

**Південноукраїнська організація  
«Центр філологічних досліджень»**

**Міжнародна науково-практична  
конференція**

**«ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ: СУЧАСНІ  
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ФАКТОРИ РОЗВИТКУ»**

**24–25 січня 2020 р.**

**Одеса  
2020**

УДК 80(063)  
Ф54

Ф54 **Філологічні науки: сучасні тенденції та фактори розвитку :**  
Міжнародна науково-практична конференція, м. Одеса, 24–25 січня  
2020 року. – Одеса: Південноукраїнська організація «Центр  
філологічних досліджень», 2020. – 164 с.

Подані на конференцію матеріали видаються в авторській редакції.

Рекомендовано до друку рішенням Правління  
ГО «Південноукраїнська організація «Центр філологічних  
досліджень» від 27 січня 2020 р. (протокол № 135).

УДК 80(063)

## ЗМІСТ

### НАПРЯМ 1. УКРАЇНСЬКА МОВА ТА ЛІТЕРАТУРА

**Гандзюк О. М.**

СПЕЦИФІКА ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ДІЛОВІ ПАПЕРИ  
ЯК ЗАСІБ ПИСЕМНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ»  
В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ (КУРС «УКРАЇНСЬКА МОВА  
(ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)» ..... 9

**Кабиш М. Ю.**

АСИНДЕТОН І ПОЛІСИНДЕТОН ЯК ЗАСОБИ УВИРАЗНЕННЯ  
ПОЕТИЧНОГО МОВЛЕННЯ ЮРІЯ КЛЕНА ..... 13

**Ковальчук Ю. А.**

РОЛЬ МЕТАФОРИ У ЗБІРЦІ ОПОВІДАнь «ЛЕГЕНДИ  
СТАРОКИЇВСЬКІ» НАТАЛЕНИ КОРОЛЕВОЇ..... 16

**Магрицька І. В.**

ЛЕКСИЧНІ АНОРМАТИВИ  
В МОЛОДІЖНОМУ МОВЛЕННІ ..... 19

**Мартос С. А., Альтгауз О. В.**

ВІДОНІМНІ НАЙМЕНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ  
ЗАКЛАДІВ ХЕРСОНА..... 22

**Шестакова С. О.**

СТАНДАРТИЗОВАНІ МОДЕЛІ НІКОНІМІВ ..... 26

### НАПРЯМ 2. РОСІЙСЬКА МОВА ТА ЛІТЕРАТУРА

**Romanov Yu. O., Gaivoronska V. V.**

STRUCTURE OF THE LEARNER'S GUIDE  
FOR STUDYING RUSSIAN AS A LANGUAGE  
OF SCIENCE..... 29

### НАПРЯМ 3. ЛІТЕРАТУРА ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН

**Babayeva Elnura**

ARUZ IN THE WORKS OF ABDURRAHMAN JAMI..... 31

**Гасанзаде Лейла**

ДРАМАТУРГИЯ ШИЛЛЕРА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ ..... 34

<b>Зінченко П. Ю.</b> РЕЦЕПЦІЯ ДАВНЬОГРЕЦЬКИХ МІФІВ В ТВОРЧОСТІ К. ВОЛЬФ.....	37
---	----

#### **НАПРЯМ 4. РОМАНСЬКІ, ГЕРМАНСЬКІ ТА ІНШІ МОВИ**

<b>Аніканова Л. О.</b> ЛЕКСИЧНІ ТА ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ЕКСПРЕСЕМИ У МОВЛЕННІ БОРИСА ДЖОНСОНА.....	42
--	----

<b>Aslanova Gulnara Valeh gizi</b> FLEXIBILITY IN ANALYTICAL LANGUAGES.....	45
--	----

<b>Baibakova I. M., Hasko O. L.</b> SELF-DIRECTED LEARNING IN TERTIARY EDUCATION .....	49
---	----

