

ОСОБЛИВОСТІ ЕРГОНІМІВ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ (НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНІМІВ МІСТА ЛОНДОН)

Тетяна Мизин

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов природничих факультетів
Навчально-наукового інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
вул. Васильківська, 90, м. Київ, Україна
orcid.org/0000-0003-2627-5670
e-mail: tat.mizin@ukr.net

Анотація. Стаття присвячена вивченню особливостей назв закладів громадського харчування міста Лондон. Запропоновано визначення терміна «ергонім», під яким розуміється різновид онімів, що позначають власні назви різноманітних установ та об'єднань людей. Акцентовано увагу на тому, що ергоніми – це специфічний прошарок лексики, який відображає всі зміни в суспільстві. З'ясовано, що ергоніми-рестораніми є соціально, культурно й економічно детермінованими. Висвітлено питання загальної класифікації ергонімів. Назви закладів громадського харчування віднесено до колективонімів. Виявлено, що одним із основних способів утворення ергонімів є лексико-семантичний, який реалізується двома шляхами: онімізацією та трансонімізацією. Під онімізацією розуміється перехід загального імені в ім'я особове; під трансонімізацією – перехід власних назв з одного класу до іншого. Схарактеризовано лексико-семантичні групи ергонімів. Виділено 14 груп ергонімів, утворених методом онімізації та 5 груп ергонімів, утворених за допомогою трансонімізації. Визначено окремі лексичні одиниці, які найчастіше вживаються в назвах ресторанів. Встановлено, що більшість із трансонімізованих ергонімів – антропоніми та топоніми. Зареєстровано 42 структурні моделі сполучуваності досліджуваних лексичних одиниць: однокомпонентні, двокомпонентні та багатоконпонентні. Виділено найчастотніші з них: N , $N+N$, $A+N$. Зазначено, що найменш частотними моделями є n -ятикомпонентні. Оскільки всі структурні моделі характеризуються різною частотою вживаності в семантичних групах досліджуваних ергонімів, встановлено групи моделей за їхньою поширеністю. Виділено три порогові поширеності моделей: висока, середня та низька. З'ясовано, що структурні моделі $N+N$, $A+N$ характеризуються високим порогом поширеності; моделі $N's$, $d+N+N$; $d+Adj+N$ мають середню поширеність. Усі інші моделі не є поширеними. Таким чином, підтверджено дію так званого закону переваги, суть якого полягає в тому, що в мові та мовленні віддається перевага невеликій кількості одиниць, які складають їхнє ядро і несуть максимум функціонального навантаження.

Ключові слова: ергонім, ресторанім, онімізація, трансонімізація, лексико-семантична група, структурна модель, поширеність.

**PECULIARITIES OF ERGONYMS OF GREAT BRITAIN
(ON THE EXAMPLE OF LONDON RESTAURANT NAMES)**

Tetiana Myzyn

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Foreign Languages
of Natural Sciences Faculties
of Educational and Scientific Institute of Philology
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Vasylkivska Str., 90, Kyiv, Ukraine
orcid.org/0000-0003-2627-5670
e-mail: tat.mizin@ukr.net*

Abstract. *The article deals with the study of the peculiarities of London catering establishments names. A definition of the term “ergonym” is proposed. It is treated as a kind of onyms denoting proper names of various institutions and associations of people. Attention is focused on the fact that ergonyms are a specific layer of vocabulary that reflects all changes in society. It is stated that ergonyms-restoronyms are socially, culturally and economically determined. The issue of the general classification of ergonyms is highlighted. The names of catering establishments are referred to collectivonyms. It is revealed that one of the main ways of ergonym formation is lexical-semantic, which is implemented in two ways: onymization and transonymization. Onymization is understood as the transition of a common name into a personal name; transonymization is the transition of proper names from one class to another. Lexical and semantic groups of ergonyms are characterized. Fourteen groups of ergonyms formed by the method of onymization and 5 groups of ergonyms formed by transonymization are singled out. Individual lexical units that are most often used in restaurant names have been identified. It is emphasized that most of the transonymized ergonyms are anthroponyms and toponyms. Forty-two structural models of combinability of the studied lexical units are registered: one-component, two-component and multicomponent. The most frequent of them are highlighted: N, N+N, A+N. It is noted that the least frequent models are five-component. Since all structural models are characterized by different frequency of use in the semantic groups of the studied ergonyms, groups of structural models according to their occurrence are singled out. Three levels of the occurrence of models are identified: high, medium and low. It is revealed that structural models N+N, A+N are characterized by a high occurrence level; models N's, d+N+N; d+Adj+N have a medium occurrence. All other models are not common. Thus, the action of the so-called law of preference has been confirmed, the essence of which is that in language and speech, preference is given to a small number of units that make up their core and carry the maximum functional load.*

