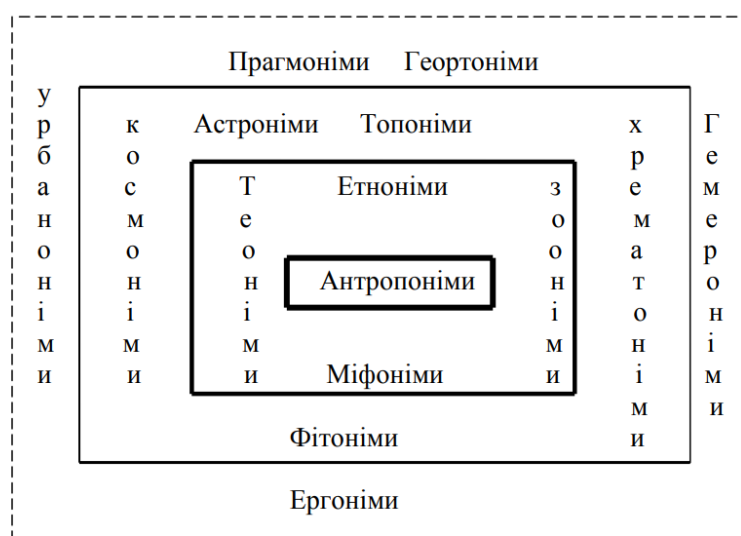


Рис. 1.1. Схема ономастичного простору згідно класифікації С. О.

Шестакової

Як ми можемо побачити, антропоніми знаходяться у самому ядрі. Близькоядерний простір займають етноніми, міфоніми, теоніми та зооніми. Наступний прошарок – ядерно-периферійний – складають топоніми, астроніми, космоніми, фітоніми та хремоніми. І на периферії ономастичного простору знаходяться ергоніми, прагмоніми, урбаноніми, гемероніми та геортоніми.

Ця класифікація була побудована на основі частотності вживання і впізнаваності власних назв, тобто у центрі знаходяться ті назви, які є найбільш відомими мовцям та поширеними у мовному використанні, а на периферії – навпаки: менш вживані людьми слова і не так відомі їм, як перші.

Загалом, автор приходить до наступних висновків і описує здебільшого периферійні назви, що нас і цікавить, оскільки ергоніми, об'єкти нашого дослідження, є складниками цього простору:

1. У ядрі ономастичного простору знаходяться ті власні назви, з якими знайомі більшість мовців. Також, вони використовуються для точного найменування певного об'єкту і мають виражені властивості.

2. На периферії ономастичного простору відмічаємо ті оніми, котрі є незнайомими широкому загалу. Крім цього, вони знаходяться під впливом зовнішніх факторів та є більш мотивованими, ніж власні назви, які розташовані у центрі і мають сильніший зв'язок з основою-мотиватором. Також, ці власні назви виконують особливі функції, як от: номінативну, репрезентативно-ідентифікаційну, інформативну, атрактивну та агітаційну. Периферійні власні назви ще мають таку характеристику як мінливість. Вони постійно змінюються під впливом моди, замінюючи застарілі назви на більш сучасні та актуальні. Далі мовознавиця відзначає те, що власні назви, які розташовані на периферії обов'язково повинні мати номенклатурний термін, наприклад «компанія» або «товариство». Наступною особливістю є вторинність, це означає те, що ці оніми утворюються за допомогою онімізації та трансонімізації від загальних назв і власних назв, що знаходяться у ядрі ономастичного простору. Ще периферійні власні назви відрізняються своєю багатою різноманітністю у формі та значенні, оскільки будь-яка мовна одиниця може бути використана у якості такої назви. Також, можна виокремити таку характеристику цих онімів – оскільки вони відображають назви брендів, організацій тощо, то для них є важливою юридично-правова фіксація. І останньою властивістю власних назв на периферії є те, що для їхнього ефективного функціонування важливі психолінгвістичні та комунікативні фактори.

Мовознавиця О. Ю. Карпенко [16] у свою чергу виділяє серед власних назв дев'ять фреймів, а також розподіляє їх на чотири кола. І цією концепцією

дослідниця має на меті з'ясувати форми існування та функціональні значення власних назв у ментальному лексиконі мовця:

1. Антропонімічний фрейм позначає іменування людей. Перше коло позначає імена членів своєї родини та близьких друзів. За найближчим першим колом іде друге ширше коло. Сюди входять наймення людей, яких власник ментального лексикону знає особисто. Третє коло індивідуального антропонімічного фрейму складають імена історичних осіб та людей, з якими власник ментального лексикону особисто не знайомий. Четверте, останнє коло складають антропоніми, що оточують ментальний лексикон, але до нього не входять, тобто людина цих слів не знає. Однак вона усвідомлена про їх існування і має певну інформацію про їх особливості. Тобто, четверте коло це потенційні члени ментального лексикону людини.

2. Топонімічний фрейм – власні географічні назви. Він складається з шести кіл. Перше з них – це найближче територіальне оточення – мала батьківщина. Друге коло індивідуального фрейму має у своєму складі те, що стало найближчим для носія у процесі пізнання світу, мандрівок і переселень. Третє коло включає в себе ті слова, що мають особливе значення для людини і відображає велику Батьківщину. Четверте коло відтворює закордонні назви. П'яте коло індивідуального топонімічного фрейму об'єднує вигадані власні назви. І останнє шосте коло – це ті власні географічні назви, які є невідомими для власника ментального лексикону.

3. Теонімічний фрейм – власні назви богів та божеств. Теонімічний фрейм включає чотири кола. Перше коло описує внутрішнє відношення людини до Бога, її щире та справжнє віру у реальність божества, якому вона поклоняється. Друге теонімічне коло – наймення богів і міфічних істот, що складала віру предків даного етносу. Третє індивідуальне теонімічне коло об'єднує оніми, що мають відношення до чужих вірувань, яких не сповідує і не сповідував раніше даний етнос чи даний конкретний представник цього етносу. І четверте коло, яке є потенційним, містить у собі невідомі власнику ментального лексикону в даний час теоніми.

4. Ергонімічний фрейм – власні назви різних виробничих, суспільних, ідеологічних, конфесійних об'єднань людей. Перше коло індивідуального фрейму включає рідне, дороге, близьке та своє – те, що людина любить, тримає не тільки в ментальному лексиконі, а й у серці. Автор детально описала які саме назви входять до першого кола: 1) навчальні заклади, які закінчила людина або де вчаться її діти; 2) місця роботи: різноманітні установи, підприємства та заводи, де працює людина; 3) громадські, політичні, спортивні організації, з якими пов'язане життя особистості; 4) якщо людина є віруючою, тоді церкви, молитовні дома та інші релігійні інституції; 5) театри і кінотеатри, у які любить ходити людина; 6) спортивні установи та клуби, якщо людина є спортсменом чи уболівальником; 7) найближчі чи найулюбленіші крамниці, майстерні, перукарні, салони краси та співочі групи, які подобаються людині; 8) найулюбленіші кафе та ресторани, які людина часто відвідує. Друге коло є значно більшим за перше. Воно складається з назв організацій і об'єднань, які є знайомими для людини і які вона особисто відвідала, проте у сферу своїх інтересів не включила, тобто вони є більш відстороненими від її життя і повсякденного побуту. Третє коло індивідуального ергонімічного фрейму об'єднує назви тих організацій, про які людина чула та знає про їх існування, але особисто їх не відвідувала. Четверте коло ергонімів є дуже великим – це ті назви, які людина не знає.

5. Зоонімічний фрейм – об'єднує клички тварин. Він складається з чотирьох кіл. Перше коло індивідуального зоонімічного фрейму включає клички домашніх (рідше – диких) тварин, які є власністю людини або його сім'ї. Друге коло – імена котів, собак, папуг, коней та інших тварин, яких людина побачила у друзів, знайомих, сусідів, при відвідуванні зоопарку та цирку. Наповнення першого та другого кіл є досить вузьким. Але, у людей, чия робота пов'язана з тваринами зоонімічний запас більший, ніж у інших. Третє коло охоплює зооніми, уславлені віруваннями, літературою або історією. А четверте коло містить невідомі для особистості клички тварин.

6. Космонімічний фрейм – власні назви природних космічних об'єктів та частин їх поверхні. Він поділяється на чотири кола, але не дуже чітко, у порівнянні з іншими фреймами, оскільки усі об'єкти знаходяться далеко, на небі, і це більш має значення для космонавтів та астрономів, а не для пересічної людини. В першому колі знаходяться Сонце, Місяць, Чумацький Шлях, небесна проекція нашої Галактики, Зірниця, Вечірниця або Вечірня Зоря, тобто це планета Венера, яку можна побачити тільки вранці та ввечері. Також, ті, хто захоплюється астрологією відносить до першого кола ще й знак зодіаку, але тільки свій та близьких людей. Друге коло індивідуального космонімічного фрейму охоплює назви решти сузір'їв (але тільки тих, що людина бачить і знає), а також назви планет. Перше та друге кола індивідуальних космонімічних фреймів близькі між собою, але у різних ментальних лексиконах все ж наявні певні розмежування та розбіжності, однак загалом лексичні одиниці цих двох кіл у різних людей вимальовують приблизно однакову небесну картину. Третє коло складається з усіх інших космонімів, які знає людина і які не входять до першого й другого кіл (наприклад, назви окремих нових сузір'їв та деякі найменування зірок). І четверте коло – невідомі назви для людини (сюди можна віднести назви астероїдів та супутників планет). А ось різниця між третім та четвертим колом – велика, і залежить від інтересів та професії людини.

7. Хрононімічний фрейм – власні назви подій і часових відрізків. Перше коло включає індивідуальні оніми, що є власними назвами тільки для однієї людини або одної родини. Це коло охоплює ті події, у яких людина брала особисту участь. Друге коло індивідуального хрононімічного фрейму складається з тих подій, які відбуваються протягом життя людини, але вона не бере участі в них. Третє коло – назви подій, що відбувалися до народження людини. Четверте коло містить ті хрононіми, яких людина не знає. Саме поділ хрононімів є найбільш помітним серед інших онімічних фреймів.

8. Хрематонімічний фрейм – власні назви матеріальних предметів. В найближче, перше коло входять назви предметів для: 1) їх власників; 2) людей,

що присвятили свій час, зусилля та думки цим предметам (наприклад, це колекціонери, вчені, водії транспортних засобів, працівники музеїв). Друге коло охоплює людей, які особисто бачили або знайомі з носіями відповідних хремотонімів. Третє коло індивідуального хремотонімічного фрейму складається з тих назв, про які людина щось знає, чула про них, але не бачила і не зустрічалася з ними особисто. Четверте коло включає ті назви предметів, про які людина не чула і не знає про їх існування, тобто ті найменування, що знаходяться за межами ментального лексикону.

9. Ідеонімічний фрейм – власні назви предметів, що стосуються культури та мистецтва. Перше коло охоплює власні назви, які знаходяться у свідомості авторів, виконавців та прихильників певних творів. Друге індивідуальне ідеонімічне коло включає в себе назви тих праць, які людина читала, бачила та чула, а також які справили на неї враження і запам'яталися. До третього кола входять власні назви творів, про які людина знає та чула, проте не знайома з ними. І четверте коло складається з невідомих для людини праць.

Серед найновіших класифікацій онімів можемо виокремити типологію, яку була розроблена В. О. Грековим у 2018 році і викладена у праці «Роль ономастики у навчанні та вдосконаленні навиків перекладу» [11]. Дослідник створив свою більш лаконічну і легшу для сприйняття систематизацію власних назв. Вона складається з наступних компонентів:

Спочатку автор поділяє онім на два типи: реалонім (поняття реальної дійсності) та міфонім (поняття вигаданої дійсності).

Далі, реалоніми розгалужуються на космоніми (власні назви певної зони космічного простору) та терроніми (власні назви географічних об'єктів на Землі), а міфоніми – на міфотопоніми (імена вигаданої місцевості), теоніми (назви вигаданих осіб, що належать до богів), демоніми (назви вигаданих осіб, що належать до демонів), ангелоніми (імена вигаданих осіб, що належать до ангелів), міфоперсоніми (імена вигаданих осіб, що належить до головних героїв міфу або казки) та агіоніми (назви святих осіб).

Наступним кроком мовознавець диференціює космоніми на астроніми (власні назви окремого небесного тіла) та планетоніми або астротопоніми (власні назви природно-фізичного об'єкта на небесному тілі). А також поділяє терроніми на топоніми (власні назви географічних об'єктів), анемоніми (власні назви стихійних негод), ергоніми (власні назви ділових об'єднань людей), ідеоніми (власні назви витворів людського мистецтва), хрематоніми (власні назви предметів матеріальної культури), хрононіми (власні назви відрізків часу) та біоніми (власні назви живих істот).

Планетоніми розгалужуються на підтипи відповідно до планет сонячної системи: геоніми (власні назви природно-фізичних об'єктів на планеті Земля), селеноніми (назви об'єктів на Місяці), марсіоніми, венусоніми, меркуріоніми, юпітероніми, нептуноніми, ураноніми, сатурноніми та плутоніми.

Серед підтипів терронімів дослідник класифікує топоніми та біоніми. Топоніми складаються з оронімів (власних назв елементів рельєфу земної поверхні), хоронімів (власних назв областей, регіонів та територій), урбанонімів (власних назв внутрішньо-міських топографічних об'єктів), дромонімів (власних назв шляхів сполучення), ойконімів (власних назв поселень), гідронімів (власних назв водних об'єктів), агроонімів (власних назв земельних ділянок) та дрімонімів (власних назв лісних ділянок). Біоніми поділяються на зооніми (власні імена тварин), фітоніми (власні назви рослин) та антропоніми (власні імена людей).

І останнім пунктом автор праці диференціює види топонімів. Ороніми розгалужуються на власне ороніми та спелеоніми (власні назви печер). Хороніми – на хороніми природні та хороніми адміністративні. Урбаноніми поділяються на агороніми (власні назви площ і ринків), хороніми міські та годоніми (власні назви вулиць). Ойконіми складаються з комонімів (власних назв селищ) та астіонімів (власних назв міст). І гідроніми розгалужуються на потамоніми (власні назви річок), лімноніми (власні назви озер та ставків), океаноніми (власні назви океанів), пелагоніми (власні назви морей та їх частин) та гелоніми (власні назви боліт).

1.4. Поняття «ергонім»: підходи до його визначення

Як було зазначено у попередніх підпунктах, ергоніми є достатньо великою групою власних назв [41], вони наявні у класифікаціях кожного з розглянутих мовознавців у якості одного з головних класів онімів. Крім цього, ергоніми знаходяться на периферії онімного простору, а також вони є недостатньо дослідженими, наприклад, у порівнянні з антропонімами, які розміщені у ядрі онімного простору. Тому, ергоніми становлять цікавий предмет для дослідження.

Перейдемо до з'ясування різних підходів до тлумачення цього терміну. В останні десятиліття зросла кількість наукових праць, що стосуються саме ергонімів. Але все ж досі немає чітко окресленого визначення які саме мовні одиниці мають бути віднесені до цього класу.

Екстралінгвістичні чинники мають дуже великий вплив на ергоніми. Тому через те, що темпи розвитку економіки прискорились, і зросла суспільно-політична та комерційна діяльність, то і кількість ергонімів стала більше у багато разів.

Сам термін «ергонім» походить від грецького слова «*ergon*», що перекладається як «праця, робота, діяльність».

