

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Одеський національний університет імені І.І.Мечникова

Факультет романо-германської філології

Васильєва Ольга Олександрівна

Карпенко Олена Юріївна

Карпенко Максим Юрійович

ІДЕОНІМІЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Методичні вказівки

до спецкурсу з ідеонімії англійської мови
для здобувачів вищої освіти рівня бакалавр спеціальності 035
«Філологія», спеціалізації 035.04 «Філологія. Германські мови та літератури
(переклад включно), перша англійська

Одеса
ОНУ
2020

УДК 811.111`373.2.001.33:73/79
В 19

Автори:

Васильєва Ольга Олександрівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

Карпенко Олена Юріївна, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

Карпенко Максим Юрійович, кандидат філологічних наук, доцент кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Рецензенти:

Кравченко Ніна Олександрівна, доктор філологічних наук, завідувач кафедри теоретичної та прикладної англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Неклесова Валерія Юріївна, доктор філологічних наук, завідувач кафедри іноземних мов природничих факультетів Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Одеського національного університету імені І.І.Мечникова
(протокол № 1 від 8 вересня 2020 р.)*

Васильєва О. О., Карпенко О. Ю., Карпенко М. Ю.

Ідеонімія англійської мови: методичні вказівки / О. О. Васильєва, О. Ю. Карпенко, М. Ю. Карпенко; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, Ф-т романо-германської філології. – Одеса : Фенікс, 2020. – 42 с.

У методичних вказівках подається основний лекційний матеріал до спецкурсу. Методичні вказівки розроблено для студентів V курсу заочної форми навчання факультету романо-германської філології і входить до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра спеціальності 035 Філологія. Спецкурс присвячено вивченню ідеонімів, тобто власних назв на позначення результатів людської творчої діяльності, що мають духовну, інтелектуальну та мистецьку цінність.

Практична цінність курсу визначається можливістю використання отриманих знань при написанні наукових праць і кваліфікаційних робіт студентів та магістрантів філологічних спеціальностей.

УДК 811.111`373.2.001.33:73/79

ISBN 978-966-928-571-3

© О.О.Васильєва, О.Ю.Карпенко, М.Ю.Карпенко, 2020

АНОТАЦІЯ

Ideonymics of the English language

The special course is an integral part of the educational process aimed at forming the key competencies necessary for the successful implementation of pedagogical activities, professional and personal growth of the future master. It is a part of the educational master's degree program 035 Philology, which consists of 3 lectures.

This course deals with the study of ideonyms, i.e. proper names of the human creative activity results, which possess spiritual, intellectual and/or artistic value. The course covers a complex, comprehensive analysis of English ideonyms; a refined denotative nominative classification of ideonyms; the functional load of ideonyms; the structural characteristics of ideonyms; and the motivational specifics of all subdivisions of ideonymicon.

The practical findings of this course can serve as the basis for developing teaching aids; further, they can be used for writing scientific and qualification papers for philology students and undergraduates.

Ідеонімія англійської мови

Методичні вказівки є складовою частиною навчального процесу, що має на меті формування ключових компетенцій, необхідних для успішного здійснення педагогічної діяльності й професійного та особистісного самовдосконалення майбутнього спеціаліста і входить до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра спеціальності 035 Філологія, складається із 3 лекцій. Спецкурс присвячено вивченню ідеонімів, тобто власних назв на позначення результатів людської творчої діяльності, що мають духовну, інтелектуальну та мистецьку цінність.

Курс включає комплексний аналіз англійської ідеонімії в усій повноті; уточнює денотатно-номінативну класифікацію ідеонімів; функційну навантаженість ідеонімів; структурні особливості ідеонімів; висвітлює мотиваційну специфіку всіх підрозділів ідеонімікону.

Практична цінність курсу визначається можливістю використання отриманих знань при написанні наукових праць і кваліфікаційних робіт студентів та магістрантів філологічних спеціальностей.

ТЕМА 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІДЕОНІМІЇ

План

1. Сутність і диференційні ознаки ідеонімів.
2. Денотатно-номінативна класифікація ідеонімів.
3. Функційне навантаження ідеонімів.

Ономастика є розділом мовознавства, а саме лексикології, який вивчає «імена», «власні назви», «який присвячено вивченню власних назв», «особисті імена (імена, по батькові, прізвища, прізвиська людей та тварин», «будь-які власні назви», «сутність, специфіку, будову, групування, походження, закономірності функціонування та розвиток власних назв».

Міжнародна рада з ономастичних наук (ICOS) у своєму ономастичному словнику підкреслює, що ономастика – це «наукове вивчення власних назв». Як бачимо, розуміння об'єкта ономастики, тобто його обсягу, має певні коливання, але фундаментальне розуміння сутності цієї галузі мовознавства є незмінним – **ономастика досліджує всі власні назви в усіх їхніх проявах та аспектах.**

Завдяки різним аспектам та методикам дослідження власних назв прийнято розрізняти різні напрямки ономастики – **теоретичну, описову, історичну, прикладну, поетичну**, а за об'єктами дослідження – **антропоніміку, топоніміку, космоніміку, теоніміку, зооніміку, ергоніміку, хрононіміку та хрематоніміку.** Ідеоніміка тільки починає торити свій шлях до ономастичної царини, причому зауважимо, що ономатологічні розвідки останнього десятиріччя призводять до появи новітніх відгалужень цього напрямку, наприклад, ідеопоетоніміки.

Зазвичай розрізняють десять розрядів власних назв за природою денотата, хоча у різних дослідженнях їхня кількість може колитися:

1) **антропоніми** – власні назви, які позначають людей, наприклад, *Elizabeth II, Mark Twain, Hamlet*;

2) **топоніми** – власні назви, які позначають географічні об'єкти на кшталт *London, Дерибасівська, the USA*;

3) **ергоніми** – власні назви, які позначають групи людей, такі як *Одеський національний університет ім. І.І.Мечникова, H&M, Her Majesty's Theatre*;

4) **теоніми** – власні назви, які позначають богів, божеств та демонів, наприклад, *Jesus, Зевс, Lucifer*;

5) **зооніми** – власні назви, які позначають тварин на кшталт *Bambi, Punxsutawney Phil, Росінант*;

6) **космоніми** – власні назви, які позначають природні космічні об'єкти, серед яких можемо навести *Moon, Чумацький Шлях, Ursa Major*;

7) **хрононіми** – власні назви, які позначають часові відрізки чи події, наприклад, *Hurricane Harvey, Ренессанс, the 90th Academy Awards*;

8) **хремотоніми** – власні назви, які позначають матеріальні об'єкти на кшталт *Juliet Has a Gun, Excalibur, The Hope Diamond*;

9) **фітоніми** – власні назви, які позначають рослини типу *the General Sherman Tree, Чорний дуб, the Burning Bush*;

10) **ідеоніми** – власні назви, які позначають духовні витвори людини, серед яких знаходимо такі приклади, як *The Phantom of the Opera, David, Romeo and Juliet*.

В ономастиці існує усталений підхід щодо структури **онімного поля** будь-якої мови, яке розуміється як «певна сфера віднесеності імені», упорядкована, ієрархізована, структурована сукупність, яка базується на системно-структурних відношеннях та зв'язках його конститuentів, причому ядро онімного поля складають антропоніми, до яких долучаються також антропонімоподібні сукупності, а решта власних назв формують периферію поля.

Власне термін **ідеонім** вперше з'являється в словнику Н. В. Подольської з таким визначенням: власні назви, які мають денотати в розумовій, ідеологічній та художній сферах людської діяльності, чи, за А. Румом, ідеонім – це «будь-яка назва в креативній, ідеологічній чи художній сфері людської діяльності». У термінологічному словнику Міжнародної ради з ономастичних наук такий термін взагалі відсутній, а в єдиному на цей час українському ономастичному словнику Д. Г. Бучка **ідеонім** визначається так: «вид хремотоніма; власна назва окремого об'єкта культури, науки, мистецтва, взагалі духовності». Ця дефініція викликає певні заперечення, бо хремотоніми є окремим розрядом власних назв, які позначають **матеріальні** предмети, а ідеоніми – **духовні** витвори людства. Хремотоніми можуть мати природне походження, як діамант *the Star of Africa*, а можуть бути вироблені штучно, як, наприклад, меч короля Артура *Excalibur*. Відмінність полягає в тому, що хремотоніми не є предметами мистецтва, на відміну від ідеонімів, як, наприклад, статуя *Давід* Мікельанджело чи картина *Джоконда* Леонардо да Вінчі.

