

**ФАРМАЦІОНІМИ М. ЧЕРНІВЦІ  
(СЕМАНТИКО-МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ)****Надія БАБУХ, Ярослав РЕДЬКВА**

ВДНЗ України “Буковинський державний медичний університет”, Чернівці (Україна); Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці (Україна), skoromovk@gmail.com; y.redkva@chnu.edu.ua

**PHARMACONYMS OF CHERNIVTSI CITY  
(SEMANTIC-MOTIVATION ASPECT)****Nadiia BABUKH, Yaroslav REDKVA**

Higher State Educational Establishment of Ukraine “Bucovinian State Medical University”, Chernivtsi (Ukraine); Chernivtsi National University named after Yuriy Fed'kovych, Chernivtsi (Ukraine), ORCID ID: 0000-0001-9003-8958; ORCID ID: 0000-0002-5452-418X

**Надежда Бабух, Ярослав Редьква. Фармационы г. Черновцы (семантико-мотивационный аспект).** В статье рассмотрены семантико-мотивационные особенности фармационов, предпринята попытка классификации аптечных названий г. Черновцы. **Актуальность** исследования обусловлена необходимостью исследования названий аптек Черновцов как важной составляющей эргонимии в ономастической картине города. **Методы исследования** обусловлены его целями и задачами. В работе использованы следующие методы: описательный, аналитический, семантико-мотивационный, компонентного анализа, классификации, элементы статистического и метода количественных подсчетов. **Научная новизна** работы заключается в том, что впервые проанализированы названия аптек г. Черновцы в составе эргонимической картины города с точки зрения семантики, мотивации, структуры, наблюдения языковых норм на современном хронологическом срезе. **Выводы.** Определены 8 основных семантико-мотивационных групп фармационов, названия аптек проанализированы с точки зрения специфики их формирования и функционирования, семантического анализа, систематизации, мотивации, номинации, наблюдения языковых норм.

**Ключевые слова:** названия аптек, фармационим, эргоним, эргонимия, ономастика, языкознание, украинский язык, Черновцы.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими завданнями.** Останнім часом спостерігається посилення зацікавленість дослідників пропріальної лексики новим класом онімів – ергонімами (назвами об'єктів господарювання людини), а також дослідженням особливостей їх виникнення та функціонування. Фармаціоніми як один із підкласів ергонімів складають важливу й малодосліджену в Україні групу номенів на позначення назв аптечних закладів. Хочемо наголосити на тому, що цей підклас ергонімів і досі не має свого задовільного опрацювання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням різноаспектного аналізу ергонімів приділяла увагу низка вітчизняних науковців, які досліджували цю групу власних назв переважно в ареальному аспекті: О.О. Белей (Закарпаття), Ю.І. Дідур (зіставний аналіз ергонімів великих міст у різних країнах), Н.В. Кугуза (Одеса), Н.М. Лесовець (Луганськ), О.М. Сидоренко (Донеччина), М.М. Цілина (Київ), В. Пачева, С. Тодоров (Мелітополь), Ю. Горожанов (Луцьк), С. Шестакова (Київ, Львів, Полтава, Суми, Харків), Ю.М. Деремнда (Тернопіль), О.А. Мельник (Вінничина), О.А. Титаренко (Кривий Ріг). Натомість вивченню особливостей власних назв аптек – як окремого підкласу ергонімів – приділено, на нашу думку, мало уваги: їх переважно розглядали як ілюстративний матеріал поряд з іншими підкласами ергонімів.

**Об'єктом** наукового вивчення у запропонованій статті є сучасні українські назви аптечних закладів міста

Чернівці.

**Предмет дослідження** становлять основні семантико-мотиваційні типи цього класу онімів.

**Мета статті** – з'ясувати та схарактеризувати семантико-мотиваційні особливості назв аптек м. Чернівці; визначити тенденції та комунікативні стратегії називання аптечних закладів міста; проаналізувати дотримання мовних норм у назвах та особливості структури такого типу назв.

**Актуальність наукової розвідки** обумовлена необхідністю дослідження назв аптек Чернівців як важливої складової ергонімії в усьому ономастиконі міста. Очевидною є необхідність дослідження цієї групи власних назв з точки зору специфіки їх формування та функціонування, семантичного аналізу, граматичної структури, систематизації, мотивації, номінації, дотримання мовних норм.

**Матеріали та методи дослідження.** Джерельною базою нашої наукової студії, як було заявлено, слугують назви аптечних закладів Чернівців, а це близько 100 одиниць, зібраних за принципом репрезентативної (суцільної) вибірки із телефонних довідників, рекламних буклетів, електронних ресурсів, періодичних видань, а також експедиційним шляхом упродовж 2019-2020 рр. При підході до аналізу матеріалу ми послуговувалися такими **науковими методами:** описовий, аналітичний, семантико-мотиваційний, компонентного аналізу, класифікації, залучали елементи статистичного та методу кількісних підрахунків.

**Наукова новизна** роботи полягає в тому, що нами вперше проаналізовано назви аптек м. Чернівці як важливого складника ергонімії картини міста з погляду семантики, мотивації, структури, дотримання мовних норм на сучасному хронологічному зрізі.