У «Словнику сучасної лінгвістики» автор А. П. Загнітко визначає ергоніми як «найменування ділових об'єднань людей» [13, с. 271]. У свою чергу, Г. В. Зимовець вважає, що до ергонімів «слід зараховувати назви всіх суб'єктів діяльності соціальної, політичної та економічної сфер» [14, с. 33]. А також, схожу думку має С. О. Вербич і надає таке визначення: «власні назви організацій, виробничих та суспільних об'єднань» [6, с. 54]. З цього можемо зробити висновок, що останні дослідники доповнюють, розкривають і розширюють значення поняття «ергонім». Мовознавці Д. Г. Бучко і Н. В. Ткачова у праці «Словник української ономастичної термінології» характеризують ергонім в якості «власних назв певних об'єднань людей:

організації, партії, установи, закладу та под., зокрема магазину, перукарні, ресторану та ін.» [4]. Хочемо підкреслити, що тут ще більше поглиблюються це визначення, зазначаючи, що ергоніми є назвами будь-якої спільноти. Також це міркування підтверджується й іншими науковцями. Наприклад, за визначенням Ю. І. Дідур, ергонім це «штучна власна назва об'єднання людей з певною метою» [12, с. 94]. Але тут ще виділяються дві особливості ергонімів. Перша з них – це їх штучність, тобто вони не виникають природньо, а свідомо та спеціально створюються людьми. Друга характеристика полягає в тому, що ергоніми відображають групу людей, яка була організована саме на основі схожих інтересів та цілей. І наостанок, як ми вважаємо, найбільш точний та найсучасніший опис поняття «ергонім» викладено у «Словнику української ономастичної термінології», виданому у 2024 році і звучить він наступним чином: «власна назва організованої групи людей: бізнес-організації, політичної партії, навчального закладу, банку, закладу культури, ресторану, магазину тощо» [49, с. 37].

Також, щодо найменування самого терміну є деякі суперечки. Загалом, більшість дослідників використовують назву «ергонім» (М. М. Торчинський [35, 36], О. Ю. Карпенко [16, 17, 49], Н. В. Кутуза [22], Л. В. Герман [8], В. О. Шастало [9], М. М. Цілина [37], Н. М. Лєсовець [24], Ю. Ю. Горожанов [10], Р. О. Гришкова [46, 47], М. А. Курушина [21], Ю. І. Позніхиренко [30, 31]). Але існують й інші погляди щодо позначення цих власних назв. Наприклад, деякі науковці [2, 34], дотримуються думки, що підходящим терміном є «фірмонім», пояснюючи вибір тим, що він найбільш влучно відображає поняття «торгово-промислове підприємство». Також, існує ще дуже велика кількість інших назв, не настільки часто використовуваних: ергонізм, ергоурбонім, урбонім, урбанонім, парагогонім, коопонім, мікротопонім, ойкодомонім, емпоронім, ктематонім та інші. Крім цього, зустрічається вживання словосполучень, як от: назва підприємства, назва установи, назва комерційного підприємства, слова на вивісках, рекламні урбаноніми. Все ж, найбільш поширеним у всесвітній лінгвістиці є назва «ергонім». І С. О. Шестакова надає підтвердження щодо

того, чому саме цей термін є найкращим. По-перше, він створений за чіткою термінологічною моделлю – основу будь-якого терміну мають складати грецизми та латинізми + елемент онім [38]. І тому органічно вписується до складу загальноприйнятих найменувань в ономастиці. По-друге, зазначений термін дозволяє об'єднати у межах класу велику кількість новостворених власних назв: «назви магазинів, кафе, ресторанів, барів, готелів, ательє, перукарень, аптек, видавництв, банків, приватних та виробничих підприємств, товариств з обмеженою відповідальністю, страхових компаній, агентств нерухомості, навчальних закладів, оздоровчих закладів та інші.» [35, с. 117]. Виходячи з цього пояснення, і ми також підтримуємо цю думку і використовуємо у нашому дослідженні саме цей термін.

Але він все ж більше є притаманним слов'янській лінгвістиці. А ось у зарубіжній ономастиці, особливо західній, назва «ергонім» зустрічається рідше, ніж інші терміни, такі як: *brand name*, *commercial name*, *trade name*, *company name*, *business name* та *product name* [57]. Крім цього, зустрічаються наступні найменування: *artwork names*, *names for means of transportation*, *names of public institutions*, *names of economics institutions*, *names of cultural institutions*, *names of religious institutions* and *names of sports institutions*, *names of business establishments* і *names of cultural associations* [12, с. 94; 44; 59 с. 158]. Однак, усі ці назви описують тільки певні розряди об'єднань, що входять до складу терміну «ергонім» – який є більш всеосяжним.

1.5. Класифікаційні види ергонімів

Оскільки в сучасному світі наявна велика різноманітність класів найменувань, які охоплює термін «ергонім», М. М. Торчинський [35] розробив денонативно-номінативну класифікацію ергонімів, виділивши 1 поле, 3 підполя, 53 елементи і 36 піделементів. Виокремлені підполя мають наступні назви:

- 1) Колективоніми – власні назви колективів, зайнятих у сфері виробництва та сервісу.
- 2) Конфедераціоніми – власні найменування об'єднань людей за політичними, ідеологічними та іншими ознаками.
- 3) Пресулатоніми – власні назви керівних структур різних рівнів.

У свою чергу серед колективонімів, які є найчисельнішим серед представлених підполей, виділяють такі елементи:

- 1) Фабриконіми – власні назви промислових об'єднань: фабрик, заводів, комбінатів тощо.
- 2) Сектуроніми – власні назви колективів шахт, копалень, гірничодобувних кар'єрів тощо.
- 3) Фірмоніми – власні назви підприємств, які не можна назвати заводами або фабриками через їхні розміри і характер діяльності. Тут можна виділити один піделемент – кооперативоніми.
- 4) Фермероніми – назви сільськогосподарських підприємств (колгоспів, радгоспів, а зараз – фермерських господарств, товариств зі спільного обробітку землі тощо).
- 5) Базоніми – власні назви баз, складів і сховищ.
- 6) Типографіоніми – власні назви типографій, видавництв і видавничих центрів.
- 7) Депоніми – номінації колективів транспортної сфери.
- 8) Екіпажоніми – власні назви особового складу транспортного засобу. У своєму складі мають такі піделементи: наутоекіпажоніми, авіаекіпажоніми, локоекіпажоніми, автоекіпажоніми та космоекіпажоніми.
- 9) Цехоніми – найменування колективів цехів
- 10) Бригадоніми – власні назви первинних робочих колективів: бригад, ланок тощо.
- 11) Скаутоніми – дитячі організації.

- 12) Статівоніми – власні назви мешканців військових, туристських та інших таборів.
- 13) Секціоніми – назви частин та відділень установ і організацій.
- 14) Організаціоніми – власні назви організацій, установ та аналогічних структур. Вони поділяються на три піделементи: інтер-організаціоніми, націо-організаціоніми та районо-організаціоніми.
- 15) Комісіоніми – найменування груп власних назв тимчасових колективів (комісій, делегацій, комітетів тощо). Ці ергоніми містять у своєму складі інтер-комісіоніми, націо-комісіоніми та районо-комісіоніми.
- 16) Вокзалоніми – власні назви колективів станцій і вокзалів. Серед них можна виділити такий піделемент як станціоніми.
- 17) Юрисоніми – власні назви правових структур. Тут можна також виокремити один піделемент – спецміліціоніми.
- 18) Карцероніми – власні назви тюрем, колоній та інших місць позбавлення волі. Також, ці ергоніми розгалужуються на колоніоніми.
- 19) Медициноніми – найменування лікувальних установ.
- 20) Музейоніми – власні назви музеїв.
- 21) Бібліотеконіми – найменування бібліотек та архівів.
- 22) Школоніми – власні назви освітніх установ. Серед них виділяють унтер-школоніми, інтра-школоніми, проф-школоніми, екстра-школоніми та обер-школоніми.
- 23) Монастеріоніми – власні назви монастирів.
- 24) Банконіми – власні назви банківських установ.
- 25) Куліноніми – найменування підприємств громадського харчування. Ці ергоніми поділяються на рестораноніми та таверноніми.
- 26) Сервісоніми – власні назви підприємств побутового обслуговування.
- 27) Спортоніми – найменування колективів стадіонів, палаців спорту, басейнів тощо.
- 28) Фармаціоніми – власні назви фармацевтичних установ.
- 29) Готелоніми – найменування готелів, мотелів, кемпінгів тощо.

- 30) Курортоніми – назви санаторіїв, пансіонатів, баз відпочинку та інших лікувально-профілактичних закладів.
- 31) Комерціоніми – власні назви колективів різних торговельних об'єктів. Вони поділяються на базароніми, магазиноніми та кіосконіми.
- 32) Академіоніми – власні назви науково-дослідних установ.
- 33) Людіаріоніми – власні назви колективів театрів, кінотеатрів, клубів, цирків та інших подібних розважальних закладів. Ці ергоніми розгалажуються на театроніми, кінотеатроніми, клубоніми, цирконіми та дромолюдіаріоніми.
- 34) Лепораріоніми – назви заповідників і водночас найменувань працівників таких об'єктів.
- 35) Лімітрофоніми – найменування колективів прикордонних застав і митних постів.
- 36) Студіоніми – власні назви теле- і радіостудій.
- 37) Редакціоніми – власні назви редакцій періодичних та інших видань.
- 38) Агенціоніми – найменування агентств та агенцій.
- 39) Каналоніми – власні назви теле- і радіоканалів.
- 40) Армоніми – власні назви військових з'єднань.
- 41) Ансамблоніми – найменування ансамблів, оркестрів та подібних колективів.
- 42) Криміналоніми – власні назви кримінальних угруповань.
- 43) Командоніми – найменування спортивних команд.
- 44) Комітетоніми – власні назви організаційних, спостережних, продюсерських та інших комітетів, які тим чи іншим чином відповідають за підготовку і проведення різних заходів.
- 45) Журіоніми – власні назви колективів, які визначають переможців у певній сфері діяльності.

Наступне підполе – конфедераціоніми – є менш розповсюдженим. Зпоміж них можна виділити такі п'ять елементів:

- 1) Лігоніми – власні назви міждержавних об'єднань.

- 2) Партіоніми – найменування партій і блоків.
- 3) Консорціоніми – власні назви громадських спілок і товариств.
- 4) Конфесіоніми – власні назви об'єднань людей на основі релігії.
- 5) Содаліціоніми – найменування таємних організацій і союзів.

І третє підполе ергонімів – пресулатоніми – у свою чергу поділяються на три елементи та шість піделементів:

- 1) Міністеріоніми – власні назви керівних державних установ. Серед них можна виокремити піделементи: інтер-міністеріоніми, націо-міністеріоніми та районо-міністеріоніми.
- 2) Регнатороніми – найменування недержавних керівних структур. Вони мають у своєму складі три піделементи: інтер-регнатороніми, націо-регнатороніми і районо-регнатороніми.
- 3) Коетоніми – власні назви нарад і зборів.

1.6. Функціональні ролі ергонімів

Ергоніми грають важливу роль у сучасному світі, а також мають неабиякий вплив на суспільство. Дослідники найчастіше виділяють три основні функції ергонімів: номінативну (ідентифікаційну, диференціювальну), інформативну та рекламну [1, с. 88; 25, с. 99]. Але також у наукових роботах зустрічається ще виокремлення меморіальної та естетичної функцій [3, с. 13; 7, с. 56–58; 29, с. 159; 55, с. 300]. Детальний їх опис виглядає наступним чином:

1. Номінативна або називна функція. Вона є головною функцією не тільки ергонімів, а й усіх онімів загалом. Також її можна описати як ідентифікаційно-диференціювальну. Оскільки по-перше, ергоніми виділяють певне ділове об'єднання серед подібних, тобто ідентифікують його, і по-друге, таким чином відрізняють (диференціюють) власну назву від інших.

2. Інформативна функція. Вона полягає у такій властивості ергонімів як передача інформації про те, в чому полягає призначення фірми, чим корисні

її послуги або продукція. Більш детально як саме ергоніми проявляють цю функцію описує Ю. І. Позніхиренко [30]:

- 1) орієнтують людину у просторі щодо розташування певної організації
- 2) повідомляють про специфіку фірми, її асортимент сервісів та товарів
- 3) спрямовані на конкретну аудиторію, побічно описуючи її характеристики.
- 4) вказують на місце виробництва продукції або його особливості.
- 5) відображає об'єкт за допомогою назви суб'єкта, що виробляє або пропонує цей товар.

3. Рекламна функція. Роллю ергонімів є привертання уваги та зацікавлення потенційного клієнта, споживача або покупця. О. Селіванова надає цій функції найменування «атрактивна» [8, 32].

4. Меморіальна функція. Тобто ергоніми відображають імена засновників, музичних гуртів, історичних особистостей, улюблених пісень та фільмів.

5. Естетична функція. Для того, щоб назва могла привабити споживача, вона має викликати позитивні асоціації та бути оригінальною та приємною по звучанню. Таким чином, ергоніми «виховують розуміння і сприйняття прекрасного, корисного, престижного».

Висновки до розділу 1

1. Власні назви є унікальними групою лексичних одиниць та важливими складниками такої науки, як лінгвістика. Вони мають свої особливі характеристики: пишуться з великої літери, виділяють об'єкти з ряду схожих предметів, залежать від екстралінгвістичних чинників та представлені у надзвичайно великій кількості слів.

2. На позначення власних назв ще використовується їх еквівалентний термін – онім, що перекладається з грецької як «ім'я, назва». У свою чергу, в англomовному середовищі у вжитку можна помітити такі назви на позначення онімів: «proper names», «proper nouns» та просто «names». Більшість дослідників описують головне значення власних назв як «надання назв

об'єктам, які є оригінальними у своєму роді». Інші науковці додають ще такі специфічні властивості онімів: надання інформації про особливості конкретного об'єкта; ідентифікація предметів лише завдяки звуковій формі, а не значенню; соціальна визначеність, закріпленість в суспільстві та похідність від загальних назв; виконання номінативних і диференційних функцій та наявність непрямого зв'язку із поняттями.

3. Загалом зараз створено велика кількість різноманітних класифікацій онімів. М. М. Торчинський розробив найповнішу та найструктурованішу типологію. У своїй праці дослідник поділив усі власні назви на шість полів: вітоніми, топоніми, космоніми, прагматоніми, ідеоніми та ергоніми. Мовознавиця С. О. Шестакова запропонувала свою структурну класифікацію класів власних назв, розподіляючи оніми схематично та виділяючи їх ядерне або периферійне розташування в ономастичному просторі. Дослідниця О. Ю. Карпенко у свою чергу відокремлює серед власних назв дев'ять фреймів (антропонімічний, топонімічний, теонімічний, ергонімічний, зоонімічний, космонімічний, хрононімічний, хрематонімічний та ідеонімічний) і має на меті з'ясувати функціональні значення власних назв у ментальному лексиконі мовця. Найновіша ж класифікація була створена В. О. Грековим. Вона відрізняється більшою лаконічністю та легкістю для сприйняття.

4. Ергоніми є широко представленою групою власних назв, тому вони наявні у класифікаціях кожного з розглянутих мовознавців. Але цей клас онімів є недостатньо дослідженим у порівнянні з іншими власними назвами. Сам термін походить від грецького слова «ergon», що перекладається як «праця, робота, діяльність». Погляди на його найменування є дещо суперечливими. Більшість науковців все ж використовують саме назву «ергонім» і вона є найбільш гармонічною. У західній ономастиці цей термін застосовується рідше, натомість зустрічаються такі назви: brand name, commercial name, company name, business name та product name. Щодо тлумачення терміну теж є певні дискусії, але загалом науковці приходять до одного висновку: ергоніми є власними назвами організованих груп людей.

