

## **ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЙ БАНКОВСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

Лексика – наиболее подвижный раздел языка. Лексические единицы в современном русском языке являются предметом изучения многих поколений русистов. Собственные имена пристально исследуются лингвистами, потому что любое наименование вне зависимости от того, к какому объекту оно относится (к человеку, животному, космическим телам, улице, мегаполису, селу, водоёму, книге, газете или коммерческой фирме и учреждению), – это слово, входящее в систему языка, образующееся по законам языка. В современном мире широких международных связей имена собственные, названия различных организаций и учреждений составляют значительную часть словарного состава языка.

Вопрос о лексике русского языка в науке обсуждается давно. Но вопрос об экономической лексике в русском языке не был исследован в полном объеме, поэтому представляет особый интерес для изучения.

Современная экономическая терминология, с точки зрения источников формирования, распадается на ряд групп. Прежде всего, нужно выделить значительный пласт лексических единиц, которые представляют собой постоянный фонд экономической терминологии.

Центральной зоной функционирования экономической лексики является специальная речь (в письменной и устной форме). Несмотря на то, что это лексика сферы профессионального общения, очень часто она выходит за эти рамки, т.к. стремительное развитие экономики затрагивает все сферы деятельности человека без исключения. Так большинство ключевых экономических терминов вошло в широкое употребление значительной части носителей русского языка.

Не меньший интерес представляют собой эргонимы, так как из-за стремительного развития рыночной экономики начинает появляться масса новых предприятий, страховых компаний и т. д.

Так, под собственным именем (онимом) мы подразумеваем «слово или словосочетание, служащее для выделения именуемого им объекта среди других объектов: его индивидуализации и идентификации» [1, 62]. Собственное имя не обозначает, а называет, так как «у имён собственных способность обозначать ограничена до предела» [2, 254].

«Эргоним – разряд онима. Собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [1, 151]. Эргонимия стала объектом изучения языкознания сравнительно недавно. Лексикографическая практика сосредоточена преимущественно на материале двух разрядов онимов: антропонимов и географических названий. Словарей других классов (космонимов, теонимов, зоонимов, эргонимов и др.) в современной лексикографии исключительно мало. Однако за последние годы в современной лингвистике появился ряд работ, посвященных наименованиям субъектов экономики, начиная с тех, среди основных задач которых числилось простое констатирование факта существования такого пласта имён собственных как эргоним и, заканчивая теми, которые предлагали для обозначения названий предприятий свои термины, новые разряды имен собственных, отличных от эргонимов. Вопрос о том, какие именно онимы следует относить к эргонимии, до сих пор является предметом научных споров. Такая постановка проблемы представляется несколько странной, если учесть, что

термин «эргоним», правда, в несколько ином значении, в то время уже вошёл в употребление и был зафиксирован в словаре Н. В. Подольской.

Таким образом, исследуемые наименования банковских учреждений, можно отнести к разряду эргонимов. Названия банковских учреждений можно классифицировать по различным основаниям, например, ориентируясь на словообразовательные особенности наименования или же принимая во внимание лексический состав.

Так, ориентируясь на лексический состав наименований банковских учреждений [3], нами была составлена классификация, которая включает в себя 6 групп эргонимов:

- 1) использующие географические названия;
- 2) названия с ориентацией на Украину (Россию);
- 3) иностранные названия;
- 4) эргонимы-экзотизмы – иноязычные слова, передающиеся средствами русской графики;
- 5) эргонимы с использованием числительных;
- 6) эргонимы с опосредованной связью.

К первой группе эргонимов мы относим такие наименования банковских учреждений как: «Банк Богуслав», «Банк Кипра», «Банк Кредит Днепр», «Полтава-Банк», «Львов» и т. д. В этой группе используются различные географические названия, что является довольно практичным с точки зрения маркетинга: ведь по наименованию данных банков сразу можно понять, откуда корни учреждения.