**Виклад основного матеріалу.** В останньому десятилітті спостерігається значний інтерес до вивчення ергонімії, що є логічно вмотивовано, оскільки з 90-их років цей пласт ономастики досить збагатився і зазнає постійних перетворень. Розвиток ринкової економіки, реклами – як її рушія – наклали суттєвий відбиток на систему формування назв цього класу порівняно із номенклатурними назвами колишнього Радянського Союзу, де аптеки одні від інших відрізнялися хіба що за порядковим номером.

Первинно термін *ергонім*, запроваджений Н. Подольською, набув тлумачення як “назва ділового об’єднання людей, зокрема спілки, організації, закладу, корпорації, підприємства тощо”<sup>1</sup>, а за визначенням Ю. Карпенка<sup>2</sup>, ця група лексики охоплює назви організацій, виробничих та суспільних об’єднань – від партій, товариств, заводів, навчальних закладів до кінотеатрів, кооперативів, магазинів, фірм тощо. Змістовна наповненість представленої дефініції постійно розширюється завдяки все більш ретельному різноаспектному вивченню цих номінативних одиниць, хоча й досі мають місце певні розбіжності науковців у тлумаченні цього ономастичного поняття. Ми ж погоджуємося із твердженням, за яким *ергонім* – це термін, яким послуговуються ономасти на позначення назв суб’єктів господарської діяльності.

Щодо дослідження саме назв аптек, то в Україні цей клас ергонімів як окремий об’єкт аналізу належним чином ще не привертав уваги дослідників онімної лексики. З-поміж розвідок із цієї тематики можна назвати дослідницю О.М. Сидоренко, яка у своїй роботі розглянула особливості назвотворення аптек міста Києва та Київської області поряд із назвами об’єктів надання медичних послуг<sup>3</sup>. Натомість за кордоном, зокрема у Польщі, дослідження фармаціонімів представлені значно ширше: проаналізовано назви аптек багатьох міст (Кракова, Познані, Жешува, Любліна). Це, зокрема, праці польських ономастів: Марти Пабісь<sup>4</sup>, Малгожати Руткевич<sup>5</sup>, Катажини Вось<sup>6</sup>, Анни Чаплі, Агнешки Кутули<sup>7</sup>, в багатьох із яких аналіз цих назв представлено в історичному та ретроспективному аспектах.

Стосовно ж назв аптек, як підкласу ергонімів, то тут нам імпонує визначення М.М. Торчинського, яке зводиться до того, що “*фармаціоніми* – назви примі-

щень фармацевтичних установ, зокрема аптек (пор. “[< грец. *pharmakeia* < *pharmakon* – ліки] – науково-практична галузь, що розробляє питання одержання, вивчення, зберігання, виготовлення та реалізації лікарських засобів”), а засобом диференціації фармаціонімів може бути їхній порядковий номер або ж додаткова характеристика: *Аптека № 1, Вільковецька районна аптека № 1 “Фармаленд”*<sup>8</sup>.

Отож, зважаючи на характер зібраного нами матеріалу, нижче подаємо наступний принцип класифікації фармаціонімів Чернівців. Вважаємо за доцільне поділити наявний у нашому розпорядженні пропріальний матеріал на 8 основних семантико-мотиваційних груп, як от:

Назви топографічні, локалізуючі.

Назви, утворені від апелювативів і пропріативів, що належать до семантичного поля фармації та медицини.

Назви, що викликають позитивні конотації.

Назви, утворені від власних імен та прізвищ власників, їхніх родин, близьких людей або ж засновників (т.зв. відантропонімі).

Назви, похідні від власних імен міфологічних, легендарних, біблійних чи історичних постатей, найчастіше пов’язаних із медициною або фармацією (т.зв. відміфотеонімі).

Назви з прозорою семантикою, які неможливо віднести до вищезазначених груп.

Іншомовні фармаціоніми.

Назви непрозорого походження та спонтанної мотивації.

На початку характеристики покласифікованого матеріалу треба зазначити, що складові елементи цих груп активно використовувались при творенні аптечних назв, хоча і з різним ступенем продуктивності.

**1. Назви топографічні, локалізуючі.** Тут маємо 9 назв, що складає 10,35% від загальної кількості матеріалу:

- основною локаційною семою є назва регіону – Буковина: “*Буковина-нафта Данко*”, “*Гармонія Центр Буковини*”, “*Центр-Буковина*”, *Обласне комунальне підприємство “Буковина-фарм”*;
- району міста – Садгора: “*Садгора*”, *Аптечна мережа “Садгор”*;
- вулиці розташування аптеки: “*Аптека Університетська “№1”*”.

Одиничними прикладами в структурі фармаціонімів виступають назви інших міст чи країн: “*Мед-сервіс Львів*”, “*Аптека Italiana (FARMACIA Stasi)*” (*farmacia* < італ. “аптека”). Так, остання назва певною мірою відо-

<sup>1</sup> Podol'skaya N. V. Slovar' russkoj onomasticheskoj terminologii [Dictionary of Russian Onomastic Terminology], М.: Nauka, 1988, P. 151 [in Russian].