5. Серед класифікацій ергонімів можна виділити денотативно-номінативну типологію М. М. Торчинського, який виокремив 1 поле, 3 підполя, 53 елементи і 36 піделементів цих назв. Підполя поділяються таким чином: колективоніми (власні назви колективів, зайнятих у сфері виробництва та сервісу), конфедераціоніми (власні найменування об'єднань людей, держав та інших об'єктів за певними ознаками) та пресулатоніми (власні назви керівних структур різних рівнів).

6. Ергоніми виконують такі функції: називну, інформативну, рекламну, меморіальну та естетичну. Називна функція є головною не тільки ергонімів, а й усіх онімів загалом. Її ще описують як ідентифікаційно-диференціювальну, оскільки вона виділяє та відрізняє власну назву від подібних. Інформативна функція передає інформацію про те, в чому полягає призначення фірми, чим корисні її послуги або продукція. Рекламна функція означає привертання уваги потенційного відвідувача. Меморіальна функція відображає найменування, в яких представлені імена історичних особистостей, а також засновників закладів, їх улюблених пісень, музичних гуртів, фільмів. Естетична функція базується на тому, що власна назва закладу має бути красивою по звучанню та викликати приємні асоціації.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИХ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕРГОНІМІВ М. ОКЛЕНД

Цей розділ присвячено аналізу структурно-семантичних та функціональних особливостей ергонімів м. Окленд. Для практичної частини цього дослідження було відібрано 240 ергонімів – 192 назви кафе, ресторанів, барів та 48 онімів на позначення готелів у м. Окленд, що розташоване у Новій Зеландії [52, 53]. Ці власні назви були проаналізовані за структурними, семантичними та функціональними характеристиками.

Нова Зеландія – це країна у південно-західній частині Тихого океану, яка складається з двох великих (Північного та Південного) і 600 невеличких островів. Офіційними мовами є англійська та мова маорі. В 2019 році чисельність населення досягала 4,6 мільйонів чоловік. Столицею є місто Веллінгтон.

Основними природними ресурсами є родючий ґрунт та м'який клімат. У свою чергу клімат варіюється від теплого субтропічного на півночі Північного острова до прохолодного помірного у центральних та південних регіонах Південного острова.

Флора та фауна країни відрізняється неповторністю та унікальністю, оскільки багато з представників природи Нової Зеландії наявні тільки на цій землі. В першу чергу, це саме місцеві птахи: ківі, какапо, такахе та уека. Щодо рослинності, то тут представлені змішані субтропічні та вічнозелені ліси.

Нова Зеландія спеціалізується на сільському господарстві, рибальстві, лісовому господарстві, виробництві і видобутку корисних копалин, а саме вугілля, залізної руди, природного газу, срібла та золота. Основною експортною продукцією є молочні продукти і м'ясо, фрукти, деревина і сира нафта [28].

Харчовими уподобаннями новозеландців є м'ясні страви, особливо баранина, часто гарніром є солодка картопля. Також любляють додавати багато масла до їжі. Улюбленими напоями є чай, пиво і вино [42].

Окленд – найбільше місто Нової Зеландії з населенням 1,4 мільйони, яке знаходиться на її Північному Острові. Воно вважається одним із найпридатніших для життя міст світу, оскільки в дослідженні якості життя 2019 року місто посіло третє місце [40]. Окленд відрізняється різноманітністю етносів та культур. Мешканці Окленду це європейці, маорі, тихоокеанські остров'яни, азійці, а також переселенці з Близького Сходу, Південної Америки та Африки. В Окленді розвинені такі сектори, як фінанси, технології, торгівля та туризм. Крім цього, у місті розташований один з найбільших портів країни, що сприяє зовнішній торгівлі.

Цей регіон – справжній рай для гурманів, тут багато модних кафе, національних закусочних та ресторанів, відзначених нагородами. Окленд розташований між двома гаванями і тому свіжі морепродукти – це особливість його кухні, а ще в регіоні є виноградники та оливкові гаї [40].

2.1. Структурні моделі ергонімів м. Окленд

У першу чергу серед структурних типів ергонімів ми виділимо типологію розподілу власних назв на наступні види на основі кількості компонентів: однокомпонентні, двокомпонентні, трьохкомпонентні, чотирьохкомпонентні та багатоконпонентні. Далі, розподілимо відібрані лексичні одиниці на групи за синтаксичними структурами.

Серед однокомпонентних власних назв ми нарахували 25 одиниць: *Seabreeze, Baduzzi, Alma, Lokanta, Vietflames, Tempero, Bonita, Onemata, Appetite, Berlinchen, Ahi., Kingi, Skybar, GOAT, Crown, Public, Homeland, Onslow, Ortolana, Chuffed, Crop, Meadow, Trivet, Anise, Yume*. Ці ергоніми поділяються на складні (*Seabreeze, Vietflames, Skybar, Homeland*), похідні (*Berlinchen, Chuffed*) та непохідні слова (*Baduzzi, Alma, Lokanta, Tempero,*

Bonita, Onemata, Ahi., Kingi, Crown, Public, Onslow, Ortolana, Crop, Meadow, Trivet, Yume, GOAT).

До двокомпонентних структур можемо віднести 81 ергонім: *Akarana Eatery, Sam's Chicken, Aotea House, Kiwi Roast, Bestie Café, Manuka Restaurant, Caffé Cozy, Honey Café, SoulShine Café, Cherry Café, Sunflower Café, Wai Kitchen, Local Café, Espresso Workshop, Two Spoons, Luscious Café, 3 Nutmegs, Poderi Crisci, That's Amore, FISH Restaurant, Paris Butter, Tokyo Club, Vino Orewa, Ki Māha, La Rosa, Te Kaahu, Mezze Bar, Tanpopo Ramen, The Brit, Due Amici, Lola Café, Street Organics, El Greco, Ramen Takara, The Conservatory, Nicks Café, Our Land, Ruby Red, Bali Nights, Gusto Italiano, Harbour Society, Lawn Cafe, Safran Restaurant, Sushi Factory, Kohi Beach, Everest Dine, Proper Pizza, Westie Bistro, Ormiston Café, Tasca Newmarket, Little Sicily, Carmen Jones, Sunset Bar, Let's Ketchup, Eastern Grill, The Terrace, Food Republic, Nelson Café, Paradise Restaurant, Sails Restaurant, Wish Café, Café 39, NZ Café, Citizen Q, Lucky Kitchen, The Hive, East Restaurant, Bodega Eatery, Chandelier Lounge, Mimosa Cafe, French Rendez-vous, The Pantry, Treasure Kitchen, CityLife Auckland, Whangaparaoa Lodge, So/ Auckland, Manha Hotel, Ramada Suites, Oakwood Manor, Grange Motel, Vanilla Café, Café Hibiscus.*

За синтаксичними моделями ці власні назви можна розподілити наступним чином:

Найбільшою є група власних назв, утворених за моделлю **N + N** (*Akarana Eatery, Aotea House, Bestie Café, Manuka Restaurant, Honey Café, SoulShine Café, Cherry Café, Sunflower Café, Wai Kitchen, Espresso Workshop, Poderi Crisci, FISH Restaurant, Paris Butter, Tokyo Club, Vino Orewa, Mezze Bar, Tanpopo Ramen, Lola Café, Street Organics, Ramen Takara, Bali Nights, Harbour Society, Safran Restaurant, Sushi Factory, Kohi Beach, Westie Bistro, Ormiston Café, Tasca Newmarket, Carmen Jones, Sunset Bar, Food Republic, Nelson Café, Paradise Restaurant, Sails Restaurant, Wish Café, Citizen Q, Bodega Eatery, Chandelier Lounge, Mimosa Cafe, Treasure Kitchen, CityLife Auckland, Whangaparaoa Lodge, Manha Hotel, Ramada Suites, Oakwood Manor, Grange Motel, Vanilla Café, Café*

Hibiscus, Lawn Cafe). Наступною поширеною конструкцією є **Adj + N** (*Kiwi Roast, Local Café, Luscious Café, Proper Pizza, Little Sicily, Eastern Grill, Lucky Kitchen, East Restaurant, French Rendez-vous*). Також широкопредставленою є модель **Art + N** (*La Rosa, Te Kaahu, The Brit, El Greco, The Conservatory, The Terrace, The Hive, The Pantry*). Наступні структури відтворені кожна в трьох власних назвах: **Num + N** (*Two Spoons, 3 Nutmegs, Due Amici*) та **N + Adj** (*Cafe Cozy, Ruby Red, Gusto Italiano*). По дві власні назви представлені в таких моделях: **N's + N** (*Sam's Chicken, Nick's Café*) і **Verb-Pron + N** (*That's Amore, Let's Ketchup*). Інші ж конструкції відображені лише в одному ергонімі кожна: **Particle + V** (*Ki Māha*), **N + Num** (*Café 39*), **Abbr + N** (*NZ Café*), **Adv + N** (*So/Auckland*), **Pron + N** (*Our Land*) та **N + V** (*Everest Dine*).

Трьохкомпонентних ергонімів налічується 71 одиниця: *Oyster and Chop, Takapuna Beach Café, Marua Road Café, Richmond Road Café, Fika With Me, Blossoms Espresso Café, Kingston Street Café, Swanson Station Café, Hello Friends + Allies, Chocolate Boutique Café, The Oyster Inn, Orbit 360° Dining, Red Shed Palazzo, So French Café, The Yakitori House, Ponsonby Road Bistro, Yaruki Japanese Restaurant, Fortuna Buffet Restaurant, Blue Breeze Inn, Ichiban Japanese Restaurant, Federal Square Café, Jervois Steak House, El Sizzling Chorizo, Mozzarella & Co, Celine Mediterranean Cuisine, The Shucker Brothers, Dragon Boat Restaurant, New Flavour Restaurant, The Landing Onehunga, The Garden Shed, Reign & Pour, Eat Drink Laugh, Beach Café Maraetai, Neighbour Espresso Café, Burger Burger Eastridge, Kane's Burger Club, BBQ King Restaurant, Crown Range Lounge, BurgerFuel Customs Street, Mighty Hotdog Chancery, Espresso Workshop Britomart, Altura Coffee Company, Twenty Three Café, Chill and Grill, Sky City Auckland, Maison Thai Restaurant, Hill House Café, Sushi Train Viaduct, Otahuhu Food City, Yoshizawa Japanese Restaurant, Ship & Anchor, Café Botannix Takapuna, Grand Millennium Auckland, Crowne Plaza Auckland, Kiwi International Hotel, Imagine Beach Road, Horizon by SkyCity, The Dough Corner, Little Turkish Café, Waiheke Island Resort, Pavilions Marina Apartments, Dusk and Dawn, Airport Kiwi Hotel, Auckland Harbor Suites, Verandahs Parkside Lodge,*

Barclay Suits Auckland, Marsden Viaduct Hotel, Onetangi Beach Apartments, Kiwi House Waiheke, Proximity Apartments Manukau, Cable Bay Views.

Найбільшою групою є власні назви з синтаксичною конструкцією **N + N + N** (*Takapuna Beach Café, Marua Road Café, Richmond Road Café, Blossoms Espresso Café, Kingston Street Café, Swanson Station Café, Ponsonby Road Bistro, Fortuna Buffet Restaurant, Jervois Steak House, Dragon Boat Restaurant, Beach Café Maraetai, Neighbour Espresso Café, Burger Burger Eastridge, Crown Range Lounge, BurgerFuel Customs Street, Altura Coffee Company, Sky City Auckland, Sushi Train Viaduct, Otahuhu Food City, Café Botannix Takapuna, Crowne Plaza Auckland, Imagine Beach Road, Waiheke Island Resort, Pavilions Marina Apartments, Auckland Harbor Suites, Barclay Suits Auckland, Marsden Viaduct Hotel, Onetangi Beach Apartments, Proximity Apartments Manukau, Cable Bay Views, Espresso Workshop Britomart, Hill House Café*). Наступною широкопредставленою структурою є **N + Adj + N** (*Chocolate Boutique Café, Yaruki Japanese Restaurant, Ichiban Japanese Restaurant, Celine Mediterranean Cuisine, Maison Thai Restaurant, Yoshizawa Japanese Restaurant, Airport Kiwi Hotel, Verandahs Parkside Lodge*). Далі, можемо виокремити моделі: **Adj + N + N**, що представлена в сімох ергонімах (*Red Shed Palazzo, Blue Breeze Inn, New Flavour Restaurant, Mighty Hotdog Chancery, Grand Millennium Auckland, Kiwi House Waiheke, Federal Square Café*) і **Art + N + N**, яка складається з шести власних назв (*The Oyster Inn, The Yakitori House, The Shucker Brothers, The Landing Onehunga, The Garden Shed, The Dough Corner*). Ще серед відібраних словосполук ми також виділили конструкції, що мають у своєму складі дві або чотири назви: **Adj + Adj + N** (*Kiwi International Hotel, Little Turkish Café*) та **N + Conj + N** (*Oyster and Chop, Chill and Grill, Ship & Anchor, Dusk and Dawn*). Решта з моделей відображені тільки одним прикладом: **N + Prep + Pron** (*Fika With Me*), **Interj + N + N** (*Hello Friends + Allies*), **N + Prep + N** (*Horizon by SkyCity*), **N + Num + N** (*Orbit 360° Dining*), **Adv + Adj + N** (*So French Café*), **Art + Adj + N** (*El Sizzling Chorizo*), **N + Conj + Abbr** (*Mozarella & Co*), **V + Conj + V** (*Reign & Pour*), **V + V + V** (*Eat Drink Laugh*), **N's + N + N** (*Kane's Burger*

Club), **Abbr** + **N** + **N** (BBQ King Restaurant) і **Num** + **Num** + **N** (Twenty Three Café).

Чотирьохкомпонентні власні назви складають 40 словосполук: *Soul Bar & Bistro*, *L & G's Kitchen*, *Ronnie's Café and Bakery*, *The Matakana Village Pub*, *Willow Café & Eatery*, *The Good Home Takanini*, *Coast – Bites and Brews*, *The Good Luck Coconut*, *Archie's Restaurant and Pizzeria*, *Apero Food and Wine*, *Golden Shine BBQ Restaurant*, *Pinchos Restaurant & Pizzeria*, *Bay Leaf and Beyond*, *Sammy's Deli & Diner*, *Kind Café & Eatery*, *My Fried Chicken – Takapuna*, *Palm Café and Restaurant*, *Manis Bakery and Café*, *What-A-BBQ Smokehouse*, *Potato Corner Queen Street*, *Trinita of Silver Café*, *Neptune Café & Bar*, *Harbourside Ocean Bar Grill*, *Long Bay Surf Club*, *The Taste of China*, *goodlife super food co*, *Buns and Rolls Takapuna*, *Auckland Rose Park Hotel*, *Puriri Café & Eatery*, *Heartland Hotel Auckland Airport*, *Parkside Hotel & Apartments*, *Nikau Apartments Waiheke Island*, *The Grand by SkyCity*, *Avani Auckland Metropolis Residences*, *Sky Stars CBD Apartment*, *Airport Garden Inn Hotel*, *Boatsheds on the Bay*, *DoubleTree by Hilton Karaka*, *Waitakere Resort & Spa*, *Mercure Auckland Queen Street*, *Pullman Auckland Airport Hotel*.