Ко второй группе эргонимов относятся: «ИНГ Банк Украины», «Сбербанк России», «Первый Украинский Международный Банк», «Национальный банк Украины», «Укргазбанк», «Укрэксимбанк», «УкрСиббанк», «Укрсоцбанк», «ПУМБ» и т. д. Особенности этой группы в том, что данные наименования, в частности компонент «укр» и полные наименования стран, ясно дают понять принадлежность банков к финансовым группам того или иного государства. Названия таких банков в большинстве случаев вызывает у человека ассоциацию масштабности. Чаще всего создаётся впечатление надежного и крупного банка.

К третьей группе эргонимов относятся: «Raiffeisen Bank», «Universal Bank», «UniCredit Group», «Commerzbank» и т. д. Такие наименования банковских учреждений четко указывают на то, что данный банк является иностранным и помогает нам понять, что это филиал банка.

К четвертой группе эргонимов относятся: «Альпари Банк», «Альфа-Банк», «Апекс-Банк», «Аркада», «Асвио Банк», «Банк Альянс», «Банк Сич», «Банк Траст», «Банк Форвард», «Банк Юнисон», «Вернум Банк», «Глобус», «Грант», «Диамантбанк», «Диви Банк», «Дойче Банк», «Экспресс-Банк», «Евробанк», «Европейский Промышленный Банк», «Индустриалбанк» и т. д. Данные наименования банковских учреждений являются наиболее распространенными. Они благозвучны и поэтому легко запоминаются. Но минусом таких названий является то, что они не несут в себе достаточной информации о банке.

К пятой группе относится эргоним: «Банк  $\frac{3}{4}$ ». Такое название в Украине всего одно. Числительные в названиях банков почти не используются. Существуют интернет-приложения у некоторых банков с употреблением числительных, например: «Приват24». Данное интернет-приложение от Приват Банка дает понять, что оно работает 24 часа в сутки. Можно сказать, что оно является идеальным названием, так как даёт самую главную информацию: 24 часовой рабочий день для банка большая редкость, поэтому некоторые

банковские учреждения создают интернет-приложения для работы с клиентами 24 часа в сутки.

К шестой группе относятся: «Платинум Банк», «Златобанк», «Диамантбанк».

В ходе исследования наименований банковских учреждений мы применили классификацию с ориентацией на словообразовательный состав наименований. В названиях банков, наиболее продуктивны неаффиксальные способы словообразования:

- 1) субстантивация;
- 2) чистое сложение;
- 3) сращение;
- 4) усечение;
- 5) аббревиация:
  - 5.1) инициальная (звуковая, буквенная);
  - 5.2) слоговая;
  - 5.3) смешанная;
  - 5.4) частичная.

Учитывая это, мы составили ещё одну классификацию – словообразовательную. В неё мы включили 4 группы:

- 1) Наименования банков с использованием звуковой аббревиации:  
«ОТП Банк», «ВиЭс», «СЕБ Корпоративный Банк», «ОКСИ Банк», «ПУМБ», «ИНГ Банк Украины», «ТАСКомбанк» и др.
- 2) Наименования банков с использованием буквенной аббревиации:  
«БМ Банк», «БТА Банк», «ВТБ Банк», «КСГ Банк» и др.
- 3) Наименования банков с использованием частичной аббревиации:  
«ТАСКомбанк», «Евробанк», «Индустриалбанк», «Классикбанк», «Финэксбанк», «Финансбанк», «Укргазбанк», «Укрсоцбанк», «УкрСиббанк», «АгроКомБанк», «Сбербанк России», «Ощадбанк», «Сведбанк», «UniCredit Bank» и др.
- 4) Наименования банков с использованием сложения основ:  
«Альфа-Банк», «Апекс-Банк», «Экспресс-Банк», «Фортуна-Банк», «Ситибанк», «Мегабанк», «Метабанк», «Диамантбанк», «Кредобанк», «Мотор-Банк» и др.