<b>Verkhovtsova O. M., Kutsenko O. V.</b> MORPHOLOGICAL DIFFERENCES BETWEEN BRITISH AND AMERICAN ENGLISH .....	52
--	----

<b>Єнікєєв Д. С.</b> МОВЛЕННЄВИЙ АКТ ЯК ОДИНИЦЯ ПРАГМАТИЧНОГО РІВНЯ СТРУКТУРИ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ.....	55
---	----

<b>Левицька А. О.</b> ЕТИМОЛОГІЧНІ ДУБЛЕТИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ .....	59
--	----

<b>Лозицька М. П.</b> ГЕНДЕРНО МАРКОВАНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З АНТРОПОМЕТРИЗМАМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЖІНКИ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ.....	62
---	----

<b>Матїїшин А. Я.</b> ВІЗУАЛЬНИЙ НАРАТИВ У РОМАНІ «КОНТРАКТ З БОГОМ» ВІЛЛА АЙСНЕРА .....	65
--	----

<b>Матковська М. В.</b> СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ КАТЕГОРІЇ <i>ДИСТАНЦІЙНІСТЬ</i> .....	68
---	----

<b>Нестеренко О. О.</b> ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕКСТУАЛЬНОЇ ЗУМОВЛЕНОСТІ ЗНАЧЕНЬ ВИГУКІВ СУЧАСНОЇ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ .....	72
--	----

**Попович-Блавіцька Г. Н.**  
КОМПОНЕНТНИЙ АНАЛІЗ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ  
МЕТАФОРИ «КОХАННЯ» В АНГЛІЙСЬКІЙ  
ЛІРИЧНІЙ ПОЕЗІЇ ..... 75

**Саніна Г. В.**  
ЯПОНСЬКА ЕТНОМЕНТАЛЬНІСТЬ КРИЗЬ  
ПРИЗМУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ  
З СОМАТИЧНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ..... 78

**Белова М. О., Шишкіна К.І.**  
ДО ПИТАННЯ ПРО ЕВФЕМІЗАЦІЮ ВІКТОРІАНСЬКИХ ТАБУ  
У СВІТЛІ ЕКОЛІНГВІСТИКИ ..... 82

## **НАПРЯМ 5. ТЕОРІЯ ЛІТЕРАТУРИ, ПОРІВНЯЛЬНЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО**

**Жаркова Р. Є.**  
СИМВОЛІКА ЖІНОЧОГО БУТТЯ У ПОЕТИЦІ  
ЖІНОЧОГО ПИСЬМА (НА МАТЕРІАЛІ КНИГИ РУПІ КАУР  
«МОЛОКО І МЕД») ..... 86

**Іванишин М. В.**  
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ПОСТКОЛОНІАЛІЗМУ  
ЯК ІНТЕРПРЕТАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ..... 89

## **НАПРЯМ 6. ЗАГАЛЬНЕ, ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНЕ, ТИПОЛОГІЧНЕ МОВОЗНАВСТВО**

**Зейналова Гюльнара**  
ФОРМИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ В СИСТЕМАТИЗАЦИИ  
ДЕФИНИТИВНЫХ ТЕРМИНОВ ..... 92