Серед них виокремлюємо наступні синтаксичні конструкції:

Найчастотнішою моделлю є **N** + **N** + **Conj** + **N** (*Soul Bar & Bistro*, *Willow Café & Eatery*, *Coast – Bites and Brews*, *Apero Food and Wine*, *Pinchos Restaurant & Pizzeria*, *Palm Café and Restaurant*, *Manis Bakery and Café*, *Puriri Café & Eatery*, *Parkside Hotel & Apartments*, *Waitakere Resort & Spa*). Також, великою групою є ергоніми, створені за конструкцією **N** + **N** + **N** + **N** (*Potato Corner Queen Street*, *Harbourside Ocean Bar Grill*, *Auckland Rose Park Hotel*, *Heartland Hotel Auckland Airport*, *Nikau Apartments Waiheke Island*, *Avani Auckland Metropolis Residences*, *Mercure Auckland Queen Street*, *Airport Garden Inn Hotel*, *Pullman Auckland Airport Hotel*). Наступні структури представлені по дві або три сполуки кожна: **Art** + **Adj** + **N** + **N** (*The Good Home Takanini*, *The Good Luck Coconut*), **N's** + **N** + **Conj** + **N** (*Archie's restaurant and Pizzeria*, *Sammy's Deli & Diner*, *Ronnie's Café and Bakery*), **N** + **N** + **Conj** + **Adv** (*Bay Leaf and Beyond*,

Neptune Café & Bar), **N + Prep + N + N** (*Trinity of Silver Café, DoubleTree by Hilton Karaka*). Три з чотирьох компонентів конструкції **N + Prep + Art + N** (*Boatsheds on the Bay*) є однаковими з останньою моделлю, описаною нами. Крім цього, дуже схожими між собою є ці дві структури: **N + Conj + N's + N** (*L & G's Kitchen*) та **N + Conj + N + N** (*Buns and Rolls Takapuna*). Ще дев'ять синтаксичних моделей є представленими лише по одному ергоніму: **Art + N + N + N** (*The Matakana Village Pub*), **Adj + N + Abbr + N** (*Golden Shine BBQ Restaurant*), **Pron + Adj + N + N** (*My Fried Chicken – Takapuna*), **Interj + Art + Abbr + N** (*What-A-BBQ Smokehouse*), **Adj + N + N + N** (*Long bay Surf Club*), **Art + N + Prep + N** (*The Taste of China*), **N + Adj + N + Abbr** (*goodlife super food co*), **Art + Adj + Prep + N** (*The Grand by SkyCity*), **N + N + Abbr + N** (*Sky Stars CBD Apartment*), **Adj + N + Conj + N** (*Kind Café & Eatery*).

Багатокомпонентні ергоніми у свою чергу містять у своєму складі 14 п'ятикомпонентних власних назв (*Depot Eatery & Oyster Bar, The Olive Kitchen and Bar, Blue Elephant Thai Restaurant Parnell, Urban Vibes Bar & Restaurant, Gorumet Burger and Brew Kitchen, Majestic Tea Bar – Shore City, Aperitivo Balcony Bar & Kitchen, La Quinta by Wyndham Ellerslie, Lavender Hill Accomodation and Distillery, Emerald Inn on Takapuna Beach, Nesuto Stadium Hotel and Apartments, The Sebel Auckland Viaduct Harbour, Waipuna Hotel & Conference Centre, The Quadrant Hotel and Suits*), 7 шестикомпонентних онімів (*Khana Indian Cuisine on The Shore, The Golden Olive Restaurant & Pizzeria, Mug 'n' Bowl Café & Eatery, Kiwi Fish & Chips and Chicken, The Lodge Bar & Dining Auckland, Luxurious Bohemian Style Apartment in Britomart, The Esplanade Hotel, Bar & Restaurant*) та 2 семикомпонентні сполуки (*Tony's Steak & Seafood Restaurant & Bar, Gorgeous Seaview 2 Bedroom Apartment in Auckland*).

Загалом, синтаксичні моделі, які використовуються для побудови багатокомпонентних сполук є неповторними і зазвичай представлені в одному екземплярі: **Adj + N + Adj + N + N** (*Blue Elephant Thai Restaurant Parnell*), **Adj + N + N + Conj + N** (*Urban Vibes Bar & Restaurant*), **Adj + N + Conj + N + N** (*Gorumet Burger and Brew Kitchen*), **Adj + N + N + N + N** (*Majestic Tea Bar –*

Shore City), **Art + N + Prep + N + N** (*La Quinta by Wyndham Ellerslie*), **Adj + N + Prep + N + N** (*Emerald inn on Takapuna Beach*), **N + N + N + Conj + N** (*Nesuto Stadium Hotel and Apartments*), **Num + N + Prep + N + N** (*Four Points by Sheraton Auckland*), **Art + N + N + N + N** (*The Sebel Auckland Viaduct Harbour*), **Num + N + N + Conj + N + N** (*Four Seasons Restaurant & Event Space*), **N + Adj + N + Prep + Art + N** (*Khana Indian Cuisine on the Shore*), **Art + Adj + N + N + Conj + N** (*The Golden Olive Restaurant & Pizzeria*), **N + Conj + N + N + Conj + N** (*Mug 'n' Bowl Café & Eatery*), **N/Adj + N + Conj + N + Conj + N** (*Kiwi Fish & Chips and Chicken*), **Art + N + N + Conj + Part I + N** (*The Lodge Bar & Dining Auckland*), **Art + N + N + N + N + N** (*Te Arikini Pullman Auckland Airport Hotel*), **Adj + Adj + N + N + Prep + N** (*Luxurious Bhoemian Style Apartment in Britomart*), **Art + N + N + N + Conj + N** (*The Esplanade Hotel, Bar & Restaurant*), **N's + N + Conj + N + N + Conj + N** (*Tony's Steak & Seafood Restaurant & Bar*) і **Adj + N + Num + N + N + Prep** (*Gorgeous Seaview 2 Bedroom Apartment in Auckland*).

Але нами також було виокремлено три конструкції, що відображені у декількох з відібраних ергонімів кожна: **N + N + Conj + N + N** (*Waipuna Hotel & Conference Centre, Depot Eatery & Oyster Bar*), **Art + N + N + Conj + N** (*The Olive Kitchen and Bar, The Quadrant Hotel and Suits*) та **N + N + N + Conj + N** (*Aperitivo Balcony Bar & Kitchen, Lavender Hill Accomodation and Distillery*).

2.2. Семантична типологія ергонімів м. Окленд

Для створення семантичної класифікації нами було виокремлено групи ергонімів за походженням компонентів, а також за їх мотиваційними значеннями.

Оскільки Нова Зеландія, та Окленд зокрема відрізняються своєю багатоетнічністю, то і тематику своїх закладів ці народи обирають так, щоб вона була пов'язана з рідним, з Батьківщиною. Серед відібраних власних назв можна виділити звичайно найбільшу кількість англійською мовою та мовою маорі, оскільки це офіційні мови держави і є найпоширенішими у спілкуванні.

Загалом, можна відокремити італійські, іспанські, португальські, німецькі, японські, турецькі, французькі, фінські, індонезійські та індійські назви.

Італійські компоненти представлені в одинадцятьох словосполуках (*Baduzzi, Ortolana, Poderi Crisci, That's Amore, Vino Orewa, La Rosa, Due Amici, El Greco, Gusto Italiano, Mozzarella & Co, Aperitivo Balcony Bar & Kitchen*).

Іспанські та португальські складники були використані у дев'ятьох ергонімах (*Alma, Tempero, Bonita, Tasca Newmarket, Bodega Eatery, Ramada Suites, El Sizzling Chorizo, Pinchos Restaurant & Pizzeria, La Quinta*).

Японські компоненти були знайдені у восьми відібраних словосполуках (*Sushi Factory, The Yakitori House, Yaruki Japanese Restaurant, Ichiban Japanese Restaurant, Yoshizawa Japanese Restaurant, Yume, Tanpopo Ramen, Ramen Takara*).

Французькі слова наявні у чотирьох власних назвах (*Mercure Auckland Queen Street, French Rendezvous, Maison Thai Restaurant, Aperio Food & Wine*).

У свою чергу турецькі, фінські, німецькі, індонезійські та індійські компоненти представлені по одній власній назві кожний (*Lokanta, Berlinchen, Fika With Me, Manis Bakery and Café, Avani Auckland Metropolis Residences*).

Перейдемо до класифікації ергонімів на основі мотиваційних ознак, за допомогою яких ми з'ясуємо який саме сенс вклали власники закладів у їх назви і з чим такий вибір може бути пов'язаний. Усі власні назви були розподілені на тринадцять груп:

1. До **першої групи** ми відносимо власні назви, що позначають особливості місця розташування закладу та символи, пов'язані з ним. Розглянемо приклади більш детально:

Seabreeze – «морський бриз», оскільки кафе розташоване поруч з океаном;

Skybar – «бар у небесах», цей бар є найвищим у Новій Зеландії. Він розташований на висоті 182 метрів серед хмар. Тут відкривається приголомшливий вид на 360°;

Crown – «корона». Ресторан розташований на Квін Стріт (*Queen Street*), що в перекладі з англійської – «королева». А її символом завжди є корона;

Meadow – «лучка, луг». Кафе має просторий дворик з газоном та насадженнями і виглядає він наче луг;

Local Café – «місцеве кафе». Цей заклад зручно розташований для жителів міста;

Street Organics – «вуличні натуральні продукти». Столики цього кафе розташовані на вулиці;

Harbour Society – «портове об'єднання», тобто цей заклад знаходиться біля порту;

Westie Bistro – «західний ресторанчик». Він розташований у західному Окленді;

Sunset Bar – «бар на заході сонця». Цей бар знаходиться на високому поверсі і тому з нього відкривається гарний вид, де можна спостерігати захід сонця;

Sails Restaurant – «ресторан з парусами», оскільки його вікна виходять на узбережжя, де пришвартовані паруси;

Orbit 360° Dining – «ресторан з видом на 360°». Знаходиться на 52-ому поверсі Auckland Sky Tower, де відкривається панорамний вид на 360 градусів на усе місто;

The Landing Onehunga – «пристань на Онехунга». Ресторан розташований біля пристані;

Reign & Pour – «правити та наливати». Цей заклад можна знайти на Квін Стріт (*Queen Street*), тобто слово «правити» пов'язано з діяльністю королеви;

Beach Café Maraetai – «пляжне кафе у Мараетай». Кафе знаходиться на пляжі вздовж узбережжя;

Neighbour Espresso Café – «сусіднє еспreso кафе». Це позначає, що заклад розташований поблизу житлових домівок;

Ship & Anchor – «корабель та якір». Ресторан знаходиться поблизу океану, на Орева Біч (*Orewa Beach*);

Horizon by SkyCity – «горизонт від SkyCity», оскільки готель має багато поверхів і звідтіля відкривається красивий вид на місто;

Pavillions Marina Apartments – «marina» у перекладі означає «гавань», тому що цей готель побудовано поблизу порту (*Viaduct Harbour*);

Dusk and Dawn – «захід та схід сонця». Готель розташований на висоті 380 метрів над рівнем моря, тому відпочиваючі можуть звідти спостерігати красиві світанки і заходи сонця;

Airport Kiwi Hotel – з цього можемо зрозуміти, що готель побудований поблизу аеропорту;

Verandahs Parkside Lodge – «parkside» перекладається як «поблизу парку», тобто цей готель зі своїх номерів має вид на парк;

Pullman Auckland Airport Hotel – слово «airport» вказує на близьке розташування до аеропорту Окленду;

Onetangi Beach Apartments – «пляжні апартаменти в Онетангі». Готель розміщений поблизу пляжу;

Proximity Apartments Manukau – «proximity» позначає «сусідство, близькість». Цим власники готелю хочуть сказати, що він має зручне розташування для усіх мандрівників;

Coast – Bites and Brews – «coast» перекладається як «узбережжя», тобто це кафе розташоване на узбережжі затоки;

Neptune Café & Bar – кафе знаходиться поблизу океану і тому назване на честь Нептуна – бога води;

Harbourside Ocean Bar Grill – «ocean» тобто «океан» позначає близьке місцезнаходження цього бару до води;

Auckland Rose Park Hotel – «rose park» перекладається як «парк роз», що повідомляє про близькість до парку Parnell Rose Garden;

Heartland Hotel Auckland Airport – готель побудовано недалеко від аеропорту;

Parkside Hotel & Apartments – слово «parkside» вказує на розташування готелю поблизу парку, який до речі має назву Auckland Domain;

Airport Garden Inn Hotel – «garden» перекладається як «садок», тобто готель має поруч гарний квітучий куточок, а також «airport», отже він побудований близько до аеропорту міста;

Boatsheds on the Bay – готель розташований поблизу набережної;

Urban Vibes Bar & Restaurant – «urban vibes» позначає міську атмосферу, оскільки ресторан знаходиться у елітному районі міста;

Lavender Hill Accommodation and Distillery – «lavender hill» перекладається як «лавандове узгір'я». Цей готель розташований на височині, де висаджена лаванда;

Khana Indian Cuisine on the Shore – «shore» означає «берег», з цього можемо зробити висновок, що ресторан розміщений на узбережжі;

The Esplanade Hotel, Bar & Restaurant – «esplanade» у перекладі «майдан для прогулянок», свідчить про те, що готель збудовано поблизу майдану;

Gorgeous Seaview 2 Bedroom Apartment in Auckland – «seaview» тобто «вид на море», з вікон цього готелю відкривається мальовничий пейзаж на затоку Вейтемата (*Waitemata Harbour*);

Citizen Q – «citizen», що перекладається як «мешканець міста». Ресторан знаходиться у центрі міста, де завжди багато людей;

CityLife Auckland – «citylife» позначає «міське життя» та підкреслює розташування готелю у центральному районі міста;

Oakwood Manor – «маєток у дубовий гай», слово гай відображає велику кількість зелених насаджень поблизу готелю;

Auckland Harbor Suites – назва вказує на близьке розташування готелю до гавані, що англійською і означає «harbor»;

Blue Breeze Inn – «блакитний бриз» позначає те, що ресторан знаходиться поблизу океану.