<sup>2</sup> Karpenko O. Yu. Problematyka kohnityvnoi onomastyky: monohrafiia [Problems of cognitive onomastics: monograph], Odesa: Astroprynt, 2006, P. 84–85 [in Ukrainian].

<sup>3</sup> Sydorenko O.M. “Spetsyfyka imenuvan ob'ektiv nadannia medychnykh posluh ta aptek (na prykladi nazv Kyieva ta Kyivskoi oblasti)” [Specificity of the names of medical services objects and pharmacies], *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya filolohichna* [Bulletin of Lviv University. Philological series], 2019, Iss. 71, Vol. II, P. 373–379 [in Ukrainian].

<sup>4</sup> Pabiś Marta. “Nazwy krakowskich aptek” [The names of the Krakow pharmacies], *Język Polski* [Polish language], 2006, z. 5, P. 376-388 [in Polish].

<sup>5</sup> Rutkiewicz-Hanczewska Małgorzata. “Semantyka nazw poznańskich aptek” [Semantics of Poznan pharmacy names], *Język Polski. organ Towarzystwa Miłośników Języka. Poznań*, 2000, nr. 3–4, 2000, P. 185-196 [in Polish].

<sup>6</sup> Katarzyna Woś. Nazwy aptek w przestrzeni miejskiej Rzeszowa. Analiza semantyczna [Names of pharmacies in the urban space of Rzeszów. Semantic analysis]. URL: [http://ifp.ur.edu.pl/slowo/slowo\\_3/Katarzyna\\_Wos.pdf](http://ifp.ur.edu.pl/slowo/slowo_3/Katarzyna_Wos.pdf)

<sup>7</sup> Czapla Anna, Kutyla Agnieszka. “Nazwy lubelskich aptek” [The names of Lublin pharmacies]. *Roczniki Humanistyczne*, Iss. 60, z. 6, 2012, P. 75–85 [in Polish].

<sup>8</sup> Torchynskyi M. M. Struktura onimnogo prostoru ukraïnskoi movy: monohrafiia [Structure of the anonymous space of the Ukrainian language: a monograph], K.: nats. un-t im. Tarasa Shevchenka, Khmelnytskyi: Avist, 2008, P.198 [in Ukrainian].

бражає чернівецькі реалії, де часто заробітчани відкривають аптеки, в яких наявні ліки з-за кордону з кращою, на їхню думку, якістю.

**2. Назви, утворені від апелятивів і пропріативів, що належать до семантичного поля фармації та медицини.** Група є кількісно найбільшою (30 онімів або ж 34,50%) групою фармаціонімів, яку умовно можна поділити на декілька підгруп:

### 2.1. Назви із компонентом “фарм”.

Назви із семантичним компонентом “фарм” зафіксовано 14 разів (16,10 %): “Алтей-фарм”, “Вілла-фарм №1”, “Старфарма”, “Фарм-інвест”, “АКІЗУМ-Фарм”, “Алсед-Фарм”, “Астра-фарм”, “Кері-фарм”, “Лана-фарм”, “Ненсі-Фарм”, “Фарм Мікс”, “Фармамед”, “Фарм-Інвест”, Обласне комунальне підприємство “Буковина-фарм”. Компонент “фарм” – від слова *фармація* (в осн. гр. *pharmakon*, лат. *pharma* – ліки; пор. англ. *pharmacy*) або *лікознавство, фармацевтика, аптечна справа* – наука, що вивчає проблеми створення, безпеки, дослідження, зберігання, виготовлення, відпуску та маркетингу лікарських засобів<sup>9</sup>. Слід зазначити, що у більшості випадків частка “фарм” стоїть у постпозиції та написана через дефіс, виступаючи прикладкою; у 4-х назвах – у препозиції, з різним написанням: разом, окремо, через дефіс.

### 2.2. Назви із компонентом “мед” (< медицина, медичний).

Семантичний компонент “мед” у складі фармаціонімів нами зафіксовано всього 6 разів (6,90%), а саме: “Мед-сервіс Львів”, “АЛМЕД”, “Екомед”, “Медсен”, “Олмамед”, “Фармамед”. При називанні аптек, у першу чергу, очевидно, працює асоціативний зв'язок із фармацією, а вже потім – із медициною, чим і пояснюється така мала кількість назв цієї підгрупи.

### 2.3. Назви на позначення ліків.

Окрему мініпідгрупу формують назви аптек на позначення ліків (3 оніми), як-от: “Люля Пілюля” (у складі апел. *пілюля* – тверда лікарська форма для внутрішнього вживання у вигляді кульки масою від 0,1 до 0,5 г, виготовлена з однорідної пластичної маси, в яку поміщено лікарські речовини. До появи таблеток це були основні дозовані ліки для внутрішнього вживання<sup>10</sup>). Тобто назва відсилає реципієнта безпосередньо до сприйняття форми основного товару аптек. Метою акту номінації цього фармаціоніма є вказівка на милозвучність назви, виражена фонетично-римованим повтором.