**Родін О. К.**  
ТИПОЛОГИЯ ПАССИВНЫХ КОНСТРУКЦИЙ  
В АНГЛИЙСКОМ, ЯПОНСКОМ  
И РУССКОМ ЯЗЫКАХ ..... 94

**Теряєв Д. О.**  
ПРИРОДНО-ГЕОГРАФІЧНІ  
ОСОБЛИВОСТІ ДІАЛЕКТІВ РОСІЙСЬКОЇ,  
УКРАЇНСЬКОЇ ТА БІЛОРУСЬКОЇ МОВ ..... 98

## **НАПРЯМ 7. ФОЛЬКЛОРИСТИКА**

**Гончарук В. А.**

ДЕМОНОЛОГІЧНІ УЯВЛЕННЯ В СИСТЕМІ  
НАРОДНОГО КАЛЕНДАРЯ..... 102

## **НАПРЯМ 8. ЛІТЕРАТУРНЕ ДЖЕРЕЛОЗНАВСТВО ТА ТЕКСТОЛОГІЯ**

**Damirova Jamila**

SHU'UBISM AND HERETICISM (ZINDIQ)  
AS CHARACTERISTIC FEATURES  
OF THE ABBASID SOCIETY ..... 106

**Накашидзе І. С.**

ДІАСПОРНА МЕМУАРНА ПРОЗА  
ЯК ІСТОРИЧНЕ ДЖЕРЕЛО..... 111

## **НАПРЯМ 9. МОВА І ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

**Харченко І. І.**

СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА  
ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ  
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ЕКОНОМІКИ..... 114

## **НАПРЯМ 10. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ПЕРЕКЛАДУ**

**Адаменко М. А.**

ТРУДНОЩІ ХУДОЖНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ ЖАНРОВИХ  
ОСОБЛИВОСТЕЙ SHORT STORY ..... 117

**Балаклезьць О. В.**

ПРАГМАТИЧНІ ЗМІНИ У ПЕРЕКЛАДІ  
НОВИН ВВС УКРАЇНСЬКОЮ ..... 119

**Високопояс А. В.**

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СЛЕНГУ СУЧАСНОЇ  
АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ..... 122

**Гураль М. І.**

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ПРИЙОМИ ЯК ЗАСІБ  
АДЕКВАТНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ  
ТА МОВОСТИЛІЮ АВТОРА ..... 124

<b>Дашенко О. І.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗКРИТТЯ ЖІНОЧОГО СВІТОСПРИЙНЯТТЯ В ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ М. ГОНЧАРОВОЇ «В ОЖИДАННІ КОНЦА СВЕТА» .....	127
<b>Кибальник Ю. В.</b> СОЦІАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ЯК ЧИННИК КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ В ПЕРЕКЛАДІ.....	131
<b>Мазур Я. М.</b> СИНХРОННИЙ ПЕРЕКЛАД ОНЛАЙН- ТА ТЕЛЕТРАНСЛЯЦІЙ .....	135
<b>Ренская И. И.</b> ТЕМП ЗВУЧАЩЕЙ РЕЧИ В СУДЕБНОМ ПЕРЕВОДЕ .....	137
<b>Тарангул І. Л.</b> СПОСОБИ ВІДТВОРЕННЯ ОКАЗІОНАЛЬНОЇ ЛЕКСИКИ В ПЕРЕКЛАДІ ПОЕТИЧНОГО ТЕКСТУ .....	141
<b>Юдіна В. Я.</b> ПРЕЦЕДЕНТНІ ТЕКСТИ ЯК КОМПОНЕНТ ІДЮСТИЛЮ Л. КЕРРОЛА .....	144
<b>Яблочнікова В. О.</b> ДІАЛЕКТИЗМИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ.....	148
<b>НАПРЯМ 11. МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ</b>	
<b>Ахмад І. М.</b> НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ.....	152
<b>Зуб Н. М., Гарньє Г. О., Коршунова І. М.</b> ЗНАЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ДЛЯ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ .....	154
<b>Пірождова І. В.</b> ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАКРІПЛЕННЯ ЗНАНЬ АНГЛІЙСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В СУДНОВІЙ ЕЛЕКТРОМЕХАНІЦІ ЯК СКЛАДОВОЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ПРАЦІ НА СУДНІ .....	157

## **НАПРЯМ 12. РИТОРИКА**

**Гайдук О. С.**

**ЯК ІГРОВИЙ ПЕРСОНАЖ МОЖЕ ЗМУСИТИ**

**ПРОДОВЖУВАТИ ГРУ ЗА ДОПОМОГОЮ**

**КОГНІТИВНО-РИТОРИЧНИХ ЕФЕКТІВ..... 160**



2. Бондаренко Т. Г. Інтерфедеми і росіянізми як наслідок міжмовних контактів на лексичному рівні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1027>

3. Кузнєцова Т. В. Теорія інтерферентних явищ як основа визначення суржику [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/74084/72-Kuznetsova.pdf?sequence=1>

4. Манакін В. М. Зміст та принципи контрастивної лексикології близькоспоріднених мов. – Автореф. дис. ... д-ра філол. наук. – К. : НАН України, 1994. – 48 с.