2. Друга група складається з ергонімів, які описують основну страву з меню закладу харчування. Розглянемо які саме блюда відображені у назвах:

Baduzzi (італ. «фрикадельки») – це ресторан італійської кухні, а фрикадельки є головною стравою;

GOAT – «коза», заклад спеціалізується на індійській кухні, а також в меню представлена головна страва з козинячого м'яса;

Sam's Chicken – «курка», кафе готує страви з курячого м'яса;

Kiwi Roast – «смажене м'ясо», основною стравою кафе є смажене м'ясо;

Espresso Workshop «майстерня еспресо», **Blossoms Espresso Café**, **Neighbor Espresso Café**, **Espresso Workshop Britomart**, **Altura Coffee Company** – ці кафе спеціалізуються на приготуванні кави;

FISH Restaurant – «рибний ресторан», основою меню цього закладу є морепродукти;

Vino Orewa (італ. «вино») – це ресторан італійської кухні, де представлений великий вибір італійських вин;

Mezze Bar – головна страва цього бару «мезе», це закуски або маленькі страви, які подаються на початку трапези з різноманітними напоями;

Tanpopo Ramen, **Ramen Takara** – основою меню цих закладів є японський суп «рамен», який готується на бульйоні з додаванням пшеничної локшини, м'яса, овочів та спецій;

Sushi Factory – «фабрика суші», це ресторан, головною стравою якого є японські суші;

Proper Pizza – кафе спеціалізується на приготуванні піци;

Eastern Grill – кафе східних страв, які готуються на грилі;

Oyster & Chop – основними стравами ресторану є мідії та м'ясні біфштекси;

The Oyster Inn – найголовнішою їжею у меню є мідії;

The Yakitori House (яп. «смажена курка») – ресторан японської кухні з головною стравою під назвою «якіторі» – це шматочки курки, підсмажені на бамбукових шампурах;

Jervois Steak House – основною стравою є стейки;

El Sizzling Chorizo – у цьому ресторані представлені «чорисо», це іспанські ковбаски зі свинини з спеціями;

Burger Burger Eastridge, Kane's Burger Club – головною стравою цих закладів є бургери;

BBQ King Restaurant, Golden Shine BBQ Restaurant, What-A-BBQ Smokehouse – ресторани, що готують «BBQ», а це у свою чергу означає барбекю, смажені на грилі м'ясо та морепродукти;

Chill and Grill, Harbourside Ocean Bar Grill – у меню кафе представлені страви-гриль;

Pinchos Restaurant & Pizzeria – ресторан, де можна замовити піцу та «пінчос» – іспанські невеликі бутерброди, що подаються до пива та червоного вина;

My Fried Chicken Takapuna – у цьому закладі готують смажену курку;

Potato Corner Queen Street – страви з картоплі є основними у цьому кафе;

Buns and Rolls Takapuna – головними стравами цього ресторану є булочки та роли;

Gourmet Burger and Brew Kitchen – кухня кафе спеціалізується на бургерах та пиві;

Majestic Tea Bar Shore City – цей заклад є баром, у якому представлені різноманітні чаї;

The Golden Olive Restaurant & Pizzeria – у меню цього ресторану можна знайти велику кількість різних піц;

Kiwi Fish & Chips and Chicken – основними стравами ресторану є риба і картопля фрі та курка;

Tony's Steak & Seafood Restaurant & Bar – заклад пропонує відвідувачам страви з морепродуктів та стейки;

BurgerFuel Customs Street – у цьому кафе готують бургери;

Mighty Hotdog Chancery – основною стравою кафе є великі хотдоги;

Depot Eatery & Oyster Bar – у меню цього ресторану пропонують мідії;

Coast – Bites and Brews – головними стравами кафе є закуски та пиво.

3. Третю, невеличку, групу створюють ергоніми, назви яких відображають слова на позначення різноманітних приміщень:

Lokanta – перекладається з турецької як «місцевий ресторан, закусошна». Для назви кафе використали слово з турецької мови, оскільки там пропонується меню зі страв Середземноморського моря;

Tasca Newmarket – «tasca» з іспанської «бар, закусошна», це кафе спеціалізується на іспанській їжі;

The Pantry – «буфетна», оскільки у меню представлені кава, вино, торти, тістечка, салати, сендвічі та закуски;

Maison Thai Restaurant – «maison» перекладається з французької мови як «будівля, дім»;

Depot Eatery & Oyster Bar – «depot» позначає «склад, сховище», тобто це місце, де зберігається велика кількість продуктів харчування;

La Quinta by Wyndham Ellerslie – «la quinta» з іспанської означає «заміський будинок, вілла», цей готель розташований у передмісті Окленду.

4. Четверта група містить власні назви, які вказують на специфіку меню закладів харчування, а також описують особливості подачі та походження страв:

Vietflames – ресторан пропонує в'єтнамську кухню, яка відрізняється гострими та пряними ніби полум'я («flames») блюдами, спеціями та соусами;

Anise – «аніс», це рослина, яку додають у якості спеції до страв. Ресторан займається азійською кухнею, де широко використовують аніс;

3 Nutmegs – «три мускатних горіхи», цей заклад спеціалізується на приготуванні індійської кухні, яка вирізняється додаванням до страв мускатного горіха;

Street Organics – кав'ярня підкреслює, що їхні інгредієнти є виключно натуральними продуктами («organics»), які вирощені без застосування хімічних домішок;

Safran Restaurant – «safran» означає шафран, пряність середземноморської кухні, яка пропонується у меню цього закладу;

Bay Leaf and Beyond – «лавровий лист та багато іншого», цей ресторан готує індійську кухню, де використовується багато спецій, в тому числі лавровий лист та ще велика кількість інших прянощів;

The Olive Kitchen and Bar – ресторан середземноморської їжі, де оливки є одним з головних компонентів;

The Golden Olive Restaurant & Pizzeria – у цьому ресторані пропонується італійська кухня, у стравах якої широко використовуються оливки;

Ortolana – з італійської «садівниця, яка вирощує фрукти або овочі на продаж», тобто у цьому закладі представлена італійська їжа, яка готується зі свіжих та натуральних інгредієнтів;

Crop – «урожай», це вказує на використання натуральних продуктів;

Vanilla Café – в меню кафе є випічка та десерти з додаванням ванілі;

The Shucker Brothers – слово «shucker» походить від дієслова «shuck» – «витягати устриць з раковин», це пов'язано з тим, що меню ресторану базується на морепродуктах;

Reign & Pour – «правити і наливати», у цьому ресторані представлено багато різноманітних напоїв;

Crown Range Lounge – «Crown Range» це гірський масив, який знаходиться в винному регіоні Отаго (*Otago*), звідкіля привозять вина для цього закладу;

Sushi Train Viaduct – суші подаються відвідувачам незвичайним способом: вони розміщені на конвеєрі, який рухається поміж столиками ніби потяг;

The Dough Corner – «dough» перекладається як «тісто», у цьому кафе випікається печиво та булочки;

Apero Food and Wine – «аперо» з французької мови позначає напій, який п'ють перед прийомом їжі, цей ресторан має таку назву, оскільки спеціалізується на винах;

Manis Bakery and Café – «manis» на індонезійській мові «солодке», оскільки в меню кафе є випічка;

Chocolate Boutique Café – «chocolate» підкреслює, що у цьому кафе подається гарячий шоколад і усілякі солодощі;

Tempero – перекладається з португальської мови як «спеція, приправа, пряність». В меню кафе входить бразильська їжа, яка відрізняється пряністю.

5. П'ята група ергонімів розповідає нам яку саме національну кухню пропонує той чи інший заклад харчування. Іноді це пряме посилання на країну або її столицю, в інших же випадках у назвах використовується символ окремої країни:

Vietflames – скорочення «Viet» від «Vietnamese», тобто в'єтнамська кухня;

Berlinchen – слово поєднує назву столиці Німеччини – Берліну та суфікс «-chen», що використовують для того, щоб предмет набув більш милих або маленьких ознак. Ресторан готує німецьку їжу і тому носить назву «маленький Берлін»;

Paris Butter – ресторан французької кухні, що має назву «Париж» – столиці Франції;

Tokyo Club – заклад японської кухні, особливо представлені страви, що готують у Токіо;

El Greco – з італійської мови перекладається як «грек», кафе має таку назву оскільки пропонує грецьку та італійську їжу;

Bali Nights – меню закладу складається з індонезійської їжі, тому і має назву «Балі», як один з островів Індонезії;

Gusto Italiano – італійською мовою значить «італійський смак», оскільки ресторан пропонує страви італійської кухні;

Everest Dine – «обідати на Евересті», Еверест це найвища гірська вершина земної кулі, яка знаходиться у Непалі. Цей ресторан спеціалізується саме на непальській їжі;

Little Sicily – «маленька Сицилія», ресторан пропонує в меню кухню Південної Італії, де і розташований острів Сицилія;

Eastern Grill, East Restaurant – ресторани східної кухні;

Bodega Eatery – «bodega» з іспанської означає «винний льох», ресторан спеціалізується на іспанській та середземноморській їжі та напоях;

French Rendezvous, So French Café – ці заклади готують національні страви французької кухні;

Yaruki Japanese Restaurant, Ichiban Japanese Restaurant, Yoshizawa Japanese Restaurant – меню усіх цих ресторанів базуються на японській кухні;

Dragon Boat Restaurant – «Дракон» це великий човен, що має голову та хвіст цієї тварини. Також, дракон у свою чергу є символом Китаю, тому назва підкреслює, що ресторан представляє азійську кухню;

Maison Thai Restaurant – цей ресторан пропонує тайську їжу;

Little Turkish Café – «маленьке турецьке кафе», куштуючи турецькі страви у цій кав'ярні, ви ніби потрапляєте до маленької частини країни Туреччини;

The Good Luck Coconut – перекладається як «кокос на добру вдачу». Цей заклад готує їжу тихоокеанських островів, а символом острову є кокос;

The Taste of China – «смак Китаю», з назви можемо зробити висновок, що ресторан спеціалізується на національній китайській їжі;

Blue Elephant Thai Restaurant Parnell – ресторан тайської кухні. Він носить назву «синій слон», яка позначає національний символ Тайланду і колір смуг на прапорі країни;

Khana Indian Cuisine on the Shore – «khana» з індійської перекладається як їжа, тут пропонуються страви індійської кухні;

Mozarella & Co – назва поєднує дві складові: «моцарела» — італійський сир, та «компанія» — слово, яке вказує на широкий асортимент італійських продуктів у ресторані;

Aperitivo Balcony Bar & Kitchen – з італійської мови «aperitivo» перекладається як напій, що передує їжі і своїм гіркуватим або солодкуватим смаком стимулює появу апетиту.

6. **Шоста** маленька **група** представляє собою назви атрибутів, пов'язаних з кухнею та прийомом їжі:

Appetite – у перекладі означає «апетит», їжа цього ресторану задовольнить будь-який смак і апетит;

Trivet – «підставка під блюдо». Стіл є священним простором у багатьох культурах, за ним збирається уся сім'я. А підставка існує для того, щоб не зіпсувати стіл гарячими стравами;

Two Spoons – «дві ложки» можуть бути символом спільного часу, проведеного разом з близькими людьми та друзями;

Food Republic – «республіка їжі», тут пропонуються різноманітні страви багатьох країн світу;

Trinité of Silver Café – «три срібляні предмети» позначає виделку, ніж та ложку – важливі предмети під час їжі;

Mug 'n' Bowl Café & Eatery – «кухоль та миска» є атрибутами, необхідними для прийому їжі.

7. **Сьому** **групу** складають назви з таким компонентом, який позначає гарне і приємне слово, що викликає позитивні емоції у потенційних відвідувачів, та підкреслює, що представлений сервіс задовольнить їх бажання. Також, ці назви показують наскільки їжа у закладах харчування є якісною, корисною та смачною. У лексичних одиницях на позначення готелів відображається розкішність та вишуканість їх номерів:

Bonita – іспанське слово, що позначає «красивий, милий»;

Kingi – з маорійської мови перекладається як «король»;

Chuffed – «дуже задоволений»;

Yume – з японської «мрія, насолода»;

Cafe Cozy – «затишне, приємне кафе»;

Honey Café – «приємне, миле кафе»;

Luscious Café – «соковите, солодке кафе»;

That's Amore – з італійської «любов»;

Ki Maha – з маорійської мови «Ki» перекладається як «до, в, у напрямку» і вказує на рух до чогось, а «Maha» – як «бути задоволеним»;

Ramen Takara – з японської «скарб»;

Proper Pizza – «чудова, справжня піца»;

Paradise Restaurant – «райський ресторан»;

Wish Café – «кафе бажання»;

Lucky Kitchen – «щаслива, вдала кухня»;

Treasure Kitchen – «кухня зі скарбом»;

Fika With Me – з фінської мови «fika» означає зупинитися на мить, щоб сповільнитися і відчувати, що в житті є щось прекрасне;

Yaruki Japanese Restaurant – з японської «натхнення, бажання»;

Ichiban Japanese Restaurant – перекладається з японської мови як «номер один, перший, кращий»;

Chill and Grill – «chill» на сленгу означає «розслаблятися, відпочивати»;

Grand Millennium Auckland – «grand millennium» означає «розкішний золотий вік»;

Soul Bar & Bistro – кафе для задоволення душі;

The Good Luck Coconut – «кокос на добру вдачу»;

Kind Café and Eatery – «добре кафе»;

goodlife super food co – «супер їжа для гарного життя»;

The Grand by SkyCity – «grand» перекладається як «розкішний»;

Gourmet Burger and Brew Kitchen – «gourmet» означає вишуканий;

Majestic Tea Bar – Shore City – «majestic» це «величний»;

Emerald Inn on Takapuna Beach – «emerald» перекладається як «ізмрудний»;

The Golden Olive Restaurant & Pizzeria – «golden» це золотий;

Luxurious Bohemian Style Apartment in Britomart – «luxurious bohemian style» позначає «розкішний, богемний стиль»;

Gorgeous Seaview 2 Bedroom Apartment in Auckland – «gorgeous» перекладається як «розкішний»;

Onslow – це слово поєднує дві частини мови: «on» – прийменник «на», «slow» – прикметник «повільний». Тобто «у повільному темпі», у цьому ресторані можна відпочити від міської метушні;

New Flavour Restaurant – «ресторан нового смаку»;

Altura Coffee Company – «компанія кави високого рівня»;

Crowne Plaza Auckland – «королівський готель у Окленді з повним комплектом послуг»;

Imagine Beach Road – «imagine» перекладається як «уявити собі», тобто неможливо навіть уявити наскільки готель є вишуканим;

Alma – іспанське слово, що у перекладі означає «внутрішня сила, енергія, душа»;

SoulShine Café – «кафе душевного сяйва»;

Fortuna Buffet Restaurant – Фортуна це богиня вдачі;

Eat Drink Laugh – «їсти, пити та сміятися».

8. **Восьма група** пов'язана з любов'ю новозеландців до своєї рідної країни. Власні назви, що входять до цієї групи, відображають символи Нової Зеландії, її особливості, неповторний природний світ та підтверджують прихильність мешканців до країни:

Onemata – з маорійської мови означає «родючий ґрунт». Кухня ресторану базується на новозеландських стравах, рослинні інгредієнти для котрих вирощені в родючому місцевому ґрунті;

Te Kaahu – з мови маорі «яструб», оскільки він є національним символом. Ресторан розташований у аеропорту, тому яструб ще асоціюється з літаком;

Ahi. – з маорійської мови «вогонь, полум'я». Вогонь є дуже важливим символом для маорі, він позначає життєву силу та трансформацію;

Nikau Apartments Waiheke Island – «nikau» це маорійська назва для такого виду пальми, як ропалостиліс смачний. Це єдина пальма, яка є рідною для Нової Зеландії;

Homeland – «батьківщина, рідна країна», цей ресторан пропонує новозеландську їжу;

Kiwi Roast, Kiwi International Hotel, Airport Kiwi Hotel, Kiwi House Waiheke, Kiwi Fish & Chips and Chicken – «kiwi» є символічним словом у Новій Зеландії, позначає символ країни – птаха ківі, а також усе новозеландське;

Manuka Restaurant – «manuka» це чайне дерево, яке зростає у Новій Зеландії та Австралії і використовується для приготування чаю, а його квітки – для отримання корисного меду;

Our Land – «наша земля», у кафе подаються національна їжа та напої;

NZ Café – «NZ» позначає «New Zealand» (Нова Зеландія);

So/ Auckland – «дуже по-оклендськи», дизайни кімнат готелю виконані в національному стилі;

The Good Home Takanini – «гарна домівка у Таканіні», у цьому кафе готуються місцеві страви.