Key words: *ergonym, restoronym, onymization, transonymization, lexical and semantic group, structural model, occurrence.*

Постановка проблеми. Сучасна лінгвістика характеризується тенденцією до вивчення особливостей функціонування власних назв, зокрема ергонімів. Стаття є спробою дослідження особливостей ергонімів-ресторанонімів м. Лондон. Вивчення ергонімів є актуальним з огляду на їхню семантичну й граматичну специфіку, швидку оновлюваність та необхідність лінгвістичного аналізу цих лексичних одиниць.

Мета і завдання статті. Метою нашого дослідження є визначення структурних моделей та лексико-семантичних особливостей ресторанонімів м. Лондон. Відповідно до зазначеної мети виникає необхідність вирішення таких завдань: встановити місце ергонімів у системі ономастики; визначити структурні та лексико-семантичні особливості досліджуваних назв.

Предмет та об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є ергоніми-рестораноніми м. Лондон. Предмет аналізу – лексико-семантичні та структурні характеристики досліджуваних лексичних одиниць. Матеріалом для дослідження слугують назви закладів харчування, дібрані методом суцільної вибірки з інформаційних джерел [1–4].

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній лінгвістиці спостерігається зростання інтересу до вивчення ергонімів, як способу систематизації онімного простору. Про це свідчать публікації таких мовознавців, як Р.О. Гришкової, А.А. Титаренко, Ю.І. Дідур, В. Підвальної, Ю. Маслової, М. Вінтоніва, Т. Вінтонів, О. Сидоренко та багатьох інших.

Науковці розглядають як загальні проблеми ергоніміки, так і окремі групи ергонімів

у різних мовах. Р. Ernst зосереджує увагу на визначенні ергонімів. Ю. Дідур аналізує походження та семантичне навантаження терміна «ергонім». М.М. Торчинський досліджує денотатно-номінативну структуру ергонімії. А.А. Титаренко з'ясовує місце урбанонімів у загальній класифікації онімів. В. Підвальна, Ю. Маслова характеризують способи творення комерційних ергонімів. М. Вінтонів, Т. Вінтонів, О. Сидоренко вивчають функціонально-семантичні прояви ергонімів у сучасній українській мові (на прикладі закладів громадського харчування Києва). О. Мельник характеризує словотвірні деривати інструментальності в сучасному ергонімотворенні Вінниччини. Лінгвокультурні аспекти англійських ергонімів у Канаді вивчає Р.О. Гришкова. Вивчення питання дослідження ергонімів на матеріалі англійської мови, зокрема ергонімів-ресторанонімів, змушує нас констатувати факт, що це питання не є достатньо вивченим.

Ергоніми належать до того класу лексичних одиниць, які викликають жваві дискусії серед лінгвістів. У сучасній лінгвістиці немає єдиного погляду на природу цих онімів, не існує загальноприйнятого визначення. Через їхню надзвичайну мінливість відсутня чітка та детальна класифікація. В англійській ономастиці замість терміна «ергонім» вживаються такі одиниці, як: *business name, company name, commercial name, brand name, place name, product name, street name* [5; 6].

В українській науці під ергонімами розуміють назви суб'єктів господарської діяльності [7, с. 369].

Р.О. Гришкова дає таке визначення ергонімів: Ergonyms are the names of companies, banks, factories, plants, educational establishments, cultural objects and sports events, shops etc. They function in a certain linguistic space and reflect people's attitude towards their social and cultural surrounding [8, с. 121].