5. Товстенко В. Р. Мовні контакти та явище двомовності / В. Р. Товстенко // Культура народів Причорномор'я. – 2002. – № 32. – С. 283-285.

6. *Українська мова : Енциклопедія / Редкол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко (співголови), М. П. Зяблюк та ін.* – К. : «Укр. енциклопедія імені М. П. Бажана», 2000. – 752 с. : іл.

**Мартос С. А.**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри української мови  
*Херсонський державний університет*

**Альтгауз О. В.**

студент факультету української філології та журналістики  
*Херсонський державний університет*  
*м. Херсон, Україна*

## **ВІДОМІМНІ НАЙМЕНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ХЕРСОНА**

Урбаноніміка – одна із новітніх і перспективних галузей ономастичних досліджень в українській мові. Становленню цього напрямку як розділу ономастики сприяли тривалі наукові пошуки низки відомих зарубіжних і українських лінгвістів: К. Галаса, Ю. Карпенка, В. Лучика, Г. Мезенко, Н. Подольської, О. Суперанської, М. Горчинського та інших.

Вивчення найменувань внутрішньоміських об'єктів, зокрема торговельних закладів, є необхідним, адже це вагома частина ономастичної системи мови і важливий складник історико-культурної та урбаністичної спадщини України. Урбаноніми «номінують внутрішньоміські об'єкти, відображаючи семантичний образ міста, фіксують історію розвитку урбанонімних структур, їх соціальну й етнокультурну роль» [4, с. 6].

Вивчення ергонімів у різних регіонах побутування української мови – одне з актуальних завдань української лінгвістики. На сьогодні в українській урбаноніміці існує низка досліджень внутрішньоміських об'єктів різних ареалів (Закарпаття, Луганськ, Дніпро, Кривий Рік тощо). Вивчення

мовного геопростору Херсона лише розпочато [3] і потребує нових напрацювань.

Метою нашої розвідки є характеристика відонімних найменувань торговельних закладів Херсона.

На позначення назви торговельного закладу вживаємо термін емпоронім. Зазначимо, що ми включаємо сюди не лише назви магазинів, але й інших організацій, підприємств, закладів, які виробляють і реалізують продукцію.

З кінця ХХ – поч. ХХІ ст. простежується тенденція до широкого вибору мотиваційної лексики в ергонімоутворенні. Більшість дослідників виділяє відонімний та відапелятивний принципи номінації ергонімів. Такі принципи номінації ергонімів є універсальними й чинними для інших мов.

Найменування відонімного походження утворені шляхом трансонімізації – різновиду семантичної деривації, який засвідчує перехід з одного розряду власних назв до іншого. Трансонімізація супроводжується частковим переосмисленням лексичного значення вихідного оніма, що відбувається завдяки асоціативним зв'язкам з ергооб'єктом та екстралінгвальною інформацією про нього [2, с. 9].

Основною для творення таких найменувань виступають різні класи онімів: антропоніми, топоніми, теоніми, астроніми, міфоніми, космоніми тощо.