9. У дев'ятій групі представлені ергоніми, що містять у собі посилення на суспільство, а також людські відносини та спілкування:

The Public – «населення, народ»;

Due Amici – з італійської «два друга»;

The Hive – «вулик», позначає те, що у кафе завжди багато відвідувачів;

Hello Friends + Allies – «привіт друзі та союзники», ця назва позначає, що у кафе збираються близькі люди і гарно проводять час разом;

Let's Ketchup – гра слів «ketchup» (кетчуп) і фрази «let's catch up», що означає «давай поспілкуємось»;

Bestie Café – «bestie» перекладається як «найкращий друг», тобто це кафе, де зустрічаються друзі.

10. **Десята група** включає в себе дев'ять підгруп власних назв, компонентом яких є топонім і таким чином вони описують саме конкретне місце розташування ресторанів та готелів, наприклад вулицю, острів, пляж. Такі назви обираються з метою кращого запам'ятовування та орієнтування відвідувачів щодо місцезнаходження того чи іншого закладу:

1) **Акцент на розташуванні саме в місті Окленд:** *Grand Millennium Auckland, Barclay Suites Auckland, Pullman Auckland Airport Hotel, Auckland Rose Park Hotel, Heartland Hotel Auckland Airport, Four Points by Sheraton Auckland, Gorgeous Seaview 2 Bedroom Apartment in Auckland, CityLife Auckland, Sky City Auckland, Avani Auckland Metropolis Residences, The Lodge Bar & Dining Auckland, Akarana Eatery* («Akarana» з маорійської мови «Окленд»).

2) **Райони Окленду та його передмістя:** *Vino Orewa (Orewa suburb), The Brit (Britomart suburb), Ormiston café (Ormiston suburb), Tasca Newmarket (Newmarket suburb), Beach Café Maraetai (Maraetai Town), Café Botannix Takapuna (Takapuna suburb), The Landing Onehunga (Onehunga suburb), Proximity Apartments Manukau (Manukau Suburb), The Matakana Village Pub (Matakana Town), The Good Home Takanini (Takanini suburb), My Fried Chicken – Takapuna (Takapuna Suburb), Long Bay Surf Club (Long Bay Suburb), Buns and Rolls Takapuna (Takapuna Suburb), Waitakere Resort & Spa (Waitakere City), DoubleTree by Hilton Karaka (Karaka Town), Blue Elephant Thai Restaurant Parnell (Parnell Suburb), La Quinta by Wyndham Ellerslie (Ellerslie Suburb), Otahuhu Food City (Otahuhu suburb), Manha Hotel (Mangere Suburb), Sky Stars CBD Apartment (Central Business District), Marsden Viaduct Hotel (Viaduct Harbour Suburb), The Sebel Auckland Viaduct Harbour, Sushi Train Viaduct (Viaduct Harbour Suburb), Espresso Workshop Britomart (Britomart Suburb), Luxurious Bohemian Style Apartment in Britomart (Britomart Suburb).*

3) **Площі:** *Aotea House (від Aotea Square), Federal Square Café, Mighty Hotdog Chancery (Chancery Square).*

4) **Острови та півострови:** *Wai Kitchen (від Waiheke Island), Whangaparaoa Lodge (Whangaparaoa Peninsula), Waiheke Island Resort, Nikau Apartments Waiheke Island, Kiwi House Waiheke (Waiheke Island).*

5) **Пляжі, узбережжя та заливи:** *Kohi Beach (Kohimarama Beach), Café Hibiscus (Hibiscus Coast), Takapuna Beach Café (Takapuna Beach), Emerald inn on Takapuna Beach, Onetangi Beach Apartments, Cable Bay Views.*

6) **Вулиці та дороги:** *Citizen Q (Queen Street), Nelson Café (Nelson Street), Marua Road Café, Richmond Road Café, Kingston Street Café, Ponsonby Road Bistro, Jervois Steak House (Jervois Street), Potato Corner Queen Street, Mercure Auckland Queen Street, BurgerFuel Customs Street, Puriri Café and Eatery (Puriri Road), Waipuna Hotel & Conference Centre (Waipuna Road), Imagine Beach Road, Hill House Café (Hillsborough Road), The Quadrant Hotel and Suits (Waterloo Quadrant).*

7) **Позначає номер вулиці:** *Café 39, Twenty Three Café.*

8) **Залізничні станції:** *Swanson Station Café.*

9) **Торговельні центри:** *Burger Burger Eastridge (Eastridge Shopping Centre), Majestic Tea Bar – Shore City (Shore City Shopping Centre).*

11. **Одинадцята група** складається з трьох підгруп ергонімів. Ці словосполучки містять такі елементи як різноманітні імена та назви компаній, наприклад сюди можна віднести імена власників закладів, назви мереж готелів та імена історичних осіб:

1) **Імена власників закладів або їх шеф-кухарів:** *Sam's Chicken (курка Сема), Poderi Crisci (володіння Кріші), Nick's Café (кафе Ніка), Kane's Burger Club (Бургер клуб Кейна), Yoshizawa Japanese Restaurant (японський ресторан Йошизава), Barclay Suites Auckland (апартаменти Берклі у Окленді), Pullman Auckland Airport Hotel (оклендський готель Пуллмана біля аеропорту), L & G's Kitchen (кухня Ел енд Джі – ініціали), Ronnie's Café and Bakery (кафе та пекарня Ронні), Archie's Restaurant and Pizzeria (ресторан та піцерія Арчі), Sammy's Deli & Diner (кулінарія та ресторан Семмі), Tony's Steak & Seafood Restaurant & Bar (ресторан-бар стейків та морепродуктів від Тоні).*

2) **Назви мереж готелів:** *Horizon by SkyCity, The Grand by SkyCity, DoubleTree by Hilton Karaka, La Quinta by Wyndham Ellerslie, Nesuto Stadium Hotel and Apartments, Four Points by Sheraton Auckland, The Sebel Auckland Viaduct Harbour, Ramada Suites, Crowne Plaza Auckland, Avani Auckland Metropolis Residences.*

3) **Імена, які подобаються засновникам закладів особисто:** *Lola Café, Carmen Jones (назва фільму), Marsden Viaduct Hotel (на честь Семюеля Марсдена – священника, котрий сприяв розповсюдженню християнства у Новій Зеландії).*

12. **Дванадцята група** поєднує в собі власні назви різних рослин та кольорів. Чому ці заклади отримали саме такі назви інформації немає, але можливо вони є улюбленими для засновників цих закладів: *Cherry Café (вишня), Sunflower Café (соняшник), Manuka Restaurant (чайне дерево манука), La Rosa (роза), Tanpopo Ramen (яп. кульбаба), Ruby Red (рубіново-червоний), Mimosa Café (мімоза), Willow Café & Eatery (верба), Palm Café and Restaurant (пальма).*

13. **Тринадцята група** розповідає нам про назви, що відображають декор та інтер'єр закладів, дизайн ділянок навколо них, особливості їх побудови та послуг, які пропонуються:

The Conservatory – «теплиця, оранжерея». Це перший у світі «зелений бар», на стінах якого ростуть рослини;

Lawn Café – «кафе на лужку», цей заклад має майданчик з трав'яним покриттям, де розташовані столики;

The Terrace – «тераса, веранда», ресторан обладнаний терасою;

Chandelier Lounge – «бар першого класу з люстрою», посередині стелі цього ресторану висить велика люстра;

Whangaparaoa Lodge – готель у вигляді будиночків (lodges);

Grange Motel – «мотель-садиба», поруч з готелем висаджено багато квітів, рослин та дерев;

Blossoms Espresso Café – «blossoms» перекладається як «квіти». Столики цього ресторану оточені гарними квітучими рослинами;

The Garden Shed – «садова хатинка». Ресторан має таку назву, оскільки його інтер'єр прикрашений живими рослинами, а стільці та столики виготовлені з дерева;

Café Botannix Takapuna – «botanics» означає «ботаніка», інтер'єр кав'ярні виконаний у квітковому та рослинному дизайнах;

Pavilions Marina Apartments – «pavilions» у перекладі «павільйони, корпуси». Номери готелю побудовані у вигляді корпусів, павільйонів, які відділені один від одного;

Verandahs Parkside Lodge – готель складається з будиночків (lodges), кожний з яких має веранду (verandahs);

Kiwi House Waiheke, Hill House Café – готелі у вигляді заміських будинків або вілл;

Long Bay Surf Club – декор кав'ярні відображає атмосферу пляжного серф-клубу;

Airport Garden Inn Hotel – «garden inn» перекладається як «готель за містом з садом»;

Boatsheds on the Bay – будиночки готелю розташовані на набережній. Вони мають вигляд ангарів для човнів;

DoubleTree by Hilton Karaka – «double» означає, що готель складається з двох будівель, а поруч з ними є багато насаджень, що відображено у слові «tree», тобто «дерево»;

Aperitivo Balcony Bar & Kitchen – ресторан-бар знаходиться на балконі з гарним видом;

Lavender Hill Accommodation and Distillery – на території цього готелю є його власний винокурний завод;

Nesuto Stadium Hotel and Apartments – будівля готелю велика як стадіон;

Waipuna Hotel & Conference Centre – серед послуг готелю також пропонується конференц-зал;

Gorgeous Seaview 2 Bedroom Apartment in Auckland – готель, який має апартamenti з двома спальнями;

Red Shed Palazzo – «red shed» позначає «червона хатинка», оскільки інтер'єр кав'ярні виконаний у червоному кольорі;

Fortuna Buffet Restaurant – «buffet» це «страви для шведського столу»;

Sky City Auckland – «sky» перекладається як небо. Готель має багато поверхів, з яких відкривається панорамний вид на місто;

Sky Stars CBD Apartment – готель високий та має великі вікна на всю стіну, звідки можна побачити небо та зірки;

Mercure Auckland Queen Street – «Mercure» французькою мовою означає «Меркурій», це планета сірого кольору, як і інтер'єр готелю;

The Lodge Bar & Dining Auckland – «lodge» перекладається як «заміський будиночок» і ресторан має відповідний вигляд.

2.3. Функціональні характеристики ергонімів м. Окленд

Для створення функціональної класифікації ергонімів ми взяли за основу типологію, представлену у розділі 1.6. Вона визначає п'ять функцій, які виконують ці власні назви: називну, інформативну, меморіальну, рекламну та естетичну. Називна функція є найосновнішою серед них, оскільки усі власні імена без виключення позначають індивідуальні назви конкретних об'єктів. З цієї причини ми не будемо її виділяти у нашу типологію. Водночас, більшість ергонімів виконують декілька функцій, тому було виокремлено ще чотири комбіновані групи – інформативно-рекламну, інформативно-естетичну, інформативно-меморіальну та естетично-рекламну. Також, власних назв, які виконують лише рекламну функцію нами виявлено не було, тому і групи на їх позначення не створено. Загалом відібрані ергоніми ми розподілили на сім наступних груп:

1. **Естетично-рекламна.** Наступні ергоніми є приємними на слух, а також приваблюючими увагу споживачів: *The Hive, Chandelier Lounge, Fika*

With Me, Hello Friends + Allies, Eat Drink Laugh, Grand Millennium Auckland, Horizon by SkyCity, The Grand by SkyCity, Onemata, Anise, Bestie Café, Luscious Café, That's Amore, Let's Ketchup.

2. Інформативно-меморіальна. Ці словосполучення надають відвідувачу інформацію про особливості того чи іншого закладу і названі на честь їх засновників або історичних осіб: *Kane's Burger Club, Yoshizawa Japanese Restaurant, Barclay Suites Auckland, Marsden Viaduct Hotel, L & G's Kitchen, Ronnies Café and Bakery, Archie's restaurant and Pizzeria, Sammy's Deli & Diner, Pullman Auckland Airport Hotel, Tony's Steak & Seafood Restaurant & Bar, Sam's Chicken.*

3. Інформативно-естетична. Ергоніми цієї групи викликають у людей позитивні асоціації та підкреслюють специфічні властивості кафе, ресторанів та готелів: *Lucky Kitchen, Treasure Kitchen, Oakwood Manor, Café Hibiscus, Blossoms Espresso Café, Red Shed Palazzo, Fortuna Buffet Restaurant, The Garden Shed, BBQ King Restaurant, Chill and Grill, Sky City Auckland, Café Botannix Takapuna, Soul Bar & Bistro, Golden Shine BBQ Restaurant, Auckland Rose Park Hotel, Nikau Apartments Waiheke Island, Sky Stars CBD Apartment, Airport Garden Inn Hotel, Boatsheds on the Bay, Lavender Hill Accommodation and Distillery, Emerald inn on Takapuna Beach, The Golden Olive Restaurant & Pizzeria, Tempero, Ortolana, Paris Butter, Tanpopo Ramen, The Conservatory, Our Land, Bali Nights, Lawn Café, Safran Restaurant, Little Sicily.*

4. Інформативно-рекламна. Ця група є найбільш чисельною. Вона складається з власних назв, що описують певні особливості закладів харчування та готелів, наприклад їх розташування та асортимент страв або послуг. А також привертають увагу відвідувачів та підкреслюють переваги компаній: *Eastern Grill, East Restaurant, French Rendez-vous, So/ Auckland, Ramada Suites, Oyster and Chop, Takapuna Beach Café, Swanson Station Café, Chocolate Boutique Café, The Oyster Inn, Orbit 360° Dining, So French Café, The Yakitori House, Yaruki Japanese Restaurant, Ichiban Japanese Restaurant, El Sizzling Chorizo, Mozzarella & Co, The Shucker Brothers, Dragon Boat Restaurant,*

New Flavour Restaurant, Reign & Pour, Beach café Maraetai, Crown Range Lounge, BurgerFuel Customs Street, Mighty Hotdog Chancery, Altura Coffee Company, Sushi Train Chancery, Crowne Plaza Auckland, Kiwi International Hotel, Imagine Beach Road, The Dough Corner, Waiheke Island Resort, Onetangi Beach Apartments, The Good Home Takanini, Aperó Food and wine, Pinchos Restaurant & Pizzeria, bay Leaf and Beyond, My Fried Chicken – Takapuna, manis Bakery and Café, What-A-BBQ Smokehouse, Neptune Café & Bar, Harbourside Ocean Bar Grill, Long bay Surf Club, the Taste of China, goodlife super food co, Heartland Hotel Auckland Airport, Avani Auckland Metropolis Residences, DoubleTree by Hilton Karaka, Waitakere Resort & Spa, Mercure Auckland Queen Street, Depot Eatery & Oyster Bar, Blue Elephant Thai Restaurant Parnell, Gourmet Burger and Brew Kitchen, Majestic tea Bar – Shore City, La Quinta by Wyndham Ellerslie, Nesuto Stadium Hotel and Apartments, Nesuto Stadium Hotel and Apartments, Waipuna Hotel & Conference Centre, Khana Indian Cuisine on the Shore, Luxurious Bohemian Style Apartment in Britomart, Gorgeous Seaview 2 Bedroom Apartment in Auckland, The Olive Kitchen and Bar, Baduzzi, Lokanta, Vietflames, Berlinchen, GOAT, Yume, Manuka Restaurant, 3 Nutmegs, Tokyo Club, Te Kaahu, El Greco, Ramen Takara, Gusto Italiano, Harbour Society, Everest Dine, Proper Pizza, Tasca Newmarket, Two Spoons.