Однією з нагальних проблем ідеоніміки є створення денотатно-номінативної систематизації відповідних пропріальних одиниць, яка «передбачає їх групування за типом іменованих об'єктів».

Детальну денотатно-номінативну класифікацію ідеонімів було розроблено М. М. Торчинським, який розділив їх на такі класи:

- 1) **артіоніми** – власні назви творів мистецтва,
- 2) **бібліоніми** – власні назви текстів,
- 3) **гемероніми** – власні назви засобів масової інформації,
- 4) **поетоніми** – власні назви художнього мовлення,
- 5) **артіфрагментоніми** – власні назви, засвідчені у творах мистецтва,
- 6) **хрононіми** – власні назви проміжків часу.

Всі ці підрозряди мають у зазначеній класифікації подальший розподіл. Відразу хотілося б зупинитися на терміні **хрононім** та його обсязі, який позначає оніми на позначення подій та проміжків часу. Це є окремим розрядом власних назв, денотати яких до духовних витворів людства зазвичай відношення не мають, тому з кола ідеонімів вважаємо за доцільне їх видалити. По-друге, **поетоніми** або літературні власні назви можуть позначати будь-які літературні денотати – місця, персонажів, час та ін., тобто за своєї суттю є або антропонімами, або топонімами, або представниками інших розрядів онімів. По-третє, стосовно **артіфрагментонімів** маємо те саме зауваження, що й до поетонімів. Отже, вважаємо за доцільне дещо модифікувати зазначену класифікацію. Оніми функціонують в двох світах: реальному й віртуальному. Насамперед вони не збігаються, тобто *Гаррі Поттер* чи *Середзем'я* існують лише у віртуальному світі літературних творів Дж. Роулінг чи Дж. Р. Р. Толкієна та їх екранізацій, а *Одеса* чи *Біг Бен* є фрагментами реального світу. Тобто мається на увазі певне протиставлення, несумісність реальних та віртуальних власних назв, причому їх подальший

Денотатно-номінативна класифікація ідеонімів містить наступні підрозділи: першим підрозділом ідеонімів є **артіоніми**, тобто власні назви творів мистецтва, які поділяються на **імажоніми**, **сценоніми**, **музиконіми** та **фільмоніми**. Низка ономотологічних досліджень опікується різноаспектними проблемами існування артіонімів, однак зазвичай такі розвідки охоплюють лише окремі групи артіонімів.

Перейдемо до першої з чотирьох груп артіонімів:

- **імажоніми** – власні назви образотворчого мистецтва, які мають подальші специфікації, що містять, між іншим, різні види живопису, якого існує п'ять видів, а саме: станковий, тобто такий, що існує незалежно від місця створення, яке відбувається переважно на мольберті (станку); монументальний, який виконується безпосередньо на частинах будівлі (стелі, стінах); декоративний, що обіймає переважно орнаментальні композиції на архітектурних спорудах та виробих прикладного мистецтва; театральнордекоративний, що застосовується задля створення декорацій; мініатюрний, який вказує на масштаб виробу мистецтва.

Перейдемо до денотатно-номінативної типології десяти груп імажонімів, які обіймають:

- ✓ власні назви картин, наприклад *The True Picture of the Isle of the Dead by Arnold Bocklin at the Hour of the Angelus* С.Далі, *The Fighting Temeraire* Дж.Тернера чи *Newton* В.Блейка;

- ✓ власні назви графічних зображень, які в традиційному виконанні є станковими монохромними (в окремих випадках поліхромними) творами, найвідомішим з яких є *The Vitruvian Man* Да Вінчі, іншими прикладами можуть бути *Elisha in the Chamber on the Wall* У.Блейка чи його робота, що має три назви: офіційну *The Night of Enitharmon's Joy*, яку часто номінують *The Triple Hecate*, або *Hecate*. Проте в сучасному світі як окремий, специфічний вид авторського мистецтва, що навіть експонується в відомих

музеях на кшталт Бруклінського чи Гран Пале, популярності набули графіті, відомі ще з часів Давнього Риму. Точнішою назвою цього виду образотворчого мистецтва є **мурал**, який виконується фарбами просто на стіні без зміни рельєфу, але термін **графіті** є більш поширеним. Як приклади наведемо назви широковідомих графіті Бенксі *Balloon Girl*, *Flower Thrower*, або ж *The Giant of Boston* автора *Os Gemeos*, *Crack is Wack* Кейт Херінг;

✓ власні назви гравюр, графічних зображень, що зроблено шляхом відтиску рельєфної поверхні, наприклад, *Folks and Places Abroad* Г.Лігона, *A Harlot's Progress* У.Хогарта, *My Bonnie Lies Over the Ocean* Д.Хокни;

✓ власні назви ікон – **іконіми** за термінологією І.В.Бугаєвої [10], які є актуальними для православної та католицької церков, але не для протестантської, тому приклади таких англomовних онімів не є численними, серед яких наведемо ікони православних храмів, що знаходяться в Канаді: *the Montreal Myrrh-Streaming Iveron Icon*, *Kursk Root Icon of the Mother of God* – "The Omen" у Ванкувері;

✓ власні назви фресок, авторство яких, зазвичай, втрачено, які є автентичними власними назвами. Імовірніше такі денотати поіменовано апелятивною декрипцією на кшталт *medieval wall painting* в церкві *Church of St Mary the Virgin, Sheering, Essex*. Якщо фрески мають власні назви, то це описи однієї чи низки зображень, як це відбувається у *St Botolph's Church, Hardham*., де в XIX ст. було відкрито фрески XII ст. Їх поіменовано згідно із сценами наступним чином: *Agnus Dei or Lamb of God*, *Infancy of Christ*, *Baptism of Christ*, *Dives and Lazarus*, *St. George*, *Labours of the Months*, *Hell scenes*, *Adam and Eve*, *Passion and Resurrection*, *Apostles*, *Elders of the Apocalypse*, *Christ in Majesty*. Зрозуміло, що ці назви було створено після відкриття фресок, та вони не збігаються з тими, що було інтродуковано в XII ст.;

✓ власні назви художніх фотографій, які є витворами фотомистецтва завдяки тому, що відбивають творче бачення реальності фотографа як митця. Наведемо приклади власних назв таких художніх світлин найвідоміших авторів, а саме: А. Адамса *Moon and Clouds*, С. МакКаррі *Afghan Girl*, Д. Ланг *Migrant Mother*, Ф. Холсмана *Dali Atomicus*;

✓ власні назви художніх квіткових композицій, букетів, ікебан на кшталт витворів школи ікебани Охара *Autumn Tray*, *Cyprus Woods*, або ж найвідомішого майстера ікебани Тосіро Каваса *Moon over the Fields*, *Flowers Infused with Autumn Moonlight*;

✓ власні назви скульптур, об'ємних, тривимірних витворів образотворчого мистецтва, які підрозділяються на круглі (статуї, погруддя, статуетки та групи) та рельєфи (барельєфи, горельєфи та контррельєфи), що можемо проілюструвати назвами скульптур Г. Мура *Half-Figure*, *Reclining Figures*, А. Каро *Early One Morning*, Б. Хепворт *Single Form*;

✓ власні назви, що позначають інсталяції на кшталт творів Е. Олафура *Quadriple light ventilator mobile* чи його ж світлової інсталяції *360 degrees Room For All Colours*; Л. Буржуа *Maman*, *I Do*, *I Undo*, *I Redo*;

Shibboleth, яку експонують у лондонському музеї *Tate Modern*. Цей незвичайний експонат було створено колумбійським скульптором Доріс Сальседо, яка за допомогою великої щілини у підлозі (довжиною 167 м, шириною 25 см, а глибиною біля метра), хотіла продемонструвати расову ворожнечу. До речі, від цієї експозиції постраждало приблизно 15 відвідувачів музею. Інсталяції можуть бути виконані як окремі об'єкти, а не лише бути вбудованими в інтер'єр, прикладами яких слугують створені Д. Херстом об'єкти *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*, *For the Love of God*, *Mother and Child Divided*, або експонати Т. Емін *Everyone I Have Ever Slept With 1963–1995* чи *You Forgot to Kiss my Soul*;

✓ власні назви писанок – **писанконіми**, причому цей новітній термін було інтродуковано в 2017 році. Для України традиційним є квітковий розпис писанок, які досить часто отримують власні назви на кшталт *Айстри*, *Бузкове листя*, *Рожжа сторчова закручена*, однак для англомовних країн цей вид мистецтва не є актуальним, тому й відповідних власних назв зафіксовано не було.