Подводя итоги работы, можно сделать следующие выводы:

1. Эргонимы служат для конкретного называния отдельных предметов действительности и выделяют единичный предмет из ряда однородных, причем они не раскрывают (в основной своей массе) признаки и свойства именуемого ими объекта.

2. У эргонима обычно отсутствует прямая связь с понятием, лежащим в основе наименования. Эргоним является в определенной степени лишь «вывеской» для именуемого объекта, вызывая разные ассоциации с главным денотатом. Реципиент связывает эргоним с понятием, имея лишь информацию в «мысленном досье»;

3. В состав эргонимов, как и в состав собственных имен, могут входить любые части речи, даже предлоги, которые в качестве онима начинают «принимать» грамматические характеристики имени существительного.

4. В результате анализа наименований банковских учреждений были выделены две классификации названий: 1) с ориентацией на лексический состав наименований и 2) с ориентацией на словообразовательный состав наименований.

5. В наименованиях банковских учреждений с ориентацией на лексический состав, большее количество наименований относятся к эргонимам-экзотизмам.

6. Среди наименований банковских учреждений с ориентацией на словообразовательный состав доминируют наименования частичной аббревиации. Вероятно, по той же причине, что и эргонимы-экзотизмы. Данные наименования с частичной аббревиацией имеют свойство легко запоминаться и воспроизводиться.

7. При исследовании наименований банков была замечена частотность употребления ряда единиц: «банк», «кредит», «-креди», «финансы», «-финанс-», «-фин-», «Украина», «-укр-», «индустриальный», «-индустриал», «универсальный», «-универсал», «капитал».

#### **Список использованной литературы и ресурсов**

1. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1978. – 200 с.
2. Реформатский А. А. Введение в языкознание / А. А. Реформатский. – М. : Высшая школа, 1967. – 275 с.
3. Список банков Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ubanks.com.ua/>

*Злата Лісіна*

### **ГРАМАТИЧНІ ЗАСОБИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КАТЕГОРІЇ ДІАЛОГІЧНОСТІ В ПОЛІТИЧНИХ ТЕЛЕСХОУ**

Поняття тексту є одним з найбільш досліджуваних у лінгвістиці. Проблема тексту освітлена в працях вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, в останньому двадцятилітті ХХ століття стала провідною ланкою для дослідницьких праць таких дослідників, як Т. А. ван Дейк, Г. Г. Почепцов, І. М. Колегаєва, О. П. Воробйова, Т. В. Радзієвська, О. О. Селіванова та ін. Проблематика тексту багатоаспектна, одним із напрямів її аналізу полягає у вивченні особливостей комунікативного потенціалу тексту та його скерованості на адресата. Ці аспекти щодо фактору адресованості тексту висвітлено М. М. Бахтіним, який визначив таке висловлювання діалогічним. Дослідник вважає, що сутність діалогу становить основу нашого спілкування. Це виявляється в скерованості мовних засобів, які використовує мовець, на адресата та можливості побудови різних конструкцій, що подають відповідь на певний блок реплік. Ця думка стала підґрунтям діалогічного розуміння тексту, а скерованість на адресата було визначено як діалогічність. Категорія діалогічності виявляє себе важливим критерієм в мові та мовленні, в різних соціальних групах та визначає контактування, функціонування тексту між людьми, об'єднаннями тощо.

Категорія діалогічності з розвитком досліджень політичної галузі стає важливим критерієм тексту, який багатогранно втілюється в політичних повідомленнях різних видів: інвентаріація, ток-шоу, агітація тощо та в політичних ситуаціях, що об'єднують такі тексти в одну комунікативну середу. Актуальність нашої роботи полягає в дослідженні механізму відображення категорії діалогічності в політичних текстах, куди належать вербальні засоби як морфологічного, так й синтаксичного рівня як виразники чіткої орієнтації до адресата.

В останній час широкої популярності набули наукові підходи, що ґрунтуються на лінгвістичному та дискурсивному аналізі текстів. Ученими розроблено напрями, які дають