5. Інформативна. Наступні ергоніми відображають унікальність закладів, наприклад їхнє місцезнаходження, специфіку меню – на яких стравах спеціалізується ресторани і яку національну кухню вони пропонують, інтер'єр та затишну атмосферу: *The Terrace, Food Republic, Nelson Café, Sails Restaurant, Café 39, NZ Café, Citizen Q, Bodega Eatery, The Pantry, CityLife Auckland, Whangaparaoa Lodge, Manha Hotel, Grange Motel, Marua Road Café, Richmond Road Café, Kingston Street Café, Swanson Station Café, Ponsonby Road Bistro, Federal Square Café, Jervois Steak House, The Landing Onehunga, Neighbour Espresso Café, Burger Burger Eastridge, Espresso Workshop Britomart, Twenty Three Café, Maison Thai Restaurant, Hill House Café, Otahuhu Food City, Little Turkish Café, Pavilions Marina Apartments, Airport Kiwi Hotel, Auckland*

Harbor Suites, Verandahs Parkside Lodge, Kiwi House Waiheke, Proximity Apartments Manukau, Cable Bay Views, The Matakana Village Pub, Coast – Bites and Brews, Potato Corner Queen Street, Buns and Rolls Takapuna, Puriri Café & Eatery, Parkside Hotel & Apartments, Aperitivo Balcony Bar & Kitchen, The Quadrant Hotel and Suits, Mug 'n' Bowl Café & Eatery, Kiwi Fish & Chips and Chicken, The Lodge Bar & Dining Auckland, The Esplanade Hotel, Bar & Restaurant, The Olive Kitchen and Bar, Public, Onslow, Trivet, Akarana Eatery, Aotea House, Kiwi Roast, Wai Kitchen, Local Café, Espresso Workshop, FISH Restaurant, Vino Orewa, Mezze Bar, The Brit, Street Organics, Sushi Factory, Kohi Beach, Westie Bistro, Ormiston Café.

6. Естетична. Власні назви, що входять до цієї групи пов'язані з приємними та красивими предметами, гармонійно звучать і дарують теплі та радісні емоції: *Sunset Bar, Paradise Restaurant, Wish Café, Mimosa Café, Vanilla Café, Blue Breeze Inn, Ship & Anchor, Dusk and Dawn, Willow café & Eatery, The Good Luck Coconut, Kind Café & Eatery, Palm Café and Restaurant, Triniti of Silver Café, Seabreeze, Alma, Bonita, Appetite, Ahi., Kingi, Skybar, Crown, Homeland, Chuffed, Meadow, Cafe Cozy, Honey Café, SoulShine Café, Cherry Café, Sunflower Café, Ki Māha, La Rosa, Due Amici, Lola Café, Ruby Red.*

7. Меморіальна. Ця група є найменшою і містить такі словосполучення, що відображають імена власників закладів або назви фільмів: *Poderi Crisci, Nicks Café, Carmen Jones.*

Висновки до розділу 2

1. Окленд – найбільше за площею та населенням місто Нової Зеландії, яке вирізняється своєю економічною важливістю та етнічним різноманіттям. Тому у ньому розташовано велика кількість закладів, що представлені кафе, ресторанами, барами, готелями – 240 з них і стали матеріалом цього дослідження.

2. В першу чергу, ергоніми були проаналізовані за структурними особливостями – досліджені кількість компонентів та синтаксичні моделі, за

якими ці власні назви були створені. Однокомпонентні сполуки складають 25 слів, більше половини з яких є непохідними – тобто простішими для сприйняття. Сумарна кількість двокомпонентних онімів дорівнює 81 елементу, де найпоширенішою конструкцією є **N + N**. Трьохкомпонентні власні назви представлені 71 лексичною одиницею. Половина з яких створені також саме за іменниковою структурною моделлю: **N + N + N**. Чотирьохкомпонентні ергоніми складають 40 найменувань. У даному випадку найбільш характерними конструкціями є **N + N + Conj + N** та **N + N + N + N**. Багатокомпонентних сполук налічується 23 одиниці. Зазвичай кожна створена за окремою синтаксичною моделлю, але серед них було виділено три, які представлені по дві власні назви: **N + N + Conj + N + N**, **Art + N + N + Conj + N** та **N + N + N + Conj + N**.

Отже, для найменування закладів харчування та готелів найчастіше використовуються саме двокомпонентні ергоніми. На нашу думку, це полягає в тому, що такі словосполуки лаконічно та чітко передають сенс назви, а головне – не перевантажують її, тобто двокомпонентність це ніби золота середина. Крім цього, було відзначено, що серед синтаксичних конструкцій найбільше зустрічаються саме ті, що складаються з іменників, а іноді ще зі сполучників та артиклів.

3. Семантичні моделі ергонімів розглядалися нами зі сторони їх мотиваційних характеристик, інакше кажучи значень, вкладених у них, а також їх походження.

Оскільки Окленд є містом, де проживають багато різних національностей, то звісно це відображено у назвах його закладів. Більшість відібраних нами ергонімів створені англійською та маорійською мовами, оскільки вони є офіційними у цій державі, але ще було знайдено найменування такими мовами: італійською, іспанською, португальською, німецькою, японською, турецькою, французькою, фінською, індонезійською та індійською.

Класифікуючи ергоніми за мотиваційними ознаками ми виокремили тринадцять груп з наступною тематикою: 1) особливості місця розташування закладу та символи, пов'язані з ним; 2) основна страва з меню закладу харчування; 3) слова на позначення різноманітних приміщень; 4) специфіка меню закладів харчування, а також особливості подачі та походження страв; 5) національна кухня, яку пропонує той чи інший заклад харчування; 6) назви атрибутів, пов'язаних з кухнею та прийомом їжі; 7) назви з таким компонентом, який позначає гарне і приємне слово, що викликає позитивні емоції у потенційних відвідувачів, та підкреслює, що представлений сервіс задовольнить їх бажання; 8) любов новозеландців до своєї рідної країни, також символи Нової Зеландії, її особливості; 9) посилення на суспільство, а також людські відносини та спілкування; 10) власні назви, компонентом яких є топонім, вони описують саме конкретне місце розташування ресторанів та готелів; 11) словосполучення, що містять такі елементи, як різноманітні імена та назви компаній; 12) власні назви різних рослин та кольорів; 13) декор та інтер'єр закладів, дизайн ділянок навколо них, особливості їх побудови та послуг, які пропонуються.

Найбільшою є десята група, яка відображає місцезнаходження закладу. Також, у великій кількості представлені групи один, два та сім, які містять у назві символи, пов'язані з місцем розташування закладу, відображають основну страву з меню або приємно звучать. Усі ці назви допомагають відвідувачам краще орієнтуватися, заздалегідь ознайомлюватися з особливостями закладу, а також відчувати позитивні емоції.

4. Серед функцій, які виконують ергоніми можна виділити сім груп: 1) естетично-рекламна; 2) інформативно-меморіальна; 3) інформативно-естетична; 4) інформативно-рекламна; 5) інформативна; 6) естетична та 7) меморіальна. Найбільшою серед них є інформативно-рекламна, оскільки вона складається з власних назв, що описують певні особливості закладів харчування та готелів, а також привертають увагу відвідувачів та підкреслюють переваги компаній. Також, велику кількість власних назв у

своєму складі мають наступні групи: інформативна, естетична та інформативно-естетична. Щодо останніх двох можна зробити висновок, що дуже важливим для назви будь-якого закладу є забезпечення привабливості, яка створює у відвідувачів радісні та теплі відчуття.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Наше дослідження присвячено аналізу ергонімів міста Окленд, а саме назв ресторанів, кафе та готелів та вивченню їхніх характеристик у структурно-семантичному та функціональному планах.

Ергоніми, як і власні назви загалом, грають важливу роль в житті суспільства, оскільки відображають його пріоритети, традиції та цінності. Даючи назву своєму закладу, людина віддзеркалює у ній свої симпатії, характер, світогляд та погляди. Таким чином, аналізуючи ці власні назви можна прослідити менталітет та спільні інтереси жителів певного міста або країни.

Крім культурної важливості, ергоніми як частина власних назв складають унікальну частину мовознавства завдяки своїм особливостям: вони залежать від зовнішніх факторів, постійно змінюються під впливом моди, а також представлені багатою різноманітністю у формі та значенні.

Виконавши аналіз структури, семантики та функцій відібраних нами 240 ергонімів, ми виокремили певні закономірності у кожній з цих сфер:

1. За кількістю компонентів було знайдено назви, що створюються з одного до семи складників. Найбільш представленою групою є двокомпонентні сполуки – їх налічується 81 лексична одиниця, також достатньо багато і трьохкомпонентних сполук (71 назва). Це можна пояснити тим, що така кількість елементів є гармонічною, компонентів і не занадто мало, і не занадто багато. Якщо казати про використані синтаксичні моделі, то серед усіх назв простежується побудова саме іменниками. Можливо це пояснюється їх гнучкістю, чіткістю та легкістю для сприйняття саме цих частин мови.

2. При дослідженні походження відібраних ергонімів, нами було встановлено, що звичайно найбільш представленими є власні назви англійською та маорійською мовами. Але, крім них, ще були використані італійська, іспанська, португальська, німецька, японська, турецька, французька, фінська, індонезійська та індійська мови. Окленд є

мультинаціональним містом, що звичайно і простежується у назвах його закладів.

Крім цього, досягненням нашої роботи є класифікація ергонімів за мотиваційними характеристиками, де ми створили тринадцять груп, які відтворюють значення, покладені у них. Найчисельнішою виявилася група, що поєднує у собі власні назви, компонентом яких є топонім. Вони описують саме конкретне місце розташування ресторанів та готелів – вулицю, площу, острови, райони, пляжі. Такі назви обираються з метою кращого запам'ятовування та орієнтування відвідувачів щодо місцезнаходження того чи іншого закладу.

3. Для чого саме призначена та чи інша власна назва можна прослідкувати за допомогою функцій, які вони виконують у міському мовному середовищі. Відібрані ергоніми мають називну, меморіальну, інформативну, естетичну та рекламну функції, багато з них виконують одразу декілька: естетично-рекламну, інформативно-естетичну, інформативно-рекламну та інформативно-меморіальну. Найбільшою з них є інформативно-рекламна група, яка описує специфіку закладів, а також підкреслює їх переваги.

Перспективи цієї роботи полягають у більш ширшому охопленні ергонімікону міста для його аналізу, а також дослідження цього класу онімів за допомогою інших характеристик та класифікацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабух Н. Ергоніми як об'єкт наукового дослідження. *Актуальні питання суспільно-гуманітарних наук та історії медицини*. Чернівці, 2022. С. 87–89.
2. Белей О. О. Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської області) : автореф. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Львів, 2000. 17 с.
3. Бобчинець Л. І. Словогра в іспанських і українських ергонімах: способи творення та функції. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія : Філологія*. 2021. Т. 24, № 2. С. 9-16.
4. Бучко Д. Г., Ткачова Н. В. Словник української ономастичної термінології. Харків : Ранок-НТ, 2012. 255 с.
5. Вендіна Т. І. Введення в мовознавство : навч. посібник. 2018. URL: https://stud.com.ua/122927/literatura/vvedennya_v_movoznavstvo (Дата звер-нення: 30.10.2024).
6. Вербич С. О. Сучасна українська онімна лексика: функціональний аспект. *Вісник Національної академії наук України*. 2008. № 5. С. 54-60.
7. Волчанська Г. В., Вільховецька Н. І. Ергоніми міста Кропивницького. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 27(1). С. 51–58.
8. Герман Л. В., Руденко С. М. Звіт про науково-дослідну роботу "Ономастикон України та зарубіжних країн: Соціолінгвістичний, структурно-сегментичний та компаративний аспекти" (остаточний). Харків : ДБТУ, 2023. 82 с.
9. Герман Л. В., Шастало В. О. Онімізація як один із шляхів продукування годонімів та ергонімів. *Мова і культура*. Київ, 2020. Том 22. С. 123-128.
10. Горожанов Ю. Ю. Ергоніми міста Луцька: структурно-семантичний аналіз. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2013. Вип. 9. С. 134–139.
11. Греков В. О. Роль ономастики у навчанні та вдосконаленні навиків перекладу. *Молодий вчений*. 2018. № 9 (61). С. 94-100.

12. Дідур Ю. І. Походження та семантичне навантаження терміна «ергонім». *Записки з ономастики*. 2018. Вип. 21. С. 85-102.
13. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики : поняття і терміни. Донецьк : ДонНУ, 2012. 402 с.
14. Зимовець Г. В. Структурно-семантичні особливості ергонімів України. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство»*. № 11. 2009. Вип. 15. Т. 3. С. 28–33.
15. Зубко А. Українська ономастика: здобутки і проблеми. *Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики*. 2007. № 15. С. 262.
16. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика. Посібник. Одеса : Фенікс. 2010. 158 с.
17. Карпенко О. Ю. Проблематика когнітивної ономастики : монографія. Одеса : Астропринт, 2006. 377 с.
18. Карпенко Ю. О. Власні назви. *Українська мова : Енциклопедія* / Русанівський В.М., Тараненко О.О. та ін. Київ, 2007. С. 84.
19. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Київ : Видавничий центр "Академія", 2001. 368 с.
20. Кравченко Л. О. Українська ономастика: антропоніміка : навч. посіб. Київ : Знання, 2014. 239 с.
21. Курушина М. А. Назви музичних гуртів: розмаїтість підходів до термінопозначень в українській та зарубіжній ономастиці. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Історія України. Українознавство: історичні та філософські науки*. Харків, 2014. № 1138, Вип. 19. С. 111–115.
22. Кутуза Н. В. Специфічність значення ергонімів як різновиду власних назв. URL: <https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7a582bc7-c4fe-4608-8a20-bd8494df9506/content> (Дата звернення: 30.10.2024).

23. Левочкіна С. В. Лінгвокогнітивні аспекти онімів у художньому тексті в жанрі фентезі (на матеріалі творів Урсули Ле Гуїн): дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2018. 205 с.
24. Лесовець Н. М. Мотиваційні ознаки номінації ергонімів м. Луганська. *Східнослов'янська філологія*. Горлівка, 2006. Вип. 8. С. 136–144.
25. Мартос С. Структурно-семантична характеристика емпоронімів м. Херсона. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Лінгвістика*. 2015. Вип. 22. С. 98-102.
26. Масенко Л. Т. Власні назви (оніми). *Енциклопедія Сучасної України* / І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2005.
27. Насакіна, С. В. Структура та функціональне навантаження власних назв у рекламних текстах фармацевтичних препаратів : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15. Одеса, 2014. 207 с.
28. Нова Зеландія високорозвинена країна в Океанії. URL: <https://dovidka.biz.ua/nova-zelandiia-vysokorozvynena-kraina-v-okeanii> (Дата звернення: 30.10.2024).
29. Піць А. Лінгвістичний аналіз ергонімів міста Тернополя. *Актуальні питання сучасної філології і журналістики : матеріали Всеукраїнської студентської наукової інтернет-конференції (19 квітня 2023)*. Тернопіль, 2023. С. 158-166.
30. Позніхиренко, Ю. І. Ергонімія: завдання та функції ергонімів. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. № 14, т. 1. С. 296-300.
31. Позніхиренко Ю. І. Місце ергоніма у понятійно-термінологічному апараті сучасної ономастики. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2013. Вип. 11. С. 273-276.
32. Селіванова О. О. Ергонімікон міста Черкаси: когнітивний аспект. *Записки з ономастики*. Одеса : Астропринт, 2010. Вип. 14. С. 171–179.
33. Скорук І. Д. Курсова та дипломна роботи з ономастики : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Луцьк : Вежа-Друк, 2014. 296 с.