У нашій науковій розвідці під цим терміном ми розуміємо різновид онімів, що позначають власні назви різноманітних установ та об'єднань людей.

Ергоніми, як специфічний прошарок лексики, відображають усі зміни в суспільстві. Погоджуємося з думкою М. Вінтоніва, Т. Вінтонів, О. Сидоренко, що ергоніми, як соціально орієнтовані одиниці, які існують в лінгвістичному, культурному та прагматичному аспектах, є соціально і економічно детермінованими [9, с. 10].

Існує ціла низка класифікацій ергонімів у сучасній лінгвістиці. Напевно, їхню найбільш повну і детальну класифікацію дає М.М. Торчинський. Він виділяє три великі групи ергонімів, які потім підрозділяються на підгрупи. Дослідник вважає, що до складу ергонімів відносяться: 1) колективоніми – власні назви колективів, зайнятих у сфері виробництва та сервісу; 2) конфедераціоніми – власні назви об'єднань людей, держав та інших об'єктів за політичними, ідеологічними та іншими подібними ознаками; 3) пресулатоніми – власні назви керівних структур різних рівнів. Серед колективонімів вирізняється група кулінонімів, які, в свою чергу включають ресторано́німи і таверно́німи як номінації закладів громадського харчування [10, с. 186–189].

Остання підгрупа і є в фокусі нашої уваги.

Наші спостереження вказують на те, що одним із домінуючих способів утворення ергонімів-ресторанонімів є лексико-семантичний. Він реалізується двома шляхами: онімізації та трансонімізації. Онімізація – це насамперед утворення власних назв шляхом власне семантизації, коли апелюють стає пропріальною одиницею без будь-якої зміни своєї форми [11, с. 46]. Під трансонімізацією ми будемо розуміти перехід власних назв з одного класу до іншого.

Із точки зору семантичного наповнення та граматичної структури досліджувані нами ергоніми можна поділити на декілька груп.

Для запису моделей сполучуваності всі слова кодуємо символами класів слів: *N* – іменник, *A* – прикметник, *NumI* – кількісний числівник, *NumII* – порядковий числівник, *prp* – прийменник, *cnj* – сполучник, *d* – детермінатив іменника (артикль) та присвійний займенник. У рамках класів *N* і *V* виділяються деякі їхні форми, які функціонально прирівнюються до самостійних класів: *N's* – іменник у присвійному відмінку, *V= Ving* – дієприкметник, герундій.

Досліджувані нами лексико-семантичні групи ергонімів, утворених шляхом онімізації, можна представити таким чином:

- ергоніми, до складу яких входять лексичні одиниці на позначення належності до королівської родини (як символ Великобританії) та титули:

- *N+N* (*Kings Arms; Roti King; Lord Wargrave*);