• **сценоніми** – власні назви сценічних творів, до яких належать оніми на позначення різноманітних вистав, причому за аналогією з терміном **ідеонім** та низкою інших, досить новітніх термінопозначень, **сценонім** трактується по-різному, наприклад, як псевдонім, «*pseudonym al unui actor sau autor dramatic, în teatru*», «*Deckname, der aus dem Namen eines Bühnenauteurs oder Schauspielers besteht*». Аналіз позалінгвільної віднесеності сценонімів дозволив виокремити серед них вісім груп, а саме:

✓ власні назви опер, наприклад, опери Б. Бріттена *Peter Grimes*, К. Флойда *Susannah*;

✓ власні назви оперет, що можемо проілюструвати наступними прикладами: оперети Е. Соломона *On the March*, А. С. Саллівана *Cox and Box*, Дж. Г. Мондера *The Superior Sex*;

✓ власні назви мюзиклів, наймолодшого жанру музичної вистави, який характеризується синтетичністю поєднання музичного супроводу, співу й танцю на кшталт *The Sound of Music*, *Chicago*, *The Phantom of the Opera*;

✓ власні назви спектаклів на кшталт *Hamlet*, *The Importance of Being Earnest*, *A Streetcar Named Desire*;

✓ власні назви шоу, тобто подій розважального спрямування, які обіймають театральні, як *Hamilton*, *The Austrian Bee Gees Show*, *Michael Jackson ONE*; крижані, наприклад, *Ice Adventures*, *Bolero*, *Smuckers Stars on Ice*; світлові, як *Magical Lantern Festival*, *Enchanted Christmas*, *Eden Project*; авіаційні на кшталт *The Royal International Air Tattoo*, *Duxford Battle*, *Shuttleworth Family Airshow*; автомобільні, наприклад, *Isle of Man TT*, *Motorcycle Live*, *London Motor Show*;

✓ власні назви балетів, що можна проілюструвати такими онімами: *A Month in the Country*, *Romeo and Juliet*, *Checkmate*;

✓ власні назви концертів, наприклад, *Cream Farewell Tour*, *The Jimi Hendrix Experience Worldwide Tour*, *The Best British Rock Concert of all Time*;

✓ власні назви циркових вистав, наприклад, *Aladdin 2018*, *Mooku and Mr Boo*, *Humans*, *Backbone*;

• **музиконіми** – власні назви музичних творів, причому цей термін є також неусталеним у міжнародному форматі, набуваючи значення 'власна назва музичної групи', що безумовно має належати до ергонімів. Тож перейдемо до аналізу трьох груп музиконімів, до яких належать оніми на позначення таких творів:

✓ власні назви пісень, наприклад, музичні композиції групи *the Beatles Let It Be*, чи групи *Queen We Will Rock You* чи *God Save the Queen*;

✓ власні назви інструментальних музичних творів, прикладами яких можуть слугувати наступні номінації: С. Ріппі *Town Fight*, Т. Яніс *Autumn Leaves*, Дж. Уільямса *The Imperial March (Darth Vader's Theme)*;

✓ власні назви збірників пісень чи інструментальних музичних творів на кшталт *The Four Seasons* А. Вівальді, *A Kind of Magic* групи *Queen*, *Something for Everybody* Е. Преслі;

• **фільмоніми** (власні назви фільмів), які вміщують ігрові і неігрові кіно-, теле- та мультфільми, до яких ми пропонуємо додати серіали, телевізійні програми, шоу та радіопрограми. Фільмоніми викликають значну зацікавленість у дослідників, які багатовекторно вивчають різномовні власні назви переважно кінофільмів різних жанрів. Отже, можна виокремити вісім груп фільмонімів:

✓ власні назви кінофільмів, наприклад, *Pulp Fiction*, *The Lord of the Rings: The Return of the King*, *Inception*, *The Usual Suspects*;

✓ власні назви телефільмів на кшталт *The Lindbergh Kidnapping Case*, *Silent Night*, *Lonely Night*, *Lincoln*;

✓ власні назви мультфільмів, що можемо проілюструвати наступними назвами: *The Lion King*, *Mermaid*;

✓ власні назви серіалів, такі як *Star Wars*, *Tom and Jerry*;

✓ власні назви телевізійних розважальних та ток-шоу, такі як *Top of the Pops*, *The Ellen DeGeneres Show*, *Late Night with Jimmy Fallon*, *The American Idol*, *Monster Garage*;

✓ власні назви програм новин, наприклад, *60 minutes*, *Morning Joe*, *Today*;

✓ власні назви освітніх програм, наприклад, *MythBusters*, *Man vs. Wild*, *Bill Nye the Science Guy*;

✓ власні назви радіопрограм, прикладами яких можуть слугувати *The Glenn Beck Program*, *All Things Considered*, *Morning Edition*.

Другим підрозділом ідеонімів є **бібліоніми**, які обіймають власні назви всіх письмових та усних текстів, а також їх серій і збірників. Саме цей розділ ідеоніміки є найбільш розвинутим завдяки значній кількості наукових розвідок, спрямованих на різнобічне дослідження заголовків, що переважно стосується художньої літератури. Тексти можуть належати до будь-яких функціональних стилів, літературних типів чи жанрів, таким чином бібліоніми можуть розподілятися на кілька підгруп, а саме:

✓ власні назви літературних творів та їх збірників, наприклад, *The Great Gatsby* Ф.С.Фітцджеральда, *Lamb to the Slaughter* Р.Дала, серія фентезійних романів Дж. Роулінг *Harry Potter*;

✓ власні назви публіцистичних творів та їх збірників, прикладом яких слугують наступні оніми: есе О.Уальда *To Read or not to Read* чи Б.Франкліна *The Whistle*, промова М. Л. Кінга *I Have a Dream*;

✓ власні назви інформаційних газетних матеріалів на кшталт *UP teacher makes students clean her car, suspended*, *Trump Will Nominate William Barr as Attorney General*, *Mattis Erupts Over Niger Inquiry and Army Revisits Who Is to Blame*, *Three reasons that Brexit vote may never happen*;

✓ власні назви наукових творів та їх збірників, наприклад, *On Language* Н.Хомски, *Metaphors We Live By* Дж.Лакоффа й М.Джонсона, *In the Beginning Was the Name* У.Ніколайсена;

✓ власні назви офіційних документів та їх збірників *The Declaration of Independence*, *Truman Doctrine*, *Charter of the United Nations*, *California Penal Code*.

Третім підрозділом ідеонімів є **гемероніми**, тобто власні назви засобів масової інформації, які М.М.Торчинський поділяє на **пресоніми** (друковані ЗМІ) та **електрононіми** (електронні ЗМІ) за способом передавання інформації, причому до них вчений відносить також і радіо- та телепередачі, що має стосуватися не розважальних чи освітніх, а виключно інформаційних новин. Варто зазначити, що такий розподіл є досить умовним, бо сьогодні переважна більшість друкованих ЗМІ мають ідентичні електронні версії. Таким чином, серед пресонімів виокремлюємо такі підгрупи:

✓ власні назви газет, наприклад, газети *The Times*, *The Guardian*, *The Washington Post*;

✓ власні назви журналів, такі як *The Time*, *National Geographic*, *The New Yorker*, *Names*;

✓ власні назви альманахів, тобто неперіодичних видань, які об'єднані певною тематикою, на кшталт *Whitaker's Almanack*, *The World Factbook*, *Literary Almanac: The Best of the Printed Word, 1900 to the Present*;

✓ власні назви бюлетенів, тобто періодичних інформаційних видань з довідковою інформацією, наприклад, *Bulletin of the Atomic Scientists*, *Bulletin of the World Health Organization*, *The SCAR Bulletin*.