34. Титаренко А. А. Структурно-семантичні особливості фірмонімів Кривого Рогу. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2012. Вип. 7(2). С. 72-82.
35. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови. Хмельницький : Авіст, 2008. 550 с.
36. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови. Ч. 2: Функціонування власних назв : монографія / М. М. Торчинський. – Хмельницький : ХНУ, 2009. – 394 с.
37. Цілина М. М. Ергоніми м. Києва: структура, семантика, функціонування : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2006. 243 с.
38. Шестакова С. О. До питання про стратифікацію сучасного онімного простору. *Типологія та функції мовних одиниць*. 2015. Вип. 3.
39. Шестакова С. Мотивація сучасних українських фітонімів // *Українська мова*. 2010. № 2. С. 44-49.
40. Auckland is New Zealand's commercial hub. URL: <https://www.livework.immigration.govt.nz/choose-new-zealand/regions-cities/auckland> (Дата звернення: 30.10.2024).
41. Chulakova Z. U., Zhuravleva Y. A., Samsenova G. S. Linguistic and Extralinguistic Factors of Brand Name Formation in Kazakhstan. *Theory and Practice in Language Studies*. 2024. Vol. 14. № 3. P. 658-665.
42. Denisov O. I. Six English-speaking countries. Kharkiv : Constanta, 2007. 304 p.
43. Ellis M. Capitalization Rules and Examples. 2024. URL: <https://www.grammarly.com/blog/punctuation-capitalization/capitalization-rules/> (Дата звернення: 30.10.2024)
44. Felecan O., Bugheșiu A. Onomastics in Contemporary Public Space. Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishing, 2013.
45. Gardiner A. The theory of proper names : a controversial essay. London : Oxford University Press. 154. 68 p.

46. Gryshkova R. O. Linguistic and Cultural Aspects of Anglophone ergonyms in Canada. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. 2022. Том 33 (72). № 2. Ч. I. С. 121–126.
47. Gryshkova R. O. Tendencies of creating anglophone ergonyms in modern english-speaking world. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика*. 2023. Том 34 (73), № 1. Ч. I. С. 141–145.
48. Huddleston R., Pullum G. *The Cambridge Grammar of the English Language*. Cambridge, New York : Cambridge University Press, 2002. 1842 p.
49. Karpenko O., Neklesova V. *A Dictionary of Ukrainian Onomastic Terminology*. Sumy : University Book, 2024. 150 p.
50. Klassen K. Proper name theory and implications for second language reading. *Language teaching*. 2021. Vol. 55. № 2. P. 149–155.
51. Leech G. *A Glossary of English Grammar*. Edinburgh : Edinburgh University Press, 1996. 133 p.
52. List of Auckland cafes and restaurants. URL: <https://www.tripadvisor.com/FindRestaurants?geo=1811027&broadened=true> (Last accessed: 30.10.2024).
53. List of Auckland hotels. URL: https://www.tripadvisor.com/Hotels-g1811027-Auckland_North_Island-Hotels.html (Last accessed: 30.10.2024).
54. Mignot É., Manon P. Introduction: Proper names and the lexicon – an exposition. *Lexis*. 2022. Vol. 20.
55. Pošeiko S. Ergonyms of Educational and Cultural spheres in two of Baltic States cities. *Journal of Education Culture and Society*. 2014. Vol. 5. № 1. P. 299–311.
56. Riccardi N., Desai R.H., Tadimeti U. Proper and common names in the semantic system. *Brain Structure and Function*. 2023. Vol. 228. P. 239–254.
57. Sjöblom P. Commercial names and unestablished terminology. *Names in daily life. Proceedings of the XXIV International Congress of Onomastic Sciences*. Barcelona, 2014. S. 1. P. 92–98.

58. Valentine T., Brennen T., & Brédart S. *The cognitive psychology of proper names*. London, New York : Routledge, 1996.
59. Völkel S. Named entities, naming practices, and their meanings – linguistic types and cultural contexts. *International Journal of Language and Culture*. 2024. Vol. 10. P. 151–175.
60. Vowles J., Blyth C. A., Dalziel R., Sinclair K., Moran W. and Oliver W. H. New Zealand. *Encyclopedia Britannica*. 2024. URL: <https://www.britannica.com/place/New-Zealand>. (Last accessed: 30.10.2024).

Додаток А**Назви кафе, ресторанів і готелів у місті Окленд****➤ Однокомпонентні ергоніми:**

1. Seabreeze
2. Baduzzi
3. Alma
4. Lokanta
5. Vietflames
6. Tempero
7. Bonita
8. Onemata
9. Appetite
10. Berlinchen
11. Ahi.
12. Kingi
13. Skybar
14. GOAT
15. Crown
16. Public
17. Homeland
18. Onslow
19. Ortolana
20. Chuffed
21. Crop
22. Meadow
23. Trivet
24. Anise
25. Yume

➤ Двокомпонентні ергоніми:

1. 3 Nutmegs
2. Akarana Eatery
3. Aotea House
4. Bali Nights
5. Bestie Café
6. Bodega Eatery
7. Café 39
8. Cafe Cozy
9. Café Hibiscus
10. Carmen Jones
11. Chandelier Lounge
12. Cherry Café
13. Citizen Q
14. CityLife Auckland
15. Due Amici
16. East Restaurant
17. Eastern Grill
18. El Greco
19. Espresso Workshop
20. Everest Dine
21. FISH Restaurant
22. Food Republic
23. French Rendez-vous
24. Grange Motel
25. Gusto Italiano
26. Harbour Society
27. Honey Café
28. Ki Māha

29. Kiwi Roast
30. Kohi Beach
31. La Rosa
32. Lawn Cafe
33. Let's Ketchup
34. Little Sicily
35. Local Café
36. Lola Café
37. Lucky Kitchen
38. Luscious Café
39. Manha Hotel
40. Manuka Restaurant
41. Mezze Bar
42. Mimosa Cafe
43. Nelson Café
44. Nicks Café
45. NZ Café
46. Oakwood Manor
47. Ormiston Café
48. Our Land
49. Paradise Restaurant
50. Paris Butter
51. Poderi Crisci
52. Proper Pizza
53. Ramada Suites
54. Ramen Takara
55. Ruby Red
56. Safran Restaurant
57. Sails Restaurant
58. Sam's Chicken

59. So/ Auckland
 60. SoulShine Café
 61. Street Organics
 62. Sunflower Café
 63. Sunset Bar
 64. Sushi Factory
 65. Tanpopo Ramen
 66. Tasca Newmarket
 67. Te Kaahu
 68. That's Amore
 69. The Brit
 70. The Conservatory
 71. The Hive
 72. The Pantry
 73. The Terrace
 74. Tokyo Club
 75. Treasure Kitchen
 76. Two Spoons
 77. Vanilla Café
 78. Vino Orewa
 79. Wai Kitchen
 80. Westie Bistro
 81. Whangaparaoa Lodge
 82. Wish Café
- Трьохкомпонентні ергоніми:
1. Oyster and Chop
 2. Takapuna Beach Café
 3. Marua Road Café
 4. Richmond Road Café
 5. Fika With Me

6. Blossoms Espresso Café
7. Kingston Street Café
8. Swanson Station Café
9. Hello Friends + Allies
10. Chocolate Boutique Café
11. The Oyster Inn
12. Orbit 360° Dining
13. Red Shed Palazzo
14. So French Café
15. The Yakitori House
16. Ponsonby Road Bistro
17. Yaruki Japanese Restaurant
18. Fortuna Buffet Restaurant
19. Blue Breeze Inn
20. Ichiban Japanese Restaurant
21. Federal Square Café
22. Jervois Steak House
23. El Sizzling Chorizo
24. Mozzarella & Co
25. Celine Mediterranean Cuisine
26. The Shucker Brothers
27. Dragon Boat Restaurant
28. New Flavour Restaurant
29. The Landing Onehunga
30. The Garden Shed
31. Reign & Pour
32. Eat Drink Laugh
33. Beach Café Maraetai
34. Neighbour Espresso Café
35. Burger Burger Eastridge

36. Kane's Burger Club
37. BBQ King Restaurant
38. Crown Range Lounge
39. BurgerFuel Customs Street
40. Mighty Hotdog Chancery
41. Espresso Workshop Britomart
42. Altura Coffee Company
43. Twenty Three Café
44. Chill and Grill
45. Sky City Auckland
46. Maison Thai Restaurant
47. Hill House Café
48. Sushi Train Viaduct
49. Otahuhu Food City
50. Yoshizawa Japanese Restaurant
51. Ship & Anchor
52. Café Botannix Takapuna
53. Grand Millennium Auckland
54. Crowne Plaza Auckland
55. Kiwi International Hotel
56. Imagine Beach Road
57. Horizon by SkyCity
58. The Dough Corner
59. Little Turkish Café
60. Waiheke Island Resort
61. Pavilions Marina Apartments
62. Dusk and Dawn
63. Airport Kiwi Hotel
64. Auckland Harbor Suites
65. Verandahs Parkside Lodge

66. Barclay Suits Auckland
67. Marsden Viaduct Hotel
68. Onetangi Beach Apartments
69. Kiwi House Waiheke
70. Proximity Apartments Manukau
71. Cable Bay Views
- Чотирьохкомпонентні ергоніми:
 1. Airport Garden Inn Hotel
 2. Aperio Food and Wine
 3. Archie's Restaurant and Pizzeria
 4. Auckland Rose Park Hotel
 5. Avani Auckland Metropolis Residences
 6. Bay Leaf and Beyond
 7. Boatsheds on the Bay
 8. Buns and Rolls Takapuna
 9. Coast – Bites and Brews
 10. DoubleTree by Hilton Karaka
 11. Golden Shine BBQ Restaurant
 12. goodlife super food co
 13. Harbourside Ocean Bar Grill
 14. Heartland Hotel Auckland Airport
 15. Kind Café & Eatery
 16. L & G's Kitchen
 17. Long Bay Surf Club
 18. Manis Bakery and Café
 19. Mercure Auckland Queen Street
 20. My Fried Chicken – Takapuna
 21. Neptune Café & Bar
 22. Nikau Apartments Waiheke Island
 23. Palm Café and Restaurant

24. Parkside Hotel & Apartments
 25. Pinchos Restaurant & Pizzeria
 26. Potato Corner Queen Street
 27. Pullman Auckland Airport Hotel
 28. Puriri Café & Eatery
 29. Ronnie's Café and Bakery
 30. Sammy's Deli & Diner
 31. Sky Stars CBD Apartment
 32. Soul Bar & Bistro
 33. The Good Home Takanini
 34. The Good Luck Coconut
 35. The Grand by SkyCity
 36. The Matakana Village Pub
 37. The Taste of China
 38. Trinité of Silver Café
 39. Waitakere Resort & Spa
 40. What-A-BBQ Smokehouse
 41. Willow Café & Eatery
- П'ятикомпонентних власних назв
1. Aperitivo Balcony Bar & Kitchen
 2. Blue Elephant Thai Restaurant Parnell
 3. Depot Eatery & Oyster Bar
 4. Emerald Inn on Takapuna Beach
 5. Gorumet Burger and Bew Kitchen
 6. La Quinta by Wyndham Ellerslie
 7. Lavender Hill Accommodation and Distillery
 8. Majestic Tea Bar – Shore City
 9. Nesuto Stadium Hotel and Apartments
 10. The Olive Kitchen and Bar
 11. The Quadrant Hotel and Suits

12. The Sebel Auckland Viaduct Harbour
13. Urban Vibes Bar & Restaurant
14. Waipuna Hotel & Conference Centre

➤ Шестикомпонентні ергоніми:

1. Khana Indian Cuisine on The Shore
2. Kiwi Fish & Chips and Chicken
3. Luxurious Bohemian Style Apartment in Britomart
4. Mug 'n' Bowl Café & Eatery
5. The Esplanade Hotel, Bar & Restaurant
6. The Golden Olive Restaurant & Pizzeria
7. The Lodge Bar & Dining Auckland

➤ Семикомпонентні ергоніми:

1. Gorgeous Seaview 2 Bedroom Apartment in Auckland
2. Tony's Steak & Seafood Restaurant & Bar

SUMMARY
of the MA thesis «Structural, Semantic and Functional Peculiarities of
Ergonyms of Auckland»
(Kharkiv 2024)
written by Yullia Zinkoieva
(research advisor – associated professor V. O. Shastalo)

Our thesis is devoted to the analysis of ergonyms of Auckland, especially the names of restaurants, cafes and hotels and the investigation of their characteristics in the structural-semantic and functional aspects.

The **relevance** of our research lies in the fact that the study of the proper names of various institutions in Auckland allows us to outline the reflection of social values, local culture and history of the people. In addition, New Zealand, being geographically distant from other countries, attracts special interest as a unique space which combines national traditions and global trends.

The **object-matter** of the study is the ergonyms denoting catering establishments and hotels in Auckland, which is located in New Zealand.

The **subject-matter** of the study is the analysis of the specific structural, semantic and functional features of Auckland ergonyms.

The **aim** of the study is to identify distinctive features and patterns in the creation of structural and semantic models of ergonyms, as well as elements of their functional roles.

In order to achieve this aim, it is necessary to fulfill the following **objectives**:

- to analyze literary sources related to the topic of the thesis;
- to study the theoretical foundations that consist in considering the definition of the term “proper name” and “ergonym” as its component, as well as their classifications and places in the field of linguistics;
- to create a selection of ergonyms, which includes the names of cafes, restaurants and hotels;

- to divide the collected ergonyms into groups according to the number of components, but also to identify typical syntactic models of proper names formation and to single out the most productive ones;
- to investigate the origin and lexical meaning of proper names and identify which units are most often used in them and how the terms reflect social and cultural aspects in Auckland;
- to consider the main communicative functions of ergonyms in the city environment.

The **set of data** of our study is 240 ergonyms of Auckland selected from Internet sources, which include 192 names of cafes, restaurants and bars and 48 names of hotels.

During the research we used the following **methods**: method of analysis of scientific sources; method of continuous sampling; methods of structural, semantic, functional, comparative and quantitative analysis; as well as the descriptive and analytical methods.

The **novelty** of the research involves, firstly, an original analysis that focuses on the characteristics of ergonyms from three perspectives at the same time: their structure, meaning and functions. Secondly, the works related to the study of New Zealand's peculiarities are insufficient in comparison with other English-speaking countries. Thirdly, the achievement of our work consists in the creation of new and improved semantic groups of ergonyms that focus on their main meanings.

The **applied value** of the study lies in its value for such sciences as linguistics, cultural studies, sociolinguistics and marketing. Also, the results of this research may be interesting in the process of teaching and studying such subjects as “Linguistic and Cultural Studies” and “Lexicology”. In addition, the study will be useful for developing strategies for naming new institutions, since it can help to understand which types of names are more effective in terms of associations and emotions.

The **structural parts** of the MA thesis are the introduction, two chapters with conclusions, general conclusions, the bibliography list (60 sources) and the list of

used words. The total number of pages of the research is 85, and the main part of it consists of 71 pages. The list of used scientific sources includes 60 items.

The **first chapter** includes the definition of the terms “proper name” and “ergonym”, the selection of their features, as well as the analysis and comparison of different views on the classification of proper names.

The **second chapter** is represented by a study of 240 Auckland ergonyms according to their structure, semantic meaning, and functions. The structural particularities are analyzed by the number of their components and the syntactic models that were used to create these proper names. We have considered the semantic structures of ergonyms from the side of the meanings put into them, along with the origin of these names. The functional roles that ergonyms play in the context of the city were also identified and analyzed in relation to their influence on the perception of the names by visitors.

The **results** of the study are presented in an article included in the collection of students' scientific works of the School of Foreign Languages.