

УДК 811.111'373.2:636.12

АЛЕКСЕЄВА Наталя Михайлівна

аспірант кафедри граматики англійської мови

Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова,

Французький бульвар, 24/26, Одеса, 65058, Україна;

тел.: +380974342467; e-mail: natalie.m.alekseeva@gmail.com;

ORCID ID: 0000–0001–9304–7251

DOI: <https://doi.org/10.18524/2410-3373.2018.21.155178>

МОТИВАЦІЙНА СТРУКТУРА ОФІЦІЙНОГО ГІППОНІМІКОНУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Анотація. У статті пропонуємо специфічну саме для гіппонімікону мотиваційну класифікацію. Останнім часом виникла потреба дослідження мотивації зоонімів, зокрема гіппонімів, адже, гіппоніми складають абсолютну більшість зоонімікону англійської мови, так як кінь є невід'ємною складовою культури Англії та США. Звідси випливає, що дослідження мотивації гіппонімів є шляхом до пізнання особливостей їх творення, соціальних, історичних та культурних фактів об'єктивної дійсності, покладених в основу номінації. Так, **метою** дослідження є визначення особливостей мотивації гіппонімів та їх системний опис. **Об'єктом** дослідження є офіційні власні назви на позначення коней в англійській мові. **Предметом** дослідження є мотиваційні особливості гіппонімів. **Матеріалом** дослідження є 120 гіппонімів англійської мови, обраних зі списків переможців кінних перегонів Англії та США методом суцільної вибірки. Використовувалися також приклади, розміщені на англomовних сайтах в мережі Інтернет. Під час дослідження було використано описовий **метод** та метод мотиваційного аналізу. У **результаті** розвідки гіппоніми були розподілені на 13 класів, з огляду на природу їх мотивованості. Кількісні показники аналізу обраних гіппонімів наявно демонструють переважування трьох типів мотивації: номінальної, патронімічної та асоціативної, що й відображають три основні універсалії, покладені в основу мотивування офіційних гіппонімів: довільність підбору імені, відсутність національного ряду імен та типових гіппооснов; наслідування давньої традиції іменування, концентрація у назві історії походження тварини; індивідуальність процесу підбору імені, лексичне різноманіття гіппонімів, необмеженість ресурсів для номінації. У процесі аналізу були також окреслені диференційні відмінності щодо мотивування гіппонімів у порівнянні з іншими розрядами онімів, виявлена їх лінгвістична природа.

Ключові слова: зоонім, гіппонім, офіційний гіппонім, мотивація, мотив.

У минулому столітті вивчення гіппонімів — власних назв коней — займало периферійне положення порівняно з дослідженнями інших розрядів власних назв зооніміки. Сьогодні ж з впевненістю можна стверджувати, що гіппоніми складають абсолютну більшість зоонімікону англійської мови, а динамізм процесу номінації підтверджується даними про близько 65 000 заявок на нове ім'я кожного року лише у США. Така популярність конярства зумовила створення регулюючих органів міжнародного формату, таких як Міжнародна федерація кінного спорту (*International Federation for Equestrian Sports*), Всесвітня федерація спортивних студбуків (*World Breeding Federation for Sport Horses*), Жокейський клуб (*The Jockey Club* — США), Жокейський клуб (*Jockey Club* — Великобританія), Британська рада скакового спорту (*British Horseracing Authority*) та ін., які уніфікують правила та супроводжують процес номінації.

Відтак, усебічна кодифікація офіційних форм найменувань, властива антропонімам, топонімам, космонімам та іншим магістральним розрядам онімів, стає характеристикою й гіппонімів, що підкреслює їх значущість та необхідність дослідження. Не менш важливою складовою гіппонімікону є неофіційні імена, які використовуються у повсякденному житті, складають народну (реальну) гіппонімію, однак побутують як адміністративно й законодавчо нерегульовані одиниці.