Серед електрононімів розрізняємо такі власні назви:

✓ власні назви телевізійних каналів, прикладами яких можуть слугувати *BBC One*, *ITV4 HD*, *Kiss*, *Good Food HD*;

✓ власні назви радіоканалів, наприклад, *BBC World Service Radio News*, *Magic Radio*, *Whisperings Solo Piano Radio*;

✓ власні назви сайтів, такі як Інтернет-портал новин *sensor.net*, пошуковий сайт *Google.co.in*, соціальна мережа *Facebook*, комерційний сайт *Taobao.com*, довідковий сайт *Wikipedia*.

Комп'ютероніми, які інтегрують усі власні назви на позначення різних типів комп'ютерних програм, представлені чотирма типами:

- ✓ власні назви операційних систем, наприклад, *Windows 10, Ubuntu Linux*;
- ✓ власні назви системних програм, як *Microsoft Word, Windows Explorer, Task Manager*;
- ✓ власні назви службових програм на кшталт *Microsoft Word, Adobe Illustrator*;
- ✓ власні назви розважальних програм, наприклад, *Devil May Cry, Quake 3, Doom*.

Отже, можемо висновувати, що ідеоніми за своєю співвіднесеністю з денотатом підрозділяються на чотири класи: артіоніми, бібліоніми, гемероніми та комп'ютероніми, які мають подальшу специфікацію. Наслідуючи думку О. Ю. Карпенко, окремо термінуємо класи ідеонімів першого та другого рівнів специфікації, а для подальшого розподілу використовуємо дескриптивні термінопозначення.

Завдяки специфіці ідеонімів як власних назв результатів людської творчої діяльності, які мають духовну, інтелектуальну та мистецьку цінність, їхнє функційне навантаження певною мірою відрізняється від інших розрядів онімів. Ідеоніми слугують заголовками для духовних витворів людства й самі по собі несуть художнє навантаження, посилюючи загальне враження реципієнта від цінності творчої діяльності людини.

О. В. Суперанська виокремлює чотири функції, які виконують власні назви, а саме: **комунікативну функцію**, яку виконує будь-який онім, бо в процесі комунікації саме він слугує основою повідомлення; **апелятивну функцію**, або функцію привертання уваги й впливу на адресата; **дейктичну функцію**, тобто функцію спрямування уваги на певний конкретний об'єкт дійсності; **експресивну функцію**, властиву загальновідомим онімам, що семантично тяжіють до загальних назв, тобто переживають якоюсь мірою антономасійні процеси. Дещо інший підхід до аналізу функцій власних назв спостерігаємо в Н.В.Подольської. Дослідниця встановлює п'ять функцій онімів, серед яких обов'язковою й домінуючою є **номінативно-ідентифікативно-диференціювальна**, яка дозволяє виокремити певний об'єкт з ряду інших за допомогою власної назви. Крім того, існує ще дві групи функцій – активні й пасивні. До активних зараховуються функції **інформаційна** й **експресивна**, до пасивних – **пізнавальна** й **акумулювальна**. Д.Г.Бучко притримується такої самої точки зору, виокремлюючи **номінативно-дентифікативно-диференціюючу, інформаційну, експресивну, пізнавальну й акумулюючу** функції власних назв.

І. І. Маруніч розподіляє функції власних назв на **мовні** й **мовленнєві**, до перших відносячи **номінаційно-диференційну, ідентифікаційну** й **дейктичну** функції, до других – **апелятивну, адресну** й **прагматичну**. Інший розподіл функцій онімів стосується їх денотації й конотації, бо «своєрідність денотативного полягає у тому, що він називає ідеальний об'єкт, який не має матеріального вираження. Топонім відповідає конкретному

денотату, тобто у ХТ об'єкт має тільки йому властиву назву», а «в естетично ускладненій семантиці літературного топоніма наявні номінативно-характеризуючі елементи». Тому й розподіл функцій онімів має бути відповідним, а саме: **денотативними** є функції **інформативна, концептуальна й когнітивна; конотативними** – **стилістична, оцінна, культурно-історична, естетична й текстотвірна** функції.

Серед мовленнєвих функцій ідеонімів виокремлюємо **емоційно-експресивну** та **естетичну** функції. Витвори мистецтва мають переважно авторські власні назви, які є їх інтегральною частиною, реалізують їхній глибинний зміст та створюють неповторний «емоційний ореол». Відчутну емоційну забарвленість несуть власні назви з емоційно-оцінними епітетами, наприклад, *Good People, Goodfellas, To Be the Best, Iceland Is Best, Best, The Best Of Me, The Best Years of Our Lives, Bad Country, Bad Samaritan, The Bad Seed, Breaking Bad, Can't Stop, Won't Stop: A Bad Boy Story*. Яскравим прикладом реалізації емоційно-експресивної функції ідеонімів може бути власна назва відомої ікебани *Descend to Paradise*, яка підкреслює надзвичайні властивості квіткової композиції, одночасно викликаючи потужну емоційну реакцію. Естетична функція втілюється завдяки наданню адресатові «естетичного задоволення, що досягається завдяки високому ступеню евфонічності власної назви». Безумовну евфонію демонструють, наприклад, власні назви музичних творів, які часто побудовані на основі ритму, асонанса, алітерації, метафор, епітетів та інших стилістичних засобів й прийомів на кшталт *Death in Venice, Winter Words, Suites for Solo* Б. Бріттена, *Lark Ascending, Pastoral Symphony, Sir John in Love* В. Уільямса. Треба додати, що аналізована функція ідеонімів може маніфестуватися через епатажність, какофонічність власної назви, що добре ілюструють такі фільмоніми, як *I Killed My Lesbian Wife, Hung Her on a Meathook, and Now I Have a Three Picture Deal at Disney, Stop! Or My Mom Will Shoot, Hell Comes to Frogtown, Cannibal Women in the Avocado Jungle of Death*.

Що стосується екстралінгвальних функцій ідеонімів, то тут маємо назвати такі: **культурно-історичну, прогностичну, рекламну та сугестивну**. Власна назва як мовний знак «відбиває певні фрагменти національної картини світу: культурно-історичний, аксіологічний, релігійний та ін.». Як носій культурно-історичної інформації ідеонім створює широку асоціативну сітку регіонального, національного чи світового масштабу. Наприклад, п'єса В. Шекспіра *Romeo and Juliet* стала символом відданого кохання і передає великий обсяг лінгвокультурологічної інформації.

Три останні функції – рекламна, сугестивна й прогностична – є тісно пов'язаними. Фактично, ідеонім – це перше, з чим адресат стикається, не уявляючи собі змісту того твору, який номіновано даним пропріативом. Саме тому така власна назва є своєрідною рекламою духовного продукту, яка має заохотити потенційного споживача відвідати, наприклад, музей д'Орсе та подивитися на статую *Polar Bear* Ф. Помпона чи на найскандальнішу в історії картину *The Origin of the World* Г. Курбе, або ж *The Origin of the War*

ОРЛАН. Ідеонім таким чином навіює адресатові бажану реакцію, пов'язану із споживанням даного духовного продукту, що можемо проілюструвати назвою скульптури Н. Сен-Фаль *SHE* (оскільки скульптура експонувалася у Стокгольмі, її назву було переведено на шведську мову – *HON*). Відповідно, адресат, виходячи з навіяного ідеонімом асоціативного шлейфу, прогнозує інформаційний зміст денотата, схиляючись до позитивної чи негативної реакції.

Отже, ідеоніми виконують сім функцій: мовні – номінативно-ідентифікативно-диференціювальну й сугестивну; мовленнєві – емоційно-експресивну й естетичну; екстралінгвальні – культурно-історичну, прогностичну, рекламну.

ТЕМА 2.