“Валідол”. *Валідол* – медикамент, який зазвичай приймають при найменших серцевих проблемах. За задумом номінатора, аптечний заклад, вочевидь, мав би так само заспокоїти серця клієнтів, як і однойменний препарат<sup>11</sup>.

Однією з найоригінальніших назв, на нашу думку, може “похизуватися” аптека “Placebo”, де апел. *плацебо* (< лат. *placebo* – я сподобаюся)<sup>12</sup> – це речовина без явних лікувальних властивостей, що використовується для імітації лікарського засобу в дослідженнях. Важко ска-

зати, на яке сприйняття назви розраховували автори: можливо, що це переосмислення на кшталт “місце, де є *панацея* від усіх хвороб”.

### 2.4. Відфітонімні назви.

В аналізованому матеріалі маємо 4 фітоніми, що виступають складовими компонентами в назвах чернівецьких аптек:

1. “Алтей-фарм” – в основі фармаціоніма, очевидно, назва лікарської рослини, що використовується для лікування кашлю, – *алтея* (< *althae* / гр. *altos* – ліки, або *altome* – зцілювати, загоювати). У словнику СУМ засвідчені паралельні назви рослини: “алтея – те саме, що алтей”<sup>13</sup>.

2. “Подорожник” – в основі однойменна назва рослини, яку зазвичай прийнято прикладати до ран, порізів, опіків, забиттів. “У цих випадках подорожник служить кровоспинним, ранозагоювальним та бактерицидним засобом”<sup>14</sup> (інші назви – *ранник, порізник, чирякова трава, бабка*).

3. “Ромашка” – прозора назва лікарської рослини, поширений антисептичний і заспокійливий засіб.

Якщо мотивація попередніх назв цілком зрозуміла – це лікарські рослини, які здавна використовують для покращення здоров'я, то мотивація 4-го оніма – назви аптек.

4. “Едельвейс” – до кінця є дещо необгрунтованою, адже в українській культурі квітка *едельвейс* – це переважно символ мужності, стійкості, любові, вірності, чистоти, хоча за деякими відомостями його також використовують як лікарську рослину<sup>15</sup>.

До представленої **Групи 2** назв, що належать до семантичного поля *фармації та медицини*, також можна віднести оніми “Рецепт” та “Рецептика” (як похідне утворення за доп. суф. *-ік-* (правильно: *-ик-*; тобто мало би бути “Рецептика”). У назві “Рецептика” виступає іншомовний суфікс *-ик* (типу *фізика, романтика* та ін.), який необхідно правильно передавати українською мовою як *-ик-*.

“Сімейний Доктор”, “Доктор +”, “Пан Аптекарь”, “Пані Аптека” – назви аптек, в яких міститься вказівка на означення осіб медичної та аптекарської професій. Апелятив *доктор* у двох перших назвах – це, мабуть, англломовне засвоєння та подальша транслітерація іншомовного *doctor (medical doctor)* – практикуючий лікар. У двох наступних назвах – “Пані Аптека”, “Пан Аптекарь” – наявні традиційні для українців пошанні звертання *пан, пані*. Характерною є особливість написання слів *аптека, аптекар* з великої букви, тобто поширення цієї шанобливості на заклад і його працівників.

### Назви з позитивними конотаціями.

Група назв аптек із позитивними конотаціями в основі є досить різномірною, проте багатою на креатив (22 назви, що відповідає 25,3%).

У сукупності група назв із семантичним компонентом “здоров'я”, “здоровий” зустрічається 5 разів, що складає 4,35% від загальної кількості фармаціонімів, і є

<sup>9</sup> Farmatsiia [Pharmacy]. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/336/farmaciya>.

<sup>10</sup> Pilyulia [Pill] URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/817/pilyuli>.

<sup>11</sup> Validol [Validol]. URL: <http://mozdocs.kiev.ua/likiview.php?id=3132>.

<sup>12</sup> Placebo [Placebo]. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/854/placebo>.

<sup>13</sup> Slovyk ukrainskoi movy: v 11 t. [Dictionary of the Ukrainian language: in 11 vols], za red. I. K. Bilodida, K.: Naukova dumka, 1970–1980, Vol. 4, P. 665 [in Ukrainian].

<sup>14</sup> Podorozhnyk [Plantain], URL: <https://liktravy.ua/useful/encyclopedia-of-herbs/podorozhnyka-velykogo-lystja>.

<sup>15</sup> Encyklopediya lekarstvennyh rastenij narodnoj medicyny [Encyclopedia of medicinal plants traditional medicine], za red. Lavrenova V.K., Neva, 2003, P. 242 [in Russian].

порівняно найбільшою з-поміж онімів із позитивною конотацією: “Бажаємо здоров’я”, “Ваше здоров’я”, “Здорова родина”, “Крамниця Здоров’я” (назва-антипод, яка ніби заперечує відоме прислів’я: “здоров’я за гроші не купити”), “Зелена аптека Планети Здоров’я”).