У попередніх розвідках ми докладно зупинялися на аспектах функціонування гіппонімів англійської мови, їх структурних особливостях та можливих класифікаціях, а наразі видається **актуальним** та необхідним виявити особливості закріплення за твариною імені, як вихідного моменту номінації, після якого слово стає власною назвою і починає функціонувати в мові у новій ролі. Отже, **мета** дослідження полягає у визначенні особливостей мотивації гіппонімів та їх системному описі. **Об'єктом** дослідження є власні назви на позначення коней в англійській мові. **Предметом** дослідження є мотиваційні особливості гіппонімів. **Матеріалом** дослідження є 120 гіппонімів англійської мови, обраних зі списків переможців кінних перегонів методом суцільної вибірки. Використовувалися також приклади, розміщені на англійських сайтах у мережі Інтернет. Під час дослідження було використано описовий **метод** та метод мотиваційного аналізу.

Попри значну зацікавленість питаннями гіппонімії вченими С. Вархолем [2], Р. Котсом [13], Т. П. Романовою [5], Н. Г. Рядчен-

ко [6], О. В. Салміною [7], досі багато питань залишаються відкритими для розв'язання, серед яких й мотивація гіппонімів.

Протягом останніх десятиліть деякі ономасти виявили зацікавленість вивченням мотивації зоонімів, вбачаючи специфіку зоонімної номінації саме в доборі мотиваційних ознак для найменування тварини. Зокрема, С. Вархол, професор Люблінського університету, аналізує та систематизує протягом 40 років понад 120 000 одиниць зоонімної лексики, зібраної на територіях проживання слов'янських народів, та створює п'ятитомний словник під назвою «Етимологічно-мотиваційний словник слов'янської народної зоонімії» [18]. Власні назви коней включені до першого тому словника і супроводжуються мотиваційними коментарями інформантів.

До проблеми вивчення мотивації зоонімів звернувся М. І. Сюсько у монографії «З народного джерела: Карпатоукраїнський зоонімікон у контексті інших слов'янських (і неслов'янських) мов» [9]. Фактичним матеріалом послуговували зооніми з 118 сіл України, зібрані впродовж 6 років. Перший (і найбільший) розділ праці присвячений лексико-семантичному аналізу сучасного українського зоонімікону.

Важливий внесок у дослідження українського зоонімікону зробила К. Д. Долбіна, присвятивши окрему статтю аналізу його мотиваційної структури [3].

Т. В. Шмельова присвячує другий розділ власного навчального посібника «Ономастика» ґрунтовному дослідженню мотивації зоонімів, відповідаючи на три питання, які, на думку автора, найбільш цікаві відносно усіх видів зоонімів: «чим мотивуються клички, звідки черпаються лексичні ресурси і яка мовна техніка при цьому використовується?» [11, с. 57]

Констатуємо, що, на сьогоднішній день, поодинокі дослідження мотивації гіппонімів виконані на зоонімічному матеріалі слов'янських країн, тоді як англійський зоонімікон (в т. ч. гіппонімікон) сьогодні залишається майже не вивченим, хоча, на нашу думку, саме англійські офіційні та народні назви коней є багатющим джерелом досліджень особливостей мотивації, способів словотворення та функціонування імен у мові та мовленні.

Н. В. Подольська у «Словнику російської ономастичної термінології» дає наступне визначення поняттю вмотивоване ім'я: «будь-яка власна назва, яка має прозору семантичну структуру, чітко виокрем-

лену кореневу морфему, через що в ній можна визначити мотив номінації» [4, с. 85]. У примітках дослідниця пояснює, що зазвичай кожне ім'я є вмотивованим, однак іноді мотив номінації «може бути прихований від усіх, крім вузького кола ознайомих людей» [там само, с. 85]. У свою чергу, М. М. Торчинський розширює розуміння мотивації і вводить поняття **причини** виникнення власної назви, що вказує на привід для найменування, та **мотиву** для утворення чи вибору назви, тим самим виводячи аналіз мотиваційних процесів за межі мовного середовища [10, с. 270].