СТРУКТУРНА ТИПОЛОГІЯ АНГЛОМОВНИХ ІДЕОНІМІВ

План

1. Теоретичні основи дослідження структури власних назв.
2. Структурна класифікація артіонімів.

Що стосується дослідження структури власних назв, то найвпливовішими у цій царині є розвідки О.В.Суперанської, П.Скока, В.В.Німчука, В.Д.Бондалетова, С.Респонда, Ф.Міклошича, Н.В.Подольської, В.Никонова, С.М.Пахомової, М.М.Торчинського, Д.Г.Бучка. Значну увагу структурі англومовних пропріативів різних розрядів приділили К.Д.Долбіна, Ю.І.Дідур, Є.С.Біла, О.Д.Полянiчко.

В.В.Німчук розподіляє оніми за структурою залежно від квантитативних показників компонентів пропріативу, а саме: на **складні онімні композити**, що підрозділяються на **справжні та несправжні складні композити**, й **абревіатурні композити**; на **лігатурні** чи **зрощені оніми**; **онімні словосполучення**.

О.В.Суперанська виокремлює **однослівні** власні назви, які мають подальший розподіл на **прості непохідні оніми**, **прості похідні оніми**, а крім того **складні та багатослівні оніми**.

Н.В.Подольська розподіляє власні назви на **прості одноосновні та однослівні оніми**; на **складні двоосновні оніми, акронімічні, абревійовані, власне композити та афіксальні композити, юкстапозити**; на **складені оніми: словосполучення, подвійні оніми, таутоніми, фрази, речення та антропоформули**.

Д.Г.Бучко визначає розподіл власних назв на **прості одноосновні та однослівні**; на **похідні оніми**, які підрозділяються на **деривативні суфіксальні й конфіксальні**; на **скорочені оніми або алегроформи**; на **складні двоосновні композити, афіксальні композити, зрощені й апозитивні власні назви**, а також **складноскорочені абревіатурні оніми, акроніми й криптоніми**; на **складені юкстапозити, багаточленні антропоформули, онімні словосполучення, дієслівні назви та онімні назви-фрази**.

М.М.Торчинський виокремив три класи пропріативів: **прості, складні й складені оніми**. Прості власні назви в подальшому підрозділяються на **безафіксні й афіксальні**; складні назви – на **однослівні одноосновні та багатоосновні композити, афіксальні композити й абревійовані оніми**; складені назви – на **двослівні та багатослівні онімні словосполуки, словосполучення й фрази**.

М.М.Цілина наголошує на важливості структурного поділу ідеонімів на основі повнозначних елементів: «Якщо повнозначний елемент один – однокомпонентні, два – двокомпонентні, більше двох – багатокомпонентні.

Синонімічним до двокомпонентний, багатоконпонентний може бути двочленний, багаточленний». Таким чином, у цитованій роботі пропонується розподіл ідеонімів на однокомпонентні прості однокореневі (одноосновні) безафіксні чи афіксальні, складні двокореневі (двоосновні), рідше багатокореневі; складені дво- і багатоконпонентні, що поділяються на оніми-словосполуки; оніми з підрядним, сурядним і предикативним зв'язком між компонентами й оніми-фрази.

Наслідуючи класичних ономастичних теорій, розподіляємо ідеоніми на **однокомпонентні, двокомпонентні та багатоконпонентні** структури; а також на **прості, складні та складені**. До **однокомпонентних** належать ідеоніми, які виражено **непохідними та простими похідними** (суфіксальними і префіксальними) словами. **Складні** ідеоніми розмежовуються на **власне композити, афіксальні композити й аббревіатури**. Складені двокомпонентні і багатоконпонентні ідеоніми можуть бути представлені **словосполуками, словосполученнями, юкстапозитами та фразами**.

Артіоніми вміщують чотири підгрупи онімів згідно з їхньою денотатною належністю: імажоніми, сценоніми, музиконіми і фільмоніми.

Нижче проаналізовано структурні типи *імажонімів*:

1. **Власні назви картин** є дуже об'ємним онімним сектором, структурна типологія яких виявляє досить чіткі тенденції. Незначну кількість становлять **однокомпонентні прості непохідні й похідні** оніми, наприклад, *Ophelia* (John Everett Millais), *Boreas* (John William Waterhouse), *Gassed* (John Singer Sargent), *Alchymist* (Joseph Wright Of Derby). Стосовно складних власних назв картин, слід зазначити їхню невелику кількість, причому було виокремлено приклади **однокомпонентних двоосновних власне композитів** на кшталт *Mermaid* (John William Waterhouse), *Whistlejacket* (George Stubbs), *Cornfield* (John Constable). Найбільшим сектором серед власних назв цієї групи виявився той, що обіймає **двокомпонентні словосполучення**, серед яких було виокремлено такі типи: Adj + N, наприклад, *Blue Boy* (Thomas Gainsborough), *Hay Wain* (John Constable), *Crescent Moon* (Thomas Gainsborough); P + N: *The Fighting Temeraire* (William Turner), *Singing Butler* (Jack Vettriano); N + N: *Man's Head* (Self Portrait I) (Lucian Freud), *Lady Godiva* (Collier Montague Dawson); N + of + N: *The Lady of Shalott* (John William Waterhouse), *Monarch of the Glen* (Edwin Henry Landseer); N + Num: *Head VI* (Francis Bacon); Num + N: *Five Ships* (Alfred Wallis); G + N: *Going to the Match* (L.S. Lowry). **Багатоконпонентні словосполучення** серед власних назв картин мають низьку частотність, але було виокремлено кілька прикладів, таких як *Mr and Mrs Andrews* (Thomas Gainsborough), *Nocturne: Blue and Gold – Battersea Bridge* (James Whistler), *The True Picture of the Isle of the Dead by Arnold Bocklin at the Hour of the Angelus* (Salvador Dalí). Спостерігаємо таку дистрибуцію: з обраних 100 власних назв картин **двокомпонентні словосполучення** за кількістю посідають перше місце – 73 %, **однокомпонентні прості непохідні та**

похідні оніми становлять відповідно 12 та 7 %, **багатокомпонентні** власні назви – 8 %.

2. **Власні назви графічних монохромних чи поліхромних зображень** далеко не завжди присвоюються відповідним витворам мистецтва, тому їх існує порівняно обмежена кількість попри той факт, що сучасний різновид графіки графіті ми також включаємо до цієї групи. Структурні особливості зазначених зображень виявилися наступними: **однокомпонентні прості непохідні й похідні** ідеоніми, прикладами яких можуть слугувати *Newton (William Blake)*, *Darkness (Robert Fludd)* майже не використовуються. Переважна більшість іменувань є **двокомпонентними словосполученнями**, наприклад, *Cold Mountain (Brice Marden)*, *Flower Thrower (Banksy)*, *Macrocosm and microcosm (Robert Fludd)*. **Багатокомпонентні** оніми є досить частотними для цієї групи ідеонімів, причому тут присутні як **словосполучення** на кшталт *Elisha in the Chamber on the Wall (William Blake)*, *An Astrologer Casting a Horoscope (Robert Fludd)*, так і **оніми-фрази** зі структурою предикації, прикладами чого можуть слугувати наступні власні назви: *Don't Bungle the Jungle (Brice Marden)*, *Love is in the Air (Banksy)*, *Crack is Wack (Keith Haring)*. Підрахунки виявили наступну структурну дистрибуцію онімів цієї групи: однокомпонентні прості непохідні й похідні власні назви було виявлено в 3 % та 5 % випадків, двокомпонентні словосполучення використовувалися в 69 % випадків, багатокомпонентні словосполучення й оніми-фрази – відповідно 18 % й 5 %.

3. **Власні назви гравюр** є також значно менш численними, ніж назви картин. **Однокомпонентні прості непохідні** оніми на кшталт *Sigismonda (Benjamin Smith)* зафіксовано у 2 % випадків, значно частіше використовуються **двокомпонентні словосполучення**, наприклад, *The Good Samaritan*, *The Enraged Musician*, *The March to Finchley (William Hogarth)* загальною кількістю 72 %. Суттєву кількість становлять **багатокомпонентні словосполучення** на кшталт *Bambridge on Trial for Murder by a Committee of the House of Commons (William Hogarth)* та **фрази** типу *My Bonnie Lies Over the Ocean (David Hockney)* – 18 і 8 % відповідно.