- *d+N+N* (*The Queens Arms; The Prince Alfred; Lord Clyde Southwark*);
- *d+Adj+N* (*The Royal Forest*);
- *d+N+prp+N* (*The Prince of Wales; The Duke of Wellington; The Duke of Sussex*).
- Ергоніми з вказівкою на професію чи заняття: – *d+N+&+N* (*The Pig & Butcher*);
- *d+N* (*The Alchemist*);
- *d+N's+N* (*The Butcher's Hook*);
- *N+N+conj+N* (*Fishers Restaurant & Takeaway*).
- Ергоніми, які характеризують якість чи характеристику ресторану:
- *N* (*Niche (Gluten-free dining)*);
- *N+Adj* (*Ô Gourmet Libanais*);
- *Adj+N* (*Honest Burgers*);
- *Adj+N+N* (*Hard Rock Café*);
- *d+N+N+N* (*The Quality Chop House*).
- Ергоніми, які характеризують атмосферу ресторану:
- а) ті, що створюють атмосферу сімейного затишку:
- *N+N* (*Mother Mash; Nonna Mamma (tribute to age-old traditions of Italian grandmothers)*);
- *d+ d +N* (*La Mia Mamma*);
- *N+N+Adj+N* (*Shanghai Family Chinese Restaurant*);
- *d+N+N+N* (*The Jones Family Kitchen*);
- б) ергоніми, які характеризують британський дух:
- *Adj+N* (*Happy London*);
- *N+prep+N* (*Lanes of London (British inspired food)*);
- *Adj+N+N* (*Little Wonder Café*);
- *d+Adj+N+prep+N* (*The Old Bank of England*);
- в) ергоніми, які створюють атмосферу старовини, старої, доброї Англії:
- *d+N* (*The Windmill*);
- *Adj+N* (*Old Dairy*);
- *N's+N* (*Leong's Legend*);
- *d+Adj+N* (*The Old Fields*);
- г) ергоніми, які характеризують вишуканість, багатство ресторану:
- *N+N* (*Oasis Lounge*);
- *d+N* (*La Fortuna*);
- *N+N+N* (*Winter Garden Restaurant*);
- *N+prep+N+N* (*Corenucopia by Clare Smyth*);
- е) ергоніми, які створюють атмосферу унікальності ресторану:
- *N+N* (*Tattu London (At the entrance gate an ornate "spirit screen" depicts four mythical Tattu creatures, the Phoenix, Koi Carp, Dragon and Tiger); Wilderness Kitchen; Indigo Restaurant*);
- *Adj+N* (*Wild Honey*);
- є) ергоніми, які виражають концепт краси:
- *N* (*Gold*);
- *N+N* (*Schnitzel Heaven*);
- *Adj+N* (*Golden Chippy; Bella Vita; Bella Italia; Magic Falafel*);
- *Adj+Adj+N* (*Paramount Fine Foods*);
- ж) ергонім, який виражає поняття дружби:
- *N+prep+N* (*Friend at Hand*).
- Ергоніми, до складу яких входять релігійні поняття чи власні імена:
- *N+N* (*Trinity Restaurant*);
- *Adj+N* (*St John*);
- *Adj+N's+N* (*St Stephen's Tavern*).
- Ергоніми, до складу яких входять назви продуктів, спецій, інгредієнтів:
- *N+N* (*Noodle Inn*);
- *Adj+N* (*Swiss Butter*);
- *d+N+N* (*The Curry Room*);
- *N+N+N+N* (*North Sea Fish restaurant*);
- *N+conj+N* (*Steak and Lobster; Salt & Pepper*);
- *N+Adj+N* (*Rice Persian Kitchen*);
- *N+ conj +N+N* (*Burger and Lobster Soho*);
- *d+N+ conj +N* (*The Lamb and Flag; The Duck and Rice*).
- Ергоніми, до складу яких входять назви овочів та фруктів:
- *N* (*Aubergine*);
- *d+N* (*The Pineapple; The Grapes*);
- *Adj+N* (*Sticky Mango; Humble Grape*);
- *N+N* (*Lime Orange*).
- Ергоніми, до складу яких входять назви рослин: – *N* (*Hibiscus*);
- *N+N* (*Banana Tree*);
- *Adj+N* (*Wild Thyme*);
- *N+Adj* (*Daisy Green*).
- Ергоніми з назвами тварин: – *N* (*Giraffe; Rabbit*);
- *N+N* (*Bengal Tiger; Bulls Head; Turtle Bay*);
- *Adj+N* (*Red Lion; Humble Chicken*);
- *d+N* (*The Bear; Las Iguanas*);
- *d+N+N* (*The Monkey Puzzle*);
- *d+Part I+N+N* (*The Grazing Goat Marylebone*).
- Ергоніми з назвами птахів: – *N* (*Swan; Seabird*);
- *d+ N* (*The Blackbird; The Magpie*);
- *N+N* (*Sparrow Italia*);
- *d+Adj+N* (*The White Swan*);
- *N's+N+N+conj+N* (*Bentley's Oyster Bar & Grill*).