У найновітнішому «Словнику української ономастичної термінології» зазначається, що **мотив** — це «екстралінгвальний привід вибору чи створення конкретної власної назви для конкретного об'єкта» [1, с. 124]. Тотожність двох понять очевидна, тому у нашому дослідженні надалі використовуємо офіційно утверджений термін **мотив**.

Отже, гіпоніми, як і будь-які оніми, мають власну вмотивованість. Всі вони соціальні, адже відображають суспільні смаки, характеризують суспільні традиції та світобачення людей. Хоча усі вищезазначені фактори є позамовними, ономасти досліджують **причини**, що породжують імена, адже вони часто дають ключ до розуміння типу словотворення — явища суто лінгвістичного.

Перш за все, необхідно знов підкреслити основну характеристику сукупності власних назв коней, а саме наявність двох полярних груп офіційних та неофіційних гіпонімів.

Особливістю офіційної гіпонімії, у порівнянні з неофіційною, є неможливість отримати назву уже з наявного фонду, співвіднесеність імені лише з одним членом даної категорії, що є обов'язковою вимогою номінації, оскільки присвоєння імен спортивним коням передують їх оголошенню на змаганнях. Звідси впливає й недопустимість «загальної» власної назви (common proper name), про яку згадує О. В. Суперанська у контексті розповсюдженості певних антропонімів, яка не викликає ніяких незручностей [8, с. 78]. Зазначені фактори породжують незліченні акти номінації і дозволяють кваліфікувати офіційні гіпоніми як штучно створені імена, породжені цілеспрямованим словотворчим актом, а не природним відбором у результаті мовної практики.

Синтез глибоких традицій іменування та сучасних спортивних правил обумовив своєрідні особливості номінації зі своїми специфіч-

ними мотивуваннями власних назв. Через те, що іменослов кінних пропріативів постійно збільшується, перелічити всі види мотивації гіпонімів практично неможливо, хоча самі основні з них можемо виділити, використовуючи термінопозначення загальної класифікації типів мотивації ономастикону М. М. Торчинського [10, с. 274–287]. Так, широким є вживання **патронімічних** гіпонімів, до яких відносимо гіпоніми, мотивовані іменами батьків, де за основу мотивації беруться родинні зв'язки. Реєстратор імен Жокейського клубу Рік Байлі зазначає, що «існує безліч способів вибору імені для коня, однак найпоширенішим є назва коня за його родоводом» [14]. Виділяємо декілька технік створення таких гіпонімів: **телескопія** — поєднання частин імені батька та матері, наприклад *Alysheba* ← *Alydar* + *Bel Sheba*. Як справедливо зазначає Т. В. Шмельова, «в такому підборі смислові зв'язки слів практично не враховуються, мотивація виявляється чисто зовнішньою (буквеною)» [11, с. 57]. Наступною технікою творення патронімічних гіпонімів є **лексичне заміщення** — використання частини або повного ім'я когось з батьків як основу нового імені, прикладом чого слугують такі гіпоніми, як *Crop Circle* ← *Perfect Circle* + *Lost in the Weeds*, *Count Fleet* ← *Reigh Count* + *Quickly*, *Noble Indy* ← *Take Charge Indy* + *Noble Maz*. Останньою назвемо техніку **синонімічної заміни** — використання слова чи слів, подібного за змістом до імені батька та/чи матері, чи їх креативне переосмислення, як от: *Elope* ← *Gone West* + *Proposal*, *Inside Information* ← *Private Account* + *Pure Profit*, *Sticky GI* ← *Lost Soldier* + *Super Glued*. Англомовні гіпоніми такого типу нерідко є прикладом стилістичного прийому гри слів або каламбуру. Слід також зазначити, що патронімічні мотиваційні відношення найбільш широко представлені серед гіпонімів, у порівнянні з іншими розрядами ономастики, адже збереження в імені певного відношення до предків є давнім і традиційним способом номінації коней. Не менш поширеними є **ситуативні** гіпоніми з прихованим мотивом номінації, зрозуміти семантику яких можна тільки шляхом отримання пояснення. Такі гіпоніми мотивуються певними епізодами дійсності і, як слушно зазначає М. М. Торчинський, «виникають спорадично, на основі певної життєвої ситуації, яка була актуальною в певний момент» [10, с. 286]. Прикладами гіпонімів такого типу є ім'я *Swale*, мотивом для якого послугувала втеча коня зі свого стада, коли він ще був лошам і його віднайдення сплячим у багнюці. Ціка-