Значна кількість торговельних закладів Херсона утворено на базі антропонімів. Найпродуктивнішою моделлю є використання жіночих імен, як слов'янського («*Анастасія*», «*Валентина*», «*Дарина*», «*Даяна*», «*Діана*», «*Єва*», «*Лада*», «*Ліда*», «*Лілія*», «*Людмила*», «*Софія*», «*Оксана*», «*Світлана*»), так і неслов'янського («*Анабель*», «*Анжеліна*», «*Біатрис*», «*Джина*», «*Елен*», «*Еліза*», «*Заріна*») походження. Здебільшого використані повні жіночі імена («*Валентина*», «*Джина*», «*Лілія*», «*Світлана*»), скорочені форми імені («*Еліз*», «*Ліда*») функціонують як епороніми значно рідше. Крім офіційних найменувань імені, виявлені випадки вживання неофіційних, народно-розмовних та емоційно-оцінних варіантів: «*Гануся*», «*Любава*», «*Настюля*», «*Юленька*».

Відіменне творення виконує естетичну функцію, оскільки на емпоронім переноситься асоціативне порівняння з жіночою красою, материнством, гостинністю тощо. Досить часто такі назви мають імена матерів, дружин, дочок, знайомих засновників торговельного закладу.

Чоловічі імена як назву торговельного закладу номінатори Херсона використовують значно рідше. Це і офіційні повні чоловічі імена («*Артур*», «*Максим*»), і скорочені форми офіційного імені («*Макс*»), і неофіційні, народно-розмовні варіанти («*Жора*», «*Марко*»).

На нашу думку, повні імена закріплюють за собою відтінок офіційності, який може створювати враження відчуженості в клієнта чи споживача, а тому не робить торговельному закладу потенційної реклами. Скорочені форми імен створюють враження свояцтва й простоти.

Для системи номінації ергонімів особливого значення набуває вказівка на власника, тому часто прізвище власника торговельного закладу і є емпоронімом. Як свідчить зафіксований матеріал, переважають номінації, у

яких вказано і прізвище, і ініціали власника, наприклад: «АКИМОВ Д.І.», «Безух Н.І.», «Григоєва С.В.», «ЗВАНЧУК Л.К.», «САВІН Є.С.», «Синявський В.Ю.», «Смола Н.М.», «УРСУЛЕНКО О.А.». Частина емпоронімів містить лише прізвище власника («Бабій», «Грищенко», «ДЕЛІСВ», «Косарев», «КУЗЬМІН», «ХЛІБКЕВИЧ»), зафіксоване лише одне найменування, у склад якого входить прізвище, ім'я, по-батькові («Фокин Владимир Николаевич»).

Використання антропонімів, зокрема імен, прізвищ власників при утворенні назв ергооб'єктів, – це спільна риса українського урбанонімікону. Слушно зауважує Н. Лесовець: «Ця тенденція відзначається й іншими дослідниками сучасної ергонімії та репрезентує поновлення типу номінації, характерного для початку ХХ ст., що засвідчував репутацію підприємства, гарантію високої якості товару / послуги» [2, с.14].

Ім'я і прізвище у складі найменувань торговельних закладів зафіксовано в тих випадках, коли вони є брендами відомих усесвітніх і вітчизняних мереж: «Kira Plastinina»; «PETRO SOROKA»; «Михаил Воронин».

Імена відомих людей слугують джерельною базою для творення емпоронімів Херсона, наприклад: «Ганнібал», «Клеопатра», «Маленький Сократ», «Марсо», «Мерилін».

Продуктивною моделлю творення найменувань відонімного походження є «імена літературних та казкових персонажів, героїв мультиплікаційних фільмів, пісень → торговельний заклад»: «Аеліта», «Золушка», «Базиліо», «Карлсон», «Мак Дак», «Мойдодир», «Робін Бобін», «Старик Хоттабич». Серед таких назв передбачувані найменування магазинів дитячих товарів, наприклад, «Татоша», «Каспер», «Капітошка», «Антошка», «101 далматинець».

Теоніми й міфони́ми виявляють продуктивність у творенні торговельних закладів міста різних спеціалізацій: «Афіна», «Ганеш», «Ерос», «Хорс», «Мідас», «Орфей», «Пегас», «Троль», «Фенікс», «Ніка», «Ельдорадо».