4. **Власні назви ікон**, як вже зазначалося раніше, через релігійні особливості англomовних країн виявлено в незначній кількості, причому вони належать до структурного типу **багатокомпонентних словосполучень** на кшталт *the Montreal Myrrh-Streaming Iveron Icon*, *Kursk Root Icon of the Mother of God*.

5. **Власні назви фресок**, які не є численними, вміщують поодинокі випадки однокомпонентних простих непохідних онімів, таких як *Peace (W.E.F. Britten)* та, значно частіше, двокомпонентних словосполучень на кшталт *Paul and Apollos (Edward Poynter)*, *The South Court (John Watkins)* – 10 % і 60 % відповідно, а також багатокомпонентні словосполучення, наприклад, *Agnus Dei or Lamb of God*, *The Arts of Industry as Applied to War (Frederic Leighton)*, які становлять 30 % від загальної кількості.

6. **Власні назви художніх фотографій**, причому слід зауважити, що лише художні, а не повсякденні, світлини отримують власні назви, як, наприклад, чи не найвідоміша фотографія у світі А. Ейнштейна з висунутим язиком *Cheeky Einstein*. З нашої вибірки було вилучено лише один **однокомпонентний непохідний** ідеонім *'Home'*, який взято у лапки через його тематику: дівчинку, яка народилася в концентраційному таборі попросили намалювати дім, що вона зробити не змогла. **Складені двокомпонентні й багатоконпонентні** ідеоніми цієї групи представлені **словосполученнями й фразами**. Серед двокомпонентних ідеонімів виокремлено такі структурні типи: Adj + N: *Cheeky Einstein*, P I + N: *The Falling Man*, N + N: *Tank Man*, *Vietnam Execution*, *Birthday Cake*. Було виокремлено також **трикомпонентні** ідеоніми цього виду, переважно ад'єктивні словосполучення на кшталт *Black Power Salute*, *Abu Ghraib torture*. Було також знайдено один приклад адвербіального словосполучення *Famine in Sudan*, а також простого речення зі складним присудком *Mandela walks free*. **Багатоконпонентні** ідеоніми, що позначають художні світлини, представлено переважно реченнями: простими, наприклад, *Jesse Owens defies Hitler*, називними, наприклад, *Neil Armstrong after first moon-walk*, *Greg Cook and his dog Coco*, *'Napalm girl' – one moment later*, *Father Luis Manuel Padilla*, *Migrant mother during the Great Depression*, *Raising the Flag on Iwo Jima*, *Standing up to Himmler*, а до того ж імперативними на кшталт *'Wait for me, Daddy'*, еліптичними, наприклад, *All in one photo*. Спостерігаємо наступну дистрибуцію структурних типів цієї групи онімів: **однокомпонентні прості непохідні** оніми становлять 1 %, складені дво- та **багатоконпонентні словосполучення** представлено 52 % та 28 % відповідно, 19 % припадає на оніми-фрази.

7. **Власні назви художніх квіткових композицій, букетів, ікебан**, які слід сприймати з огляду на їхню двоїсту природу. З одного боку, такі об'єкти можуть бути унікальними витворами мистецтва, які створюють майстри ікебани, з другого – звичайним серійним товаром. В обох випадках квіткові композиції мають свої назви – унікальні для першого типу, серійні для другого. Є, звичайно, також рядові флористи, які просто продають квіти як товар, що немає жодного відношення до мистецтва, тому такі букети позбавлені власних назв. Нашу роботу присвячено першому типу квіткових композицій, які є витворами мистецтва та експонуються на спеціалізованих фестивалях, чемпіонатах, змаганнях. Так, у 2017 році відбувалися в різних кутках світу – Весняний фестиваль ікебани *Yume Japanese Gardens, Tucson*, *Sogetsu Ikebana Exhibition* на *Portland Rose Festival*, *The Art of Ikebana – Spring Festival, Wellington* та багато інших. Прикладами онімів аналізованої групи є *Fringes of Beauty*, *Hippie Elegance*, *Orchid Basket*, *Steel grass and calla design*, *Almost square bouquet*, *Graphic orchid design*, *Design inspired by egg shapes*. Домінувальним для ідеонімів на позначення квіткових композицій є використання **багатоконпонентних словосполучень** (87 % від загальної

кількості), на другому місці – **двокомпонентні словосполучення**, які складають 13 %.

8. **Власні назви скульптур** всіх видів мають такі особливості структурної організації: **однокомпонентні прості непохідні** чи **похідні** оніми використовуються дуже рідко, прикладами чого можуть слугувати такі власні назви: *Field*, *Exposure* (Antony Gormley) – 8 % та 3 % відповідно; зафіксовано один випадок **складеної** власної назви-**словосполуки** *Inside Australia* (Antony Gormley), що складає 1 %, значну кількість найменувань цього типу денотатів становлять **двокомпонентні словосполучення** різної структури на кшталт *Sound II*, *Another Place*, *Breathing Room*, *The Angel of the North*, *One and Other* (Antony Gormley), *Single Form* (Barbara Hepworth), *Rush Hour* (George Segal), *Couple on Seat* (Lynn Chadwick), *Confederacy Monument* – 60 % від загальної кількості; виокремлено також **багатокомпонентні словосполучення** серед аналізованої групи ідеонімів, наприклад, *Sculpture for Derry Walls* (Antony Gormley), *Large Mirror Nijinski* (Barry Flanagan), *Lioness and Lesser Kudu* (Jonathan Kenworthy), *Mount Rushmore National Memorial* – 28 %.

9. **Власні назви інсталяцій** є надзвичайно різноманітними, що можемо пояснити абсолютною відсутністю правил, традицій, тотальною суб'єктивністю всього творчого процесу. Встановлені нами структурні особливості цього типу власних назв дозволяють зробити певні узагальнення. Так, **однокомпонентні прості непохідні** оніми типу *The Gates* (Christo) чи *A Conquest* (Marcel Broodthaers) складають лише 2 % від загальної кількості. Досить велику кількість складають **двокомпонентні словосполучення** на кшталт *The Dinner Party* (Judy Chicago), *Running Fence* (Christo), *The Weather Project* (Olafur Eliasson), *Darkytown Rebellion* (Kara Walker) загальною кількістю 33 %. Найбільший за кількістю структурний тип – це **багатокомпонентні словосполучення** – 42 %, прикладами чого є оніми *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* (Damien Hirst), *Cold Dark Matter: An Exploded View* (Cornelia Parker). Досить значна кількість онімів є **багатокомпонентними фразами**, наприклад, *Maman, I Do, I Undo, I Redo* (Louise Bourgeois), *Give if you can – Take if you have to* (Jacek Tylicki), усього 23 %.

10. **Власні назви писанок** було включено нами в денотатно-номінативну класифікацію, однак культурні традиції англomовних країн не мають відповідного феномену в онімному секторі мовної картини світу.

Сценоніми – це власні назви сценічних творів, які є також дуже різноманітними за своєю денотатною належністю. Так, сценоніми підрозділяються на вісім груп, для кожної з яких було обрано по 100 прикладів:

1. **Власні назви опер** щодо їх структури розподіляються на такі типи: **однокомпонентні прості непохідні** оніми, наприклад, *Susannah*

(*Carlisle Floyd*), загальна кількість 2 %; **двокомпонентні словосполучення**, які становлять переважну більшість у цій групі, наприклад, *Dido and Aeneas* (Henry Purcell), *Porgy and Bess* (George Gershwin), *King Priam* (Michael Tippett), *A Quiet Place* (Leonard Bernstein), *The Pilgrim's Progress* (Vaughn Williams), кількістю 96 %; **багатокомпонентні словосполучення** на кшталт *A Village Romeo and Juliet* (Frederick Delius), кількістю 2 %.