вою є історія створення гіппоніму *Promises Fulfilled*: власник Роберт Барон подав заявку з цим ім'ям на 44-ту річницю свого одруження. В цей день він сказав своїй дружині, що вони виконали всі обіцянки своїм дітям, відправивши їх в коледж і робили правильні речі... але він ще й завжди говорив, що матиме хорошого коня. І в цьому випадку він також виконав свою обіцянку [15]. Ім'я коня *I'll Have Another* мотивоване, за словами власника, його власною відповіддю на питання дружини, чи хоче він ще тільки що випеченого печива.

Істотну кількість гіппонімів складають **квалітативні**, тобто ті, що передають характерні риси денотата: зовнішні, наприклад: *Flameaway* (кінь «вогняно» рудої масті), *Unbridled*, *Smokey*, *Misty Day*, *Snow Shower*, *Behave Yourself*; або внутрішні (особливості характеру чи поведінки), як от: *Cat Thief* (кінь, що полюбляв красти цукерки), *Really Fast Horse*, *Little Wise Guy*. Вважаємо недоцільним виділяти апотропейні імена, пов'язані з бажаними характеристиками, які повинен мати денотат, адже їх неможливо відрізнити від квалітативних без додаткового пояснення. **Меморіальні** гіппоніми не надто розповсюджені, адже мотивом для їх виникнення стають визначні люди або події. Однак, не всі отримують дозвіл назвати коня на честь знаменитості, адже спершу необхідно отримати письмовий дозвіл цієї особи. Щоб використати в ролі назви ім'я вже померлої відомої особи, необхідно при оформленні додати пояснювальну записку з детальним обґрунтуванням свого вибору, яке зможе задовольнити комісію. Прикладом гіппоніму такого типу є *Nyquist*, названий на честь гравця з «Детройт Ред Вінгс» — однієї з найвідоміших команд у Національній хокейній лізі. Ім'я *Bolt d'Oro* є даниною Усайн Болт, спринтеру з Ямайки, який виграв вісім олімпійських золотих медалей; *Mendelssohn* названий так на честь відомого композитора Фелікса Мендельсона. Серед гіппонімів знаходимо певну кількість **посесивних**, основним мотивом для виникнення яких є ім'я чи прізвище власника коня, його тренера або вершника, наприклад: *Whitmore* (названий на честь співвласника та тренера), *Fusaichi* (названий на честь свого власника — японського бізнесмена Fusao Sekigushi). **Ідеологічні** гіппоніми безпосередньо пов'язані з політичними реаліями та особами, філософськими та релігійними поглядами, військовими реаліями чи подіями; можуть бути представлені лозунгами: *My Trump Card*, *Odds on Hillary*, *Barbara Bush*, *Constitution*, *Irish War Cry*, *Battle of Midway*, *Combatant*. **Локативні**

гіппоніми відображають місце народження чи проживання денотата, наприклад: *London, California Chrome*, *Monomoy Girl* (на честь острова біля штату Массачусетс — Monomoy Island). **Асоціативні** гіппоніми утворені на честь певних творів мистецтва (книжок, фільмів, картин і т. д.), споруд, комплексів, організацій, наприклад: *Hofburg* (на честь колишнього імператорського палацу у Відні), *Harry Potter*, *Big Ben*. **Символічні** імена завжди пов'язані зі змістом твірної основи, значення яких має символічну природу. Гіппоніми такого типу часто є іншомовними запозиченнями, як *Nashwan* (з араб. *насолода*), *Naafhd* (з араб. *захисник*). **Номінальні** гіппоніми присвоюються без будь-якого мотиву і підбираються виключно за принципом відсутності подібного імені. Сюди відносимо такі гіппоніми, як *Blame*, *Roar*, *Go Alex Go*, *Watch Me Winning*, *Huh We Huh We*, *Aahaa*. Окремо виділимо гіппоніми **комбінованої** мотивації, наприклад локативно-квалітативний гіппонім *California Chrome*, в якому лексема *California* вказує на місце народження та утримання коня, а лексема *Chrome* додається через наявність жовтуватих відмітин на його тілі. Зазначимо, що серед англomовних гіппонімів може бути величезна кількість комбінацій мотивів.