А от назви “Гармонія”, “Гармонія Центр Буковини”, “Гармонія 2000” – це онімізація апелює гармонія з семантично вираженим у ньому позитивним відтінком злагоженості, балансу, єдності, цілісності. Іншими словами, поняття гармонії є синонімічним (дотичним) до концепту здоров’я.

Така назовнича мотиваційна логіка є зрозумілою, оскільки відображає прагнення покупців отримати так бажане здоров’я при відвідуванні аптекних закладів.

Окрім того, серед фармацевтів Чернівців зафіксовано назви, в яких містяться вказівка на сімейні цінності (4 назви, 4,60%): “Здорова родина”, “Сімейна аптека”, “Сімейний Доктор”.

Назва аптеки “Доктор +” (аналіз компонента доктор див. вище) містить математичний символ “+” (< лат. plus “більше”), що можна тлумачити в семантичному асоціативному ряду, як: “Бажаємо більше здоров’я від професіоналів-докторів”. Плюс (“+”), попри сказане, асоціюється ще з червоним хрестом – світовим символом захисту людського життя та здоров’я. Окрім графічного зображення, “плюс” має також і буквене вираження в таких назвах аптек: “Вертекс-Плюс”, “Мітра Плюс”. Компоненти типу “плюс”, а ще “прим” – “Вайма-Прим” (< лат. prima – “перша”; пор.: прима-балерина, примадонна), вживаються з метою надання фармацевтичній конотації додаткових, більш якісних, медично-аптекарських послуг.

Близьким до попередніх у семантично-мотиваційному тлумаченні, на нашу думку, є фармацевтичним “Максимум” (в осн. максимум – найбільша кількість, величина, найбільший вияв чогось<sup>16</sup>; лат. maximum є формою середнього роду від прикметника maximus (< \*mag-semos “найбільший” – форма найвищого ступеня від magnus “великий”)).

Номені “Наша аптека”, “Ваша аптека №1”, “Сімейна аптека” містять у своєму складі компоненти-означення, покликані психологічно поєднати “поріднити” відвідувачів із закладом (присв. займенники: наш, ваш; відносний прикм. сімейний).

“Аптека низьких цін”, “Економ аптека”, “Соціальна аптека” – це переважно атрактивні назви, які виконують рекламну функцію, що має на меті переконати відвідувачів привабливістю низьких цін порівняно із іншими аптекними закладами. До цієї групи можна також додати назву аптеки “Шара” (пор. шара – щось дармове<sup>17</sup>), в якій свідомо закладена популярна жаргонна лексема із відповідним емоційним забарвленням надто низької ціни на ліки.

Цікаво, що документом МОЗ “Ліцензійні умови провадження господарської діяльності з виробництва лікарсь-

ких засобів, оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів” до 10 липня 2019 року заборонялося розміщувати на фасадах аптек “найменування, які містять, вказівки щодо рівня або іншої ознаки цін, яка може вплинути на наміри споживача щодо придбання товарів у такому закладі; інформації, що може вводити споживача в оману, про орієнтованість аптекного закладу на обслуговування певних соціальних груп населення; порівняно з іншими аптекними закладами”<sup>18</sup>. Ухвалою судового рішення від 12.11.2019 р. ці обмеження було скасовано, і в результаті з’явилася низка фармацевтичних, в яких подібна мотивація набула подальшого назвотворчого закріплення.

“Ефект” – назва є прикладом, коли прагматична та рекламна функції фармацевтичного поєднуються в одне змістовне ціле: очевидно, що ліки з цієї аптеки мали би давати ефект від лікування, тобто бути справді ефективними.

До групи назв із умовно позитивними конотаціями ми віднесли досить вдумливо й мотиваційно обгрунтовану назву аптеки “D.S.”, яка має розвинену мережу по всій Україні. Засновники цієї мережі – родина О. та І. Никулишини – до вибору назви підійшли фахово та виважено. Адже вони, по суті, представили широкому загалу обивателів латинський медичний термін “D.S.”, де лат. “Da” означає “видай”, а “Signa” – “напиши”, який використовувався в часи Гіппократа при виписуванні рецепта. Тобто так скорочено лікар звертався до пацієнта, щоб той йому видав ліки і дав рецепт їхнього вживання. У цьому, на думку самих засновників, “і криється основний зміст роботи аптеки: працювати так, щоб у будь-який час кожен відвідувач міг отримати необхідні йому ліки та вичерпну інформацію про правила їх прийому”<sup>19</sup>.

#### 4. Назви, утворені від власних імен та прізвищ власників, їхніх родин, близьких людей або ж засновників (т.зв. відантропонімі).

Антропоніми, характерні здебільшого для інших розрядів ергонімів (назв кафе, ресторанів, магазинів)<sup>20</sup>, беруть також участь і в творенні назв аптек. Таких нами засвідчено 7 номенів (8,05%): “Артур-К”, “Аптека Вязницька”, “Аптека Чесанова М.А.”, “Аптека ФОП “Мотуляк О.В.”, “Кері-фарм”, “Лана-фарм”, “Ненсі-Фарм”.