Результати нашого дослідження показують, що до складу ергонімів часто входять деякі певні лексичні одиниці. Такими, наприклад, є ергоніми з лексемами “Fish and chips” (як один із культурних символів Великої Британії):

- $N+conj+N$ (*Fish and Chips*);
- $N+N+conj+N$ (*Baileys Fish and Chips*);
- $N's+N+conj+N$ (*Hobson's Fish and Chips*; *Micky's Fish & Chips*).

Іншим прикладом є лексема “Arms” із такими структурними моделями:

- $N+N$ (*Chesterfield Arms*; *Buckingham Arms*; *Masons Arms*; *Kings Arms*; *Morgan Arms*);
- $d+N+N$ (*The Queens Arms*; *The Skinners Arms*; *The Devonshire Arms*; *The Lucas Arms*; *The Hawley Arms*; *The Andover Arms*; *The Hemingford Arms*; *The Ganton Arms*; *The Anglesea Arms*).

Інша частотна лексична одиниця, яка часто зустрічається в назвах ресторанів і, на нашу думку, створює атмосферу романтичності, є лексема “Ivy”. Для неї характерні дві структурні моделі:

- $d+N+N$ (*The Ivy Asia*; *The Ivy Victoria*);
- $d+N+N+N$ (*The Ivy Market Grill*).

До складу ресторанимів часто входять кількісні числівники, виражені:

а) кількісними числівниками, які передаються числами:

- $N+NumI$ (*Restaurant 45*; *Bokan 37*);
- $NumI+N$ (*34 Mayfair*);
- $N+NumI+N$ (*Bar 61 Restaurant*);
- $N+NumI+N+conj+N$ (*No 5 Dining & Lounge*);
- $V+prep+NumI+N+N$ (*Cut at 45 Park Lane*);

б) числівниками, які передаються словами:

- $NumI+N$ (*Three Crowns*; *Two Chairmen*);
- $d+NumI+N$ (*The Three Tuns*).

в) порядковими числівниками:

- $d+NumII$ (*The Ninth*).

Велика кількість ергонімів виникає шляхом трансонімізації. Так, наприклад, досліджувані нами лексичні одиниці можуть утворюватися шляхом переходу антропонімів в ергоніми. Серед них можна виділити:

• ергоніми, до складу яких входять прізвища відомих людей:

- $N+N$ (*Amerigo Vespucci*; *Darwin Brasserie*; *Lord Nelson*);
- $d+N+N$ (*The Churchill Arms*; *The Dickens Inn*).

• Ергоніми, до складу яких входять жіночі чи чоловічі імена:

- N (*Gloria*; *Victoria*);

- $N's$ (*Sergio's*; *Daphne's*; *Giuseppe's*; *Daphne's*);
- $N's+N$ (*Sam's Riverside*);

- $d+N$ (*The George*);

- $N+N's+Adj+N$ (*Waffle Jack's American Diner*).

• Ергоніми, до складу яких входять імена та прізвища засновників / шеф-кухарів ресторанів: – $N+N$ (*Rules Restaurant (Established by Thomas Rule)*);

- $N+N+N$ (*Restaurant Gordon Ramsay*);

- $N+prep+N+N$ (*Corenucopia by Clare Smyth*; *Dinner by Heston Blumenthal*);

- $N+N+N+N$ (*Jamie Oliver Catherine St*);

- $N+N+Adj+N$ (*Gordon Ramsay Plane Food*);

- $N+N+prep+N's$ (*Gordon Ramsay at Claridge's*).

Шляхом трансонімізації в ергоніми можуть переходити топоніми. Серед них можна виділити такі лексико-семантичні групи та характерні для них структурні моделі:

• ергоніми із вказівкою на країну:

- $N+N$ (*Iran Restaurant*; *Tokyo Diner*);

- $Adj+N$ (*Thai Taste*; *Bella Italia*; *Swiss Butter*);

- $Adj+N+N$ (*German Gymnasium Restaurant*; *Canada Water Café*);

- $d+Adj+N$ (*The French House*; *The Real Greek*; *The Indian Express*);

- $N+Adj+N$ (*TajMahal Indian Cuisine*; *Yatri Indian Restaurant*);

- $N's+Adj+N$ (*Imad's Syrian Kitchen*);

- $N+prp+N$ (*Taste of India*).