Пропонуємо також доповнити класифікацію М. М. Торчинсько-го ще декількома типами мотивації, специфічними для гіппонімікону. Виділяємо **тематичні** гіппоніми, що мають свої особливості мотиваційних відношень. Так, власник може мати одного коня, а іноді — декількох, чи велику кількість, займатися розведенням на продаж, чи розвивати власну ферму. Але кількісний критерій ніяк не виключає необхідність іменувати кожну тварину в індивідуальному порядку. Тоді власники нерідко іменують усіх коней за певною тематикою, утворюючи тематичний ряд онімів, які складають окрему тематичну групу. Прикладами таких груп є бейсбольна термінологія, назви ураганів, чи назви усіх міст певного штату США: *Little Rock*, *Fort Smith*, *Fayetteville*, *Springdale*, *Jonesboro* (назви міст штату Арканзас). Особливістю цього типу мотивації є те, що вибір теми сам по собі може бути нічим не мотивований, однак іменування кожного денотату мотивується необхідністю його входження в певний тематичний ряд.

Наступним типом мотивації, властивим тільки офіційним гіппонімам, є **комунікативна**, що передбачає пошук назв, зручних для

Як бачимо, серед мотивів номінації гіппонімів домінантну позицію займає номінальний (28 %). Існування великої кількості довільно мотивованих гіппонімів, на нашу думку, обумовлено великою потребою гіппонімічної системи в різноманітних словесних знаках, а також додатковими труднощами, що виникають через особливі пра-

вила номінації та строгість відбору. Відсутність ряду популярних назв та неможливість їх повторення стимулює проведення онлайн-конкурсів з підбору імен з подальшим використанням онлайн-генератора, який довільно обирає серед десятків мікрономінацій остаточне ім'я коня. Таким чином, сотні людей включаються у процес створення імені. Так, із більш ніж тисячі потенційних назв, обиралося ім'я переможця перегонів Потрійної Корони *American Pharoah*. Велика кількість патронімічно-мотивованих гіппонімів (26 %) свідчить про те, що при обранні імені для коня його власники бажають передати походження тварини, зберегти формальний зв'язок з попереднім поколінням, що є давньою традицією номінації коней. Відносно велика кількість асоціативних (14 %) та ситуативних (7 %) гіппонімів виявляє стійку наявність особистого підходу до процесу номінації, розкриває суб'єктивне, індивідуальне наповнення гіппонімів у ментальному лексиконі індивіда. Майже повне збігання просліджується у кількості меморіальних (5 %), символічних (4 %), посесивних (3 %), ідеологічних (3 %), квалітативних (3 %), локативних (3 %) гіппонімів та гіппонімів з комбінованою мотивацією (3 %). Рідко зустрічаються тематичні гіппоніми (1 %). У нашій вибірці офіційних гіппонімів не було виявлено жодного гіппоніма з комунікативною мотивацією.

Таким чином, кількісні показники аналізу обраних гіппонімів наочно демонструють превалювання трьох типів мотивації: номінальної, патронімічної та асоціативної, що й відображають три основні факти або універсалії, покладені в основу мотивування офіційних гіппонімів, а саме: довільність підбору імені, відсутність національного ряду імен та типових гіппооснов; наслідування давньої традиції іменування, концентрація у назві історії походження тварини; індивідуальність процесу підбору імені, лексичне різноманіття гіппонімів, необмеженість ресурсів для номінації.

Перспективу представленого дослідження вбачаємо у подальшому детальному аналізі неофіційних гіппонімів англійської мови.