Слід зазначити, що в деяких назвах наявні екзотичні (арабські, германські, романські) антропоніми, мотиваційну появу яких важко пояснити (хіба що приємним, очевидно, на думку номінаторів, фонетичним звучанням): “Астра-фарм”, “Алсед-Фарм”, “Ганза”, “Гелар”, “Люля Пілюля”, “Куар”, “Ніан” тощо.

#### 5. Назви, похідні від власних імен міфологічних, легендарних, біблійних чи історичних постатей, найчастіше пов’язаних із медициною або фармацевтикою (т.зв. відміфотеонімі).

Імена міфологічних, легендарних, біблійних постатей (5 назв, 5,75 %) в структурі фармацевтичних Чернівців – це: “Садко” (герой новгородських билин, що розбагатів за допомогою морського царя)<sup>21</sup>, “Гіннократ” (грецький лікар золотої доби Афіни, який вважається однією з най-

<sup>16</sup> Slovník ukrajinštiny...op. cit., Vol. 4, P. 604.

<sup>17</sup> Kondratiuk T.M. Slovník suchasnoho ukrajinštiny [Dictionary of modern Ukrainian slang], Kharkiv: Folio, 2006, 350 p. [in Ukrainian].

<sup>18</sup> Pro vyznannia protypravnoiu ta nechynnoiu postanovy: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v7870805-19#n2>.

<sup>19</sup> Pro nas [About us], URL: <http://apteka-ds.com.ua/ua/about/> <sup>20</sup> Horozhanov Yu. “Erhonimy vidonimnoho pokhodzhennia v komunikativnomu prostori mista Lutsk: strukturno-semantichni osoblyvosti” [Ergonomics of a well-known origin in the communicative space of Lutsk: structural and semantic features], *Volyn filolohichna: tekst i kontekst* [Philological Volyn: text and context], Volyn, 2014. Iss. 17, P. 66 [in Ukrainian].

<sup>21</sup> Enciklopedicheskij slovar' Brokgauza i Efrona [Brockhaus and Efron Encyclopedic Dictionary]: v 86 t. (82 t. i 4 dop., SPb., 1900. T. XXVIII, P. 53–54 [in Russian].

визначніших осіб в історії медицини, “батько медицини”<sup>22</sup>, “Під Покровом Святого Миколая” (Святий Миколай – один із найшанованіших християнських святих в Україні та світі<sup>23</sup>), “Перс” (Перс (грец. Perses) – 1) титан, чоловік Астерії, батько Гекати; 2) син Персея та Андромеди; 3) міфічний цар Колхіди, повалений Медеєю і Медом<sup>24</sup>), “Мітра Плюс” (Мітра, Мітрас – народжене зі скелі іранське божество сонця і світла, у Римі Мітру разом із Sol Invictus (Непереможним Сонцем) шанували воїни й купці азійського походження)<sup>25</sup>.

З погляду доречності мотивації (або ж логіки, якої дотримувалися номінатори) деякі назви важко однозначно витлумачити з огляду на їхні, номінаторів, фонові знання чи широту кругозору. З цього погляду найбільш промовистим є використання імені Гіппократа, що свідчить про культурний рівень, знання античної історії (в т.ч. її медицини), а постать Святого Миколая у відповідній назві відображає, напевно, релігійні переконання номінантів у даруванні подарунків (ліків), найціннішим із яких є здоров’я.

До речі, у Львові є схожа назва – “Аптека “Під Святим Миколаєм” –”, однак, як і в Польщі, назви аптек із приєднанням компонентом містять у своїх назвах додаткову топографічну прив’язку до відомих місць (культових споруд, мікрооб’єктів, урбанонімів), пор.: “Pod Różami”, “Pod Koroną”, “Pod Kopcem”<sup>26</sup>.

**Назви з прозорою семантикою, які неможливо віднести до вищезазначених груп.**

Назви з цифровим компонентом – порядковим числівником – становлять суттєву кількість серед назв аптек Чернівців державної форми власності. Така номінація вважається найбільш універсальною, простим та зручним засобом ідентифікації аптечних закладів: “Аптека № 1”, “Аптека № 6”, “Аптека № 9”, “Аптека № 10”, “Аптека № 14”. Цікавою особливістю першої назви є те, що вона повторно зустрічається 6 разів за різними адресами вулиць.

Ще частіше, заклад для продажу ліків іменується за своїм основним профільним призначенням – “Аптека” (зафіксовано 10 назв). Тобто, така назва найбільш функціональна, адже містить безпосередню вказівку на рід діяльності установи.

Однак часто принцип нумерації в наданні назв аптек використовують і приватні підприємці, наприклад: “Ваша аптека № 1”, “Данко-1”, “Вілла-фарм № 1”. Цифровий компонент маємо ще в назвах: “Аптека 24” та “Гармонія-2000”. У перших трьох назвах цифра “№ 1” акцентує на позиціях першості та ліdersтва-пріоритетності; назва “Аптека 24” – вказівка на цілодобову доступність; популярна цифра 2000 – це ряд ергонімів епохи міленіуму (“Бар-ресторан 2000”, “ГАЛС-2000 в Чернівцях), як і вищезгаданий фармацевтичний “Гармонія-2000”.