2. **Власні назви оперет** за структурним типом розподіляються на **складені словосполуки**, наприклад, *On the March* (Edward Solomon), що становить дуже низьку кількість від загального обсягу ідеонімів цієї групи – 1 %; крім того, більшу частину власних назв представлено **двокомпонентними словосполученнями** типу *Paul Bunyan* (Benjamin Britten), *Song of Norway* (Robert Wright, George Forrest), *The Vagabond King* (Rudolf Friml), що становить 74 %. Також було виокремлено незначну кількість **багатокомпонентних словосполучень**, наприклад, *Leo, the Royal Cadet* (Oscar Ferdinand Telgmann), *The Merrie Men of Sherwood Forest, or Forest Days in the Olden Time* (W. H. Birch), загальною кількістю 25 %.

3. **Власні назви мюзиклів** з боку їх структурної організації представлено наступними типами: **однокомпонентними простими непохідними** онімами, наприклад, *Cats*, *Rent*, *Harvey*, 1776, *Grease*, які складають 13 % від загальної кількості; **однокомпонентними простими похідними** онімами, наприклад, *The Producers*, кількість яких сягає 8 %; **складними власне композитами** на кшталт *Hairspray*, *Deathtrap*, кількість яких становить 6 %; **словосполуками** типу *In the Heights*, кількість яких становить 1 %; **двокомпонентними словосполученнями**, наприклад, *Miss Saigon*, *A Chorus Line*, *42nd Street*, *Beauty and the Beast*, *Fiddler on the Roof*, які складають переважну більшість в цій групі власних назв – 53 %; **багатокомпонентними словосполученнями**, наприклад, *My Fair Lady*, *Abie's Irish Rose*, *Smokey Joe's Café*, *The Best Little Whorehouse in Texas*, що представлено в 10 % випадків; фразами, які виявилися досить частотними серед назв мюзиклів, що можна проілюструвати наступними онімами: *Oh! Calcutta!*, *Hello, Dolly!*, *Ain't Misbehavin'*, *Annie Get Your Gun*, *How to Succeed in Business Without Really Trying*, *Bring in 'da Noise, Bring in 'da Funk*, *Butterflies Are Free*, *Kiss Me, Kate*, *Don't Bother Me*, *I Can't Cope*, загальною кількістю 9 %.

4. **Власні назви спектаклів** характеризуються певною структурною організацією: **однокомпонентні прості непохідні** оніми представлено не дуже широко – лише 4 % випадків, які можемо проілюструвати наступними ідеонімами: *John* (Annie Baker), *Fences* (August Wilson), *Candida* (George Bernard Shaw), *The Women* (Claire Booth Luce); **однокомпонентні прості похідні** оніми типу *Machinal* (Sophie Treadwell), *Ruined* (Lynn Nottage) використано в 3 % випадків; **власне композити** використано у 2 %, наприклад, *Dutchman* (LeRoi Jones), та **афіксальні композити** на кшталт *The Homecoming* (Harold Pinter) у 1 % від загальної кількості; **двокомпонентні словосполучення**, наприклад, *The Normal Heart* (Larry Kramer), *The School*

for Scandal (Richard Brinsley Sheridan), A Raisin in the Sun (Lorraine Hansberry) виявилися численними та складають 45 %; **багатокомпонентні словосполучення** також добре представлено в цій групі сценонімів, наприклад, *Uncommon Women and Others* (Wendy Wasserstein), *Long Day's Journey Into Night* (Eugene O'Neill) загальною кількістю 18 %; виявлено один **юкстапозит** *Topdog/Underdog* (Suzan-Lori Parks), що взагалі є нетиповим для артіонімів; значну кількість власних назв складають **оніми-фрази**, наприклад, *Look Back in Anger* (John Osborne), *Who's Afraid of Virginia Woolf?* (Edward Albee), *What the Butler Saw* (Joe Orton), *Rosencrantz and Guildenstern Are Dead* (Tom Stoppard), *Awake and Sing!* (Clifford Odets), загальною кількістю 27 %.

5. **Власні назви шоу** демонструють власні структурні особливості. Так, виокремлено 3 % **однокомпонентних похідних онімів** на кшталт *Thriller*; 2 % **складних власне композитів**, наприклад, *Beatleshow*; 34 % **двокомпонентних словосполучень** типу *The Ehrlich Brothers*, *Modern Magic*, *The Magic Circle*, *Conjuring at the Court*; переважну більшість **складають багатокомпонентні словосполучення**, наприклад, *West End Magic*, *Motown Revue Hitzville The Show*, *Mandy Muden: Cunning Stunts*, *The Gentleman Cheater Magic Show*, *Magic, Mind-Reading and Mayhem Show*, *My Bloody Valentine vs. Slowdive Covers Night*, загальна кількість яких складає 61 %.

6. **Власні назви балетів** мають досить обмежений репертуар структурних типів, що можемо пояснити традиційністю номінувань відповідних денотатів. Так, цю групу представлено **однокомпонентними простими непохідними** онімами, наприклад, *The Display*, *The Witch*, *Fanfare*, *Five*, *Gloria*, а також **однокомпонентними простими похідними** власними назвами типу *Swimmer*, *Solitaire*, *Monotones*, загальна кількість яких становить 30 % і 6 % відповідно. Нечисленними виявилися власне й афіксальні композити, такі як *Watermill*, *X-Ray*, *Lifecasting*, відсоток яких сягає 3 % й 2 %. Складені оніми репрезентовано **словосполукками**, наприклад, *After the Rain*, *In the Night* – 4 %, а також **дво- та багатокомпонентними словосполученнями**, що можемо проілюструвати наступними ідеонімами: *Adam Zero*, *Billy the Kid*, *An American in Paris*, *Cave of the Heart*, *Homage to the Queen*, *A Midsummer Night's Dream*, *The Nightingale and the Rose*, *Job: A Masque for Dancing*, *A Tragedy of Fashion, or the Scarlet Scissors*, загальна кількість яких становить 36 й 19 % відповідно.

7. **Власні назви концертів** частіше за все мають дескриптивні назви за ім'ям виконавця, наприклад, *The Paul McCartney World Tour*, проте інколи вони номінуються інакше. Щодо структурних особливостей цієї групи власних назв, то **однокомпонентні непохідні** оніми використовуються в окремих випадках на кшталт *The Game* та складають 2 % від загальної кількості. Зустрічаються також **двокомпонентні словосполучення**, наприклад, *Absolute Bowie*, *The Girlie Show*, *Voodoo Lounge*, однак їх кількість не є значною – 26 %. Решту – 71 % складають **багатокомпонентні словосполучення**: *Dangerous Woman Tour*, *Tunnel of Love Express*, *The Best*

British Rock Concert of all Time, Kosmo Sound and David Katz, Stan Webb's Chicken Shack, Vans' Warped Tour Presented by AT&T. Також виокремлено 1 % власних назв цієї групи, які за структурою є **фразами**: (*What's the Story*) *Morning Glory?*

8. **Власні назви циркових вистав** серед своїх структурних типів мають дуже незначну кількість **однокомпонентних простих непохідних** онімів на кшталт *Crystal, Humans* – 5 %. Складні оніми також присутні в незначній мірі – 2 % **власне композитів**, наприклад, *Backbone, The LionDrome*. Переважна більшість власних назв належить до дво- та **багатокомпонентних словосполучень**, наприклад, *The Little Wonder, the Red Unit, Circus Dreams, Circus in the Park, King of the High Wire, Cirque Mundial Show, Alar, the Human Arrow, Grady Stiles, the Lobster boy, The Great Peters, the Man with the Iron Neck, Buffalo Bill's Wild West Show*, які досягли 40 % й 53 % відповідно.