Література

1. Бучко Д. Г. Словник української ономастичної термінології / Д. Г. Бучко, Н. В. Ткачова. — Харків: Ранок-НТ, 2012. — 256 с.
2. Вархол С. Значение зоонимии в исследовании проблем этногенеза славян (круг проблем) // Ономастика Поволжья : материалы VIII конф. по оно-

- мастике Поволжья / отв. ред. В. И. Супрун. — М. : Изд-во Ин-та этнологии и антропологии РАН, 2001. — С. 208–218.
3. Долбина К. Д. Структурная классификация зоонимов (на материале английского, русского и украинского языков) / К. Д. Долбина // Вестник ВГУ. — 2013. — № 2. — С. 208–210
 4. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. — М.: Наука, 1988. — 192 с.
 5. Романова Т. П. Система русских официальных иппонимов и формирование ее типологических черт : автореф. дис. на соискание степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 / Романова Татьяна Павловна — Воронеж, 1988. — 22 с.
 6. Рядченко Н. Г. Зоонимия как класс ономастической лексики / Н. Г. Рядченко // Актуальные вопросы русской ономастики. — Киев, 1988. — С. 88–96.
 7. Салмина О. В. Традиционный пласт русской зоонимии (на материале кличек животных с. Покровка Самарской области) / О. В. Салмина // Разноуровневая характеристика лексических единиц : сб. науч. ст. по материалам докладов и сообщений конф., 19–20 июня 2001 г. — Смоленск, 2001. — С. 174–184.
 8. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. — М. : Наука, 1973. — 365 с.
 9. Сюсько М. І. З народного джерела: карпатоукраїнський зоонімікон у контексті інших слов'янських (і неслов'янських) мов / Д. Г. Бучко. — Ужгород : Гражда, 2011. — 270 с.
 10. Торчинский М. М. Структура онімного простору української мови: [монографія] / Михайло Миколайович Торчинський. — Хмельницький: Авіст, 2008. — 551 с.
 11. Шмелева Т. В. Ономастика : [учеб. пособие] / Т. В. Шмелева. — Славянск-на-Кубани : Издательский центр филиала ФГБОУ ВПО «КубГУ» в г. Славянске-на-Кубани, 2013. — 161 с.
 12. Best Horse Names [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://horses.lovetoknow.com/horse-names/best-horse-names>
 13. Coates R. We are surrounded by onymies: relations among names, name-types, and terminological categories, in Names in Daily Life / R. Coates // Proceedings of the XXIV ICOS International Congress of Onomastic Sciences. — Barcelona, 2014. — P. 6–13.
 14. How Does a Racehorse Get Its Name? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.nbcbosangeles.com/news/sports/Triple-Crown-How-to-Name-Your-Racehorse-481276101.html>
 15. How every horse in the 2018 Kentucky Derby got its name [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.courier-journal.com/>

- story/sports/horses/triple/derby/2018/05/02/kentucky-derby-2018-horse-names/571074002/
16. Kentucky Derby [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Kentucky_Derby
 17. English Triple Crown race winners [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/English_Triple_Crown_race_winners
 18. Warchoń S. Słownik etymologiczno-motywacyjny słowianskiej zoonimii ludowej. T. I–V / S. Warchoń. — Lublin : Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2007–2016.