В інших, як правило, багатоконпонентних назвах аптек, акцент може робитися на особливості їхньої спеціалізації, вказівці на форму власності: ... *продукція*

*медичного призначення...*, “... -музей”, *обласне комунальне підприємство...*, *ТЗОВ МФФ...*. Такими є назви: “Аптека продукції медичного призначення № 13” “Обласне комунальне підприємство “Буковина-фарм”, ТЗОВ МФФ “Вако”.

Специфічною є назва “Аптека “Сибірська”. Це радянський рудимент, пов’язаний із побажаннями “сибірського здоров’я”, де хоронім Сибір – начебто символ здоров’я (пор. приклади великої кількості закладів під назвою “Сибірське здоров’я”<sup>27</sup>: магазини косметики та краси; магазини нетрадиційної медицини). Проте “сибірські” реалії мають для українців і багато негативних історичних конотацій, які не переносяться на новостворені власні назви.

Подекуди трапляються назви аптек з непрозорою, на перший погляд, мотивацією, яку можна дешифрувати, поцікавившись про сутність назви у її засновників. Так, назва аптеки “3i” зводиться до закодованої в цифрі 3 та літері *i* філософської сентенції про “три істини якості: якість ліків, якість послуг, якість здоров’я”.

У назві аптеки “Дукат” вбачаємо натяк на вищу якість, очевидно, завезених ліків, адже дукат – це золота монета, що була поширена в низці європейських країн<sup>28</sup>.

**8. Назви непрозорого походження та спонтанної мотивації.**

Спорадично нам трапляються оніми, мотивацію яких важко визначити, або які є витвором спонтанної номінації. Такі назви виділено в окрему групу, яку плануємо невдовзі опрацювати. До них можемо віднести фармацевтичні, представлені як українськими, так і іншомовними аббревіатурами: “БадМ”, “ТАС-Фарма”, “ТАС” та ін.

Можемо резюмувати, що частина фармацевтичних має подвійну мотивацію та таке ж подвійне семантичне навантаження, оскільки назви аптек складаються з кількох лексичних компонентів із різним (подвійним, а то й потрійним) значенням навантаженням: “Вілла-фарм №1”, “АКІЗУМ-Фарм”, “Адмед”, “Вайма МВС”, “Вертекс-Плюс”, “Олмамед”, “Буковина-нафта Данко”.

Іншомовні назви також є продуктивним способом творення цього типу ергонімів із метою, очевидно, виокремлення з-поміж зрозумілих назв і надання новоствореним назвам відтінку певного шарму, екзотичності та, ймовірно, якоїсь уявної престижності. Проте подібні іншомовні лексеми в назвах аптек не представлені великою кількістю – всього 8 назв. Щодо їхнього відображення на аптечних будівлях, то тут спостерігаємо: а) назви нетранслітеровані (“Placebo”, “Maximum”, “Italiana (FARMACIA Stasi)”; б) аббревіатури (“D.S.”, “TAS”); в) назви з іншомовним компонентом (“Старфарма”, “Фарм-інвест”, “Фарм Мікс”).

Отже, станом на березень 2020 року ми проаналізували більшу частину зафіксованих у цей період фармацевтичних м. Чернівці, на підставі чого **можемо зробити такі висновки:**

<sup>22</sup> Hippokrat. Wikipedia. Vilna encyklopedija [Hippocrates. Wikipedia. Free Encyclopedia], URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%D1%96%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%82>.

<sup>23</sup> Onatskyi Ye. Mykolai – Sviaty Chudotvorets [Nicholas – the Holy Wonderworker], *Ukrainska mala encyklopedija*: 16 kn.: u 8 t., Buenos-Aires, 1961. Iss. 4, kn. VIII : Litery Me – Na. P. 974–977 [in Ukrainian].

<sup>24</sup> Slovník antychnoi mifolohii [Dictionary of ancient mythology], K.: Naukova dumka, 1985, 236 p. [in Ukrainian].

<sup>25</sup> Ibidem.

<sup>26</sup> Pabiś Marta. “Nazwy krakowskich aptek”...op.cit., P. 382–383.

<sup>27</sup> Sybirske zdorovia [Siberian health], URL: [https://www.neolove.ru/articles/krasota/zdorovie/ibirskoe\\_zdorovje\\_i\\_sposoby\\_ego\\_dostizheni\\_ja.html](https://www.neolove.ru/articles/krasota/zdorovie/ibirskoe_zdorovje_i_sposoby_ego_dostizheni_ja.html).

<sup>28</sup> Slovník ukrajskoi movy... op. cit., Vol. 2, P. 433.

Кількісно найпродуктивнішу групу складають аптечні назви, утворені від апелювативів і пропріативів, що належать до семантичного поля *фармації та медицини* (30 одиниць), зокрема із компонентом “фарм” – (14). Це свідчить про те, що більшість номінантів вважають за доцільне називати аптеку, асоціюючи назву із родом діяльності.