Використання топонімів у найменуваннях торговельних закладів Херсона відзначається різноманіттям, серед яких виділяємо: хороніми – «Атлантік», «Баварія», «Таврида», «Таврія», «Європа», «Україна», «Японія», «Юта»; ойконіми – «Венеція», «Йорк», «Аделаїда», «Палермо», «Честер», «Мілан Париж»; мікротопоніми – «Корабель», «Кузні»; ороніми – «Еверест», «Олімп»; годоніми – «Бродвей»; потамоніми – «Дніпро»; дрімоніми – «Гілея».

У найменуваннях торговельних закладів Херсона відонімного походження наявні лексеми, які називають космічні об'єкти, тобто космоніми («Антарес», «Вега», «Кассіопея», «Меркурій», «Сіріус») та назви архітектурних пам'яток («Версаль», «Колізей»).

Специфічною ознакою емпоронімів, порівняно з іншими ергонімами, є продуктивність моделі творення найменування «бренд (торгова марка) → торговельний заклад». У таких номінаціях частина іноземних представництв в Україні передається латинською графікою, а інша частина транслітерована. Світові бренди, марки і мережі представлені в торговельних ергонімах Херсона різних спеціалізацій, зокрема: одяг і взуття – «Atlantic», «CHESTER», «COLIN'S», «Giardini», «Gloria Jeans», «INCITY»,

«KARI», «Kira Platinina», «LaRouge», «Levi's», «LTB», «MJ Store», «Mohito», «Poledro», «SELA»; техніка – «DataArt», «LG», «Romstal», «Samsung»; косметика, парфумерія, побутова хімія – «SANO», «Watsons», «Yves Rocher» тощо.

Поза всяким сумнівом, позитивним у соціально-економічному житті України є поява вітчизняних брендів, які номінатори Херсона використали як найменування торговельних закладів, зокрема: «PETRO SOROKA» (український бренд жіночого одягу); «PLATO» (український бренд взуття); «DERBY» (український бренд і лідер вітчизняного ринка із виготовлення чемоданів, спортивних сумок, рюкзаків тощо); «ZARINA» (перший діамантовий бренд України).

На нашу думку, вітчизняні бренди могли б мати і україномовні назви, щоб репрезентувати державу на світовому рівні. Слушно зазначає О. Белей: «Українським фірмонімам відводиться й своєрідна репрезентативна роль: у світі Україну часто представляє продукція флагманів вітчизняної індустрії, власні назви яких повинні бути достойними народу з тисячолітньою літературно-мовною традицією. На жаль, на мовноестетичний рівень сучасної української фірмонімії негативно впливають як інерція русифікаційних процесів, так й інвазія західної масової культури» [1, с. 10].

Отже, антропоніми і топоніми формують ядро власних назв, які є джерельною базою для творення найменувань торговельних закладів. Інші різновиди онімів знаходяться на периферії джерельної бази емпоронімії. Виразною тенденцією творення емпоронімів є включення у власну назву імені власника чи іншого антропоніма, який для власника є особливо значущим. Такі тенденції є загальними для творення української ергонімії XXI століття. Специфічною ознакою емпоронімів, порівняно з іншими ергонімами, є продуктивність моделі творення назви «бренд (торгова марка) → торговельний заклад». Перспективним залишається дослідження інших аспектів творення і функціонування емпоронімів Херсона.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Белей О. О. Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської області): автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01. Львів, 2000. 12 с.
2. Лесовець Н. М. Ергонімія м. Луганська: структурно-семантичний і соціально-функціональний аспекти: автореф. дис... канд. філол. наук: спец. 10.02.01. Луганськ, 2007. 19 с.
3. Мартос С.А. Словотвірна структура годонімів Херсона. *Записки з українського мовознавства*. 2019. Вип. 26. Том 1. С. 243-249.
4. Титаренко А. А. Урбанонімія Кривого Рогу: структура, семантика, функціонування: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01. Дніпропетровськ, 2015. 20 с.