References

1. Buchko, D. G. & Tkachova, A. (2012). A Dictionary of Ukrainian Onomastic Terminology. Kharkiv, Ranok-NT, 256 p.
2. Best Horse Names Available at: <https://horses.lovetoknow.com/horse-names/best-horse-names>
3. Coates, R. (2014). We are surrounded by onymies: relations among names, name-types, and terminological categories, in Names in Daily Life: Proceedings of the XXIV ICOS International Congress of Onomastic Sciences, Barcelona, pp. 6–13.
4. Dolbina, K. D. (2013). Structural Classification of Zoonyms (on the material of English, Russian and Ukrainian languages): the collection of scientific papers: Vol. 2., Voronezh, pp. 208–210.
5. English Triple Crown race winners Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/English_Triple_Crown_race_winners
6. How Does a Racehorse Get Its Name? Available at: <https://www.nbcboston.com/news/sports/Triple-Crown-How-to-Name-Your-Racehorse-481276101.html>
7. How every horse in the 2018 Kentucky Derby got its name Available at: <https://www.courierjournal.com/story/sports/horses/triple/derby/2018/05/02/kentucky-derby-2018-horse-names/571074002/>
8. Kentucky Derby Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Kentucky_Derby
9. Podolskaya, N. V. (1988). Dictionary of Russian Onomastic Terminology: Moscow, 192 pp.
10. Romanova, T. P. (2001). The System of Russian Official Hipponyms and the Formation of its Typological Features: Thesis, Voronezh, 22 p.
11. Ryadchenko, N. G. (1988). Zoonymy as a Class of Onomastic Vocabulary: Actual Questions of Russian Onomastics: Kiev, pp. 88–96.
12. Salmina, O. V. (2001). The Traditional Layer of Russian Zoonyms (on the material of the names of animals in the village of Pokrovka, Samara Region): conference reports: Smolensk, pp. 174–184.

13. Shmeleva, T. V. (2013). Onomastics: study. allowance : Slavyansk-on-Kubani: Publishing center of the branch of the Federal State Archives of Education and Science «Cuban State University» in Slavyansk-on-Kuban, 161 p.
14. Siusko, M. I. (2011). From the folk source: Carpatho-Ukrainian zoonimicon in the context of other Slavic (and non-Slavic) languages : Uzhhorod: Civil, 270 p.
15. Superanskaya, A. V. (1973). The General Theory of the Proper Name: a textbook, Moscow, 365 p.
16. Torchinsky, M. M. (2008). The Structure of the Onymic Space of the Ukrainian Language: a textbook, Khmelnytsky, 551 p.
17. Warchoń, S. Słownik etymologiczno-motywacyjny słowianskiej zoonimii ludowej. T. I–V / S. Warchoń. — Lublin : Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2007–2016.
18. Warchol, S. (2001). The value of zoonymia in the study of the problems of the ethnogenesis of the Slavs (range of problems): Onomastics of the Volga region: materials of VIII conf. on onomastics of the Volga region: Moscow, pp. 208–218.

АЛЕКСЕЕВА Наталья Михайловна

аспирант кафедры грамматики английского языка
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова;
Французский бульвар, 24/26, Одесса, Украина, 65058;
тел.: +380974342467; e-mail: natalie.m.alekseeva@gmail.com;
ORCID ID: 0000–0001–9304–7251

МОТИВАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ОФИЦИАЛЬНОГО ИППОНИМИКОНА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Аннотация. В статье представлена специфическая именно для иппонимикона мотивационная классификация. В последнее время возникла необходимость исследования мотивации зоонимив, в частности иппонимов, ведь, иппонимы составляют абсолютное большинство зоонимикона английского языка, так как конь является неотъемлемой составляющей культуры Англии и США. Из этого следует, что исследование мотивации иппонимов является путем к познанию особенностей их создания, социальных, исторических и культурных фактов объективной действительности, положенных в основу номинации. Так, целью исследования является определение особенностей мотивации иппонимов и их системное описание. **Объектом** исследования являются официальные имена для обозначения лошадей в английском языке. **Предметом** исследования являются мотивационные особенности иппонимов. **Материалом** исследования является 120 иппонимов английского языка, выбранных из списков победителей скачек Англии и США методом сплошной выборки. Использовались также примеры, размещенные на англоязычных сайтах в сети Интернет. В ходе исследования были использованы

описательный **метод** и метод мотивационного анализа. В результате исследования иппонимы были разделены на 13 классов, учитывая природу их мотивированности. Количественные показатели анализа избранных иппонимов наглядно демонстрируют преобладание трех типов мотивации: номинальной, патронимической и ассоциативной, что и отражают три основных универсалии, положенные в основу мотивации официальных иппонимов: произвольность подбора имени, отсутствие национального ряда имен и типичных иппооснов; подражание древней традиции именования, концентрация в названии истории происхождения животного; индивидуальность процесса подбора имени, лексическое разнообразие иппонимов, неограниченность ресурсов для номинации. В процессе анализа были также очерчены дифференциальные различия мотивации иппонимов по сравнению с другими разрядами онимов, обнаружена их лингвистическая природа.