Значну частину становлять фармаціоніми з позитивними номінативними конотаціями (22), з-поміж яких виокремлюємо такі концепти: *додатковість, престижність* (6 одиниць), *здоров'я* (5), *низькі ціни* (4), *гармонія* (3), *сімейні цінності* (3). Така, порівняно велика, кількість назв віддзеркалює логічний асоціативний ряд, в якому простежуються бажання та прагнення власників чернівецьких аптек надати своїм відвідувачам якісні послуги.

Однією з найменш чисельних у розумінні продуктивності назвотворення можна вважати групу відміфотеонічних фармаціонімів (5), яка складає певні труднощі в розумінні мотиваційного тлумачення назв. Це пояснюється, вочевидь, розрахунком номінаторів на просте побутове сприйняття назви пересічними громадянами. У протилежному ж випадку, як це ми побачили на прикладі назви аптеки “D.S.” та цієї групи, реципієнт для усвідомлення назви мав би володіти певним запасом культурних та фонових знань.

У чернівецьких фармаціонімах, як і інших ергонімах, спостерігаються порушення мовних норм. Найчастіше – це нерегламентований правопис часток *-фарм-*, *-мед-* та ін.; неправильна передача іншомовних суфіксів суфіксами-відповідниками української мови (“*Рецептіка*”); транслітерація іншомовних лексем у структурі україномовної назви (“*Сімейний Доктор*”, “*Доктор +*”).

Дослідження фармаціонімів, підкласу ергонімів, свідчать про те, що вони підпорядковуються загальномовним законам: тут присутні процеси метафоризації та явища міжмовної інтерференції, є емоційно марковані назви, оніми-речення, запозичення. Крім того, має місце певна динаміка у бік збільшення та появи цих онімів з огляду на комерціалізацію аптечної діяльності в Чернівцях.

Подальші перспективи дослідження вбачаємо в комплексному вивченні фармаціонімів та з'ясуванні їхнього місця в складі усього ергонімікону міста. Адже останні – це не тільки результат інтенційної діяльності суб'єкта, а й один із компонентів мови та мовлення, які є носіями різнобічної екстралінгвальної інформації: краєзнавчої, суспільно-історичної, культурологічної тощо. Вони уособлюють унікальне мовне світосприйняття мешканців міста.

**Nadiia Babukh, Yaroslav Redkva. Pharmaconyms of Chernivtsi city (semantic-motivational aspect). Objectives.** The article deals with semantic and motivational features, an attempt is

made to classify pharmacy names in Chernivtsi. **The aim of research is** to study the names of pharmacies in Chernivtsi as an important component of ergonomics in the onomastic view of the city. **Research methods** are predetermined by its goals and objectives. The following methods are used in the work: descriptive, analytical, semantic-motivational, component analysis, classification, elements of statistical and method of quantitative calculations. **The topicality** of the article is determined by the need to study the names of pharmacies in Chernivtsi as an important component of ergonomics throughout the city's onomastic.

**The scientific novelty** of the work is that for the first time the names of pharmacies in Chernivtsi were analyzed as part of the ergonomic picture of the city in terms of semantics, motivation, structure, adherence to linguistic norms in the modern chronological section.

**Conclusions.** Eight main semantic-motivational groups of pharmacists have been identified, the names of pharmacies have been analyzed in terms of the specifics of their formation and functioning, semantic analysis, systematization, motivation, nomination, compliance with language norms. Further perspectives of the study can be seen in the complex study of pharmaconyms and finding out their place in the entire ergonomics of the city.

**Keywords:** pharmacy names, pharmaconyms, ergonims, ergonomics, onomastics, linguistics, Ukrainian language, Chernivtsi.

*Бабукх Надія – викладач кафедри суспільних наук та українознавства ВДНЗ України “Буковинський державний медичний університет”. Працює над кандидатською дисертацією на тему: “Ергонімія м. Чернівці”. Коло наукових інтересів: формування ключових компетентностей майбутніх медиків; інтерактивне навчання на заняттях української мови як іноземної; особистісно орієнтований підхід на заняттях української мови як іноземної; ономастика, ергонімія.*

*Nadiia Babukh – teacher of Department of Social Sciences and Ukrainian Studies of Higher State Educational Establishment of Ukraine “Bukovinian State Medical University”. Currently working on a scientific thesis “Ergonomics of Chernivtsi”. Research interests: formation of key competencies of future physicians; interactive training in the classes of Ukrainian language as a foreign language; personally oriented approach to the classes of Ukrainian language as a foreign language; onomastics, ergonomics.*

*Редька Ярослав – кандидат філологічних наук, доцент кафедри історії та культури української мови Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича. Коло наукових зацікавлень: слов'янська ономастика, славістика (полоністика), загальне мовознавство, комп'ютерна лінгвістика. Має більше 70 наукових публікацій.*

*Yaroslav Redkva – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of History and Culture of Ukrainian Language at the Fedkovych Chernivtsi National University. Scientific interests: Slavic onomastics, Slavic studies, general linguistics, computer linguistics. Autor of more than 70 scientific publications.*

*Received: 22.01.2020*

*Advance Access Published: March, 2020*

© N. Babukh, Y. Redkva, 2020