• Ергоніми із вказівкою на місцезнаходження: – $N+N$ (*Opera Tavern (opposite the Drury Lane Theatre, seconds from the Opera House)*); *Trafalgar Tavern*);

- $N+N+N$ (*Leicester Square Kitchen*);

- $d+N+N$ (*The Museum Tavern (near the British Museum)*; *The Cambridge Street*; *The Portrait Restaurant (it is on the top floor of the revamped National Portrait Gallery)*);

- $NumI+N+N$ (*Forty Dean Street*);

- $d+N+prp+N$ (*The Kitchen at Holmes (located in Baker Street)*).

Загалом, ергоніми, що виникли шляхом трансонімізації, тобто переходу власної назви з одного розряду онімів до іншого, становлять 38,6%. Більшість із них – антропоніми та топоніми.

Аналіз показує, що всього зареєстровано 42 структурні моделі сполучуваності. Серед них: 2 однокомпонентні моделі, 7 двоконпонентних, 15 трикомпонентних, 13 чотирикомпонентних, 4 п'ятикомпонентних моделей. Серед однокомпонентних моделей найбільш частотною є модель N . Вона зустрічається в семи семантичних гру-

пах ергонімів. Найбільш характерними для двокомпонентних моделей є $N+N$, $A+N$. Вони виділяються в 16 і 11 групах ергонімів, відповідно. Найменш частотними є моделі: $N+NumI$; $NumI+N$. Серед трикомпонентних моделей як найчастотніші виділяємо $d+N+N$; $d+Adj+N$. Їхня частота: 7 і 5, відповідно. Моделей, які зустрілися лише по одному разу виявилось 8. Структурна модель $d+N+N+N$ є найчастотнішою серед чотирикомпонентних моделей. Вона зафіксована в 3 семантичних групах досліджуваних ергонімів. Переважна більшість моделей не є поширеними. Вісім моделей із 13 зустрілися всього по одному разу. П'ятикомпонентні моделі мають чотири види. Усі вони зареєстровані по одному разу.

Оскільки всі структурні моделі, що розглядаються нами, характеризуються різною частотою вживаності в семантичних групах досліджуваних ергонімів, виникла можливість встановити групи моделей за їхньою поширеністю.

Було виділено наступні пороги поширеності моделей: висока поширеність (16-9), середня поширеність (8-5), низька поширеність (4-1).

Аналіз показав, що високою поширеністю характеризуються моделі: $N+N$; $A+N$. Структурні моделі $N's$, $d+N+N$; $d+Adj+N$ мають середню поширеність. Усі інші структурні моделі не є поширеними.

Одержані дані підтвердили дію так званого закону переваги, суть якого полягає в тому, що в мові та мовленні віддається перевага невеликій кількості одиниць, які складають їхнє ядро. Цей мінімум є найчастотнішим несе максимум функціонального навантаження.

Висновки. Таким чином, беручи до уваги результати, отримані при дослідженні особливостей англomовних ергонімів, ми прийшли до висновку, що ергоніми – це різновиди онімів, які позначають власні назви різноманітних установ та об'єднань людей. Лексико-семантичний спосіб утворення лексичних одиниць є важливим дериваційним інструментом, за допомогою якого утворюються ергоніми-рестораноніми міста Лондон. Онімизація та трансонімизація є методами утворення досліджуваних ергонімів. Проведене дослідження засвідчує, що ергоніми на позначення закладів харчування столиці Великої Британії характеризуються 42 моделями сполучуваності. Виділено найчастотніші та найменш частотні моделі. Встановлено групи моделей за їхньою поширеністю.