Ключевые слова: зооним, иппоним, официальный иппоним, мотивация, мотив.

Natalia M. Alekseeva

Postgraduate Student of the English Grammar Department
of Odessa National I. I. Mechnikov University,
French Boulevard, 24/26, Ukraine, Odessa, 65058;
tel.: +380974342467; e-mail: natalie.m.alekseeva@gmail.com;
ORCID ID: 0000–0001–9304–7251

MOTIVATIONAL STRUCTURE OF THE OFFICIAL HIPPONYMICON OF THE ENGLISH LANGUAGE

Summary. The article presents a specific motivational classification for hipponymicon. Recently, the need has arisen to study the motivation of zoonymy, in particular of hipponyms, because hipponyms constitute the absolute majority of the zoonymikon of the English language, since the horse is an integral part of the culture of England and the USA. From this it follows that the study of the motivation of hipponyms is a way to learn the characteristics of their creation, social, historical and cultural facts of objective reality, which are the basis of the nomination. So, **the purpose** of the study is to determine the characteristics of the motivation of hipponyms and their systematic description. **The object** of the research is the official horse names in English. **The subject** of the investigation is the motivational features of hipponyms. **The material** of the investigation was a sample of 120 hipponyms of the English language, selected from the lists of the winners of the races of England and the United States. Some examples posted on English-language Internet sites were also used. The purpose and the material of work led to the use of the following **methods** of research: descriptive method and the method of motivational analysis. **As a result of**

the study, hipponyms were divided into 13 classes, according to the nature of their motivation. The quantitative indicators of the analysis of selected hipponyms clearly demonstrate the prevalence of three types of motivation: nominal, patronymic and associative, which reflect the three main universals underlying the motivation of official hipponyms: the randomness of the name selection, the lack of a national range of names and typical hippobases; imitation of the ancient tradition of naming, concentration of the history of the animal origin in the name; individuality of the name selection process, lexical variety of hipponyms, unlimited resources for nomination.

Key words: zoonym, hipponym, official hipponym, motivation, motive.

УДК 81'366.533+81'373.2

БЕРБЕР Наталя Миколаївна

кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри суспільних наук
Одеського національного медичного університету;
Валіховський пров., 2, Одеса, 65082, Україна;
тел. +38 066 1450772; e-mail: natalyaberber@ukr.net;
ORCID ID: 0000–0002–0700–4202
DOI: <https://doi.org/10.18524/2410-3373.2018.21.155179>

ПОЕТИКА ОНІМНОГО ОКСЮМОРОНА У ХУДОЖНЬОМУ МОВЛЕННІ МАРІЇ МАТІОС

Анотація. У статті досліджено поетику онімного оксюморона в романах і поезії Марії Матіос. Описано специфіку оксюморонної образності. Окреслено поняття концептуальний, ментальний та лексичний оксюморони. **Мета** статті — виокремлення та аналіз оксюморонних конструкцій із поетонімним компонентом у художньому мовленні М. Матіос, з'ясування основи оксюморона, специфіки реалізації протиставлення і протиріччя у тропі, виявлення умов існування оксюморонного смислу, визначення функційно-стилістичних можливостей оксюморона. **Об'єктом** дослідження є художні тексти М. Матіос, **предметом** аналізу — поетонімний оксюморон.

Матеріалом дослідження обрано романи М. Матіос «Майже ніколи не навапи», «Містер і місіс Ю-Ко в країні укрів. Mr. & Ms. U-Ко in country UA», «Щоденник страченої» та збірку поезій «Жіночий аркан у саду нетерпіння». Провідними **методами** є контекстуально-інтерпретаційний метод, залучений для аналізу семантичної специфіки поетонімних оксюморонів, — та