Вивчення утворення ергонімів засобами вторинної номінації та етимологічний аспект досліджуваних одиниць можуть бути **перспективною** подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. The 10 Best Restaurants in London. URL: https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g186338-London_England.html (Дата звернення: 21.02.2026).
2. 22 of the Best Restaurants in the City of London. URL: <https://bonvivant.co.uk/journal/the-best-restaurants-in-the-city-of-london> (Дата звернення: 21.02.2026).
3. Hot Right Now – London's Hottest Restaurants. URL: <https://www.hot-dinners.com/Features/Hot-Dinners-recommends/hot-right-now-london-s-hottest-restaurants> (Дата звернення: 22.02.2026).
4. Food and Drink. URL: <https://www.timeout.com/london/food-drink> (Дата звернення: 22.02.2026).
5. List of Key Onomastic Terms. URL: <http://www.icosweb.net/index.php/terminology.html> (Дата звернення: 25.02.2026).
6. Holger Wochele, Julia Kuhn, Martin Stegu. *Onomastics Goes Business: Role and Relevance of Brand, Company and Other Names in Economic Context*. Berlin: Logos Verlag Berlin, 2012. 287 p.
7. Підвальна В., Маслово Ю., Жуков В. Способи творення комерційних ергонімів. *Journal of Education, Health and Sport*. 2016. № 6 (7). С. 367–374.
8. Gryshkova R.O. Linguistic and Cultural Aspects of Anglophone Ergonyms in Canada. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Том 33 (72). № 2. Ч. 1. С. 121–126.
9. Vintoniv M., Vintoniv T., Sydorenko O. Functional and Semantic Appearances of Ergonyms in Modern Ukrainian Language (for example of catering establishments in the city Kyiv). *Skhid (East)*. 2024. Vol. 6. Issue 4. P. 9–14.
10. Торчинський М. М. Денотатно-номінативна структура ергонімії. *Studia Slavica*. 2009. Вип. 10. С. 185–192.
11. Торчинський М., Торчинська Н. Граматичні особливості власних назв: 36. наук. праць *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*, 2022. Випуск 25. С. 45–51.

REFERENCES

1. The 10 Best Restaurants in London. Retrieved from: https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g186338-London_England.html (access date: 21.02.2026).
2. 22 of the Best Restaurants in the City of London. Retrieved from: <https://bonvivant.co.uk/journal/the-best-restaurants-in-the-city-of-london> (access date: 21.02.2026).
3. Hot Right Now – London’s Hottest Restaurants. Retrieved from: <https://www.hot-dinners.com/Features/Hot-Dinners-recommends/hot-right-now-london-s-hottest-restaurants> (access date: 22.02.2026).
4. Food and Drink. Retrieved from: <https://www.timeout.com/london/food-drink> (access date: 22.02.2026).
5. List of Key Onomastic Terms. Retrieved from: <http://www.icosweb.net/index.php/terminology.html> (access date: 25.02.2026).
6. Holger Wochele, Julia Kuhn, Martin Stegu (2012). Onomastics Goes Business: Role and Relevance of Brand, Company and Other Names in Economic Context. 287 p.
7. Pidvalna, V., Maslova, Yu., Zhukov, V. (2016). Sposoby tvorennia komertsiiinykh erhonimiv [The ways of forming commercial ergonyms]. *Journal of Education, Health and Sport*. №6 (7). pp. 367–374 [in Ukrainian].
8. Gryshkova, R.O. (2022). Linguistic and Cultural Aspects of Anglophone Ergonyms in Canada. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V.I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*. Vol. 33 (72). №2. Part. 1. pp. 121–126 [in English].
9. Vintoniv M., Vintoniv T., Sydorenko O. (2024). Functional and Semantic Appearances of Ergonyms in Modern Ukrainian Language (for example of catering establishments in the city Kyiv). *Skhid (East)*. Vol. 6. Issue 4. pp. 9-14 [in English].
10. Torchynskyi, M.M. (2009). Denotatno-nominatyvna struktura erhonimii [The denotational and nominative structure of ergonymy]. *Studia Slavakistika*. Issue 10. pp. 185–192 [in Ukrainian].
11. Torchynskyi M., Torchynska N. (2022). Hramatychni osoblyvosti vlasnykh nazv [Grammatical peculiarities of proper names]. *Aktualni problemy filolohii ta perekladoznavstva*. Issue. 25. pp. 45–51 [in Ukrainian].

Дата першого надходження статті до видання: 06.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 10.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 07.05.2026