Музиконіми – це власні назви окремих музичних творів, що зазвичай відтворюються на персональних електронних приладах, або ж виконуються зі сцени або іншого аналогічного за функцією місця. За денотатною належністю ми розподілили їх на три групи – власні назви пісень, власні назви інструментальних творів, власні назви збірників музичних творів, для кожної з яких було зібрано по 100 прикладів. Їх структурний аналіз показав наступне:

1. **Власні назви пісень** мають такі структурні типи: **однокомпонентні непохідні** та **похідні** оніми не є дуже поширеними в цій групі, бо складають 10 % та 4 % відповідно, ілюстраціями таких власних назв можуть слугувати *Sorry, Choices, Jolene, Fancy, Breathe, Heroes; Thriller, The Gambler, Jeepster*. Лише 3 % прийшлося на **власне композити**, які проілюструємо назвами *Everybody, Firework, Something*. Також 3 % представлено **словосполуками**, наприклад, *Like a Prayer, No Scrubs, At Last*. Значно ширше використовуються дво- та **багатокомпонентні словосполучення** на кшталт *Billie Jean, Whiskey Lullaby, Single Ladies, Hollaback Girl, Uptown Funk, Genie in a Bottle, Rolling in the Deep, Party in the U.S.A., Walkin' After Midnight; Friends in Low Places, Blue Eyes Crying in the Rain, Coal Miner's Daughter*, які посіли 21 % і 24 % відповідно. Дистинктивною рисою власних назв пісень є широке застосування **онімів-фраз** для їх номінації, наприклад, *Don't Stop Believing, Shake it Off, Call Me Maybe, Baby One More Time, It's Gonna Be Me, When Doves Cry, I Wanna Dance With Somebody, I Walk the Line, Live Like You Were Dying, Signed, Sealed, Delivered I'm Yours*, що становить 35 % від загальної кількості.

2. **Власні назви інструментальних музичних творів** мають власну структурну організацію. **Однокомпонентні прості непохідні** оніми не є дуже поширеними в цій групі, бо займають лише 4 % від загальної кількості. Ілюстраціями слугують власні назви *The Planets, The Messiah*. **Двокомпонентні словосполучення** зустрічаються доволі часто, прикладами яких слугують оніми *the War Requiem, The Harmonious Blacksmith, Water*

Music, Country Gardens, Train Music, Charging Irishrey, The Cuckoo and the Nightingale, загальною кількістю 48 %. **Багатокомпонентні словосполучення** є поширеними для цієї групи музиконімів, наприклад, *Mass in G minor, Children's March: Over the Hills and Far Away, The Power of Rome and the Christian Heart*, їх загальна кількість сягає 48 %.

3. **Власні назви збірників** пісень чи інструментальних музичних творів представлено невеликою кількістю **однокомпонентних простих непохідних** власних назв на кшталт *Warp*, які складають 12 %. **Дво- та багатокомпонентні словосполучення** використовуються майже однаково, наприклад, *Berlin Trilogy, Nerve Net, Drums Between the Bells, My Ladye Nevells Book, Ambient 1: Music for Airports, My Life in the Bush of Ghosts, Music for the Royal Fireworks, (More Songs About Buildings and Food, Fear of Music, and Remain in Light)*, що становить 41 % і 47 %.

Четвертою групою артіонімів є **фільмоніми**, які вміщують кінопродукцію для різних вікових категорій, ігрові й неігрові кіно-, теле- та мультфільми, серіали, телевізійні програми та шоу. Всього ми виокремили вісім груп фільмонімів, структурну організацію яких аналізуємо нижче. Для кожної з груп було зібрано по 100 прикладів, таким чином, загальна кількість аналізованих фільмонімів сягає 800 одиниць.

1. **Власні назви кінофільмів** представлено майже всіма типами структурної організації. **Однокомпонентні прості непохідні й похідні** оніми, наприклад, *Up, Rocky, The Godfather, Seven; The Shining, Inception* займають 12 % та 10 % від загальної кількості. Складні оніми репрезентовано **власне композитами** на кшталт *Braveheart, Ghostbusters, Wall-E, Chinatown, Goodfellas* й **аббревіатурою** *E.T.*, що становить 5 % та 1 % відповідно. Вилучено також використання складених **онімів-словосполук** в 1 % випадків: *On the Waterfront*. Переважну більшість в цій групі складають **дво- й багатокомпонентні словосполучення**, наприклад, *Doctor Zhivago, Almost Famous, The Deer Hunter, Star Wars, Bonnie and Clyde, Reservoir Dogs, Back to the Future, The Silence of the Lambs, Close Encounters of the Third Kind, The Bridge on the River Kwai, A Clockwork Orange, All the President's Men, Eternal Sunshine of the Spotless Mind* – 35 % і 29 % відповідно. **Оніми-фрази** зустрілися в 8 % власних назв кінофільмів, таких як *One Flew over the Cuckoo's Nest, Airplane!, Die Hard, Some Like It Hot, When Harry Met Sally*.

2. **Власні назви телефільмів** щодо їх структури демонструють такі типи: незначну кількість **однокомпонентних непохідних та похідних** онімів на кшталт *Recount, Spectre, The Killers*, загальною кількістю 5 % і 3 % від загальної кількості. Значно більше використовуються складені назви: **двокомпонентні й багатокомпонентні словосполучення**: *The Day After, Brian's Song, A Case of Rape, Born Innocent, My Sweet Charlie, Helter Skelter, The Legend of Lizzie Borden, Prince of Bel Air, Babylon 5: The Gathering, Sabrina, the Teenage Witch, Sarah T. – Portrait of a Teenage Alcoholic, Alexander: The Other Side of Dawn*, загальна кількість цих двох типів – 56 % і

34 %. Вилучено також 2 % **онімів-фраз** на кшталт *If These Walls Could Talk, See How They Run*.

3. **Власні назви мультфільмів**, що можемо проілюструвати наступними назвами: **однокомпонентні прості непохідні** оніми є частотними, наприклад, *Wizards, Paprika, Pinocchio, Tower*, загальною кількістю 18 %; **складні власне композити** трапляються у поодиноких випадках, прикладом чого є власна назва *Mermaid*, усього 2 %; **складені двокомпонентні словосполучення** є домінуючим типом у цій групі, наприклад, *The Plague Dogs, Despicable Me, Puss In Boots, Happy Feet, Ice Age, Monsters, Inc., The Last Unicorn, Alice In Wonderland, The Land Before Time, An American Tail, Cowboy Bebop*, кількість яких сягає 58 %; **багатокомпонентні словосполучення** використовуються не так широко – у 12 %, прикладами яких є назви *Snow White and the Seven Dwarfs, The Emperor's New Groove, From Up On Poppy Hill, Captain Underpants: The First Epic Movie*; також трапляються **оніми-фрази** в 10 % випадках, наприклад, *Who Framed Roger Rabbit, When Marnie Was There*.

4. **Власні назви серіалів** в аспекті їх структурної організації розподіляються на такі типи: **однокомпонентні прості похідні** оніми не є численними, але приклади таких назв було виокремлено на кшталт *Supernatural, Mentalist, The Simpsons, The Flintstones, The Jetsons*, загальною кількістю 14 %; **двокомпонентні словосполучення** виявилися найпоширенішим структурним типом в цій групі, наприклад, *Tom and Jerry, Looney Tunes, South Park, Dexter's Laboratory, Star Wars, The Pink Panther*, що становить 57 %; виокремлено також **багатокомпонентні словосполучення**, такі як *Avatar: The Last Airbender, The Grim Adventures of Billy and Mandy*, кількість яких сягає 25 %; **оніми-фрази** використовувалися в поодиноких випадках, що можемо проілюструвати фільмонімами *Hey Arnold! Scooby-Doo, Where Are You! What's New, Scooby-Doo?*, загальною кількістю 4 %.

5. **Власні назви телевізійних розважальних та ток-шоу** представлено **однокомпонентними простими непохідними** онімами на кшталт *The View, Tomorrow, Satire*, кількість яких становить 5 %. Було виокремлено одну **складну назву-аббревіатуру** *WTF* – 1 % від загальної кількості. Поширеними виявилися складені дво- та **багатокомпонентні назви**, наприклад, *The American Idol, Monster Garage, Late Night, Chatty Man, The Tonight Show, Fernwood 2 Night, The Howard Stern Show, Larry King Live, Phil Donahue Show, The Oprah Winfrey Show, The Graham Norton Show, The Morton Downey Jr. Show, The Late Show With Joan Rivers*, загальна кількість яких складає 42 % і 44 % відповідно. 8 % онімів цієї групи представлено **фразами**, причому цікавим виявляється той факт, що це окличні речення, як *Hi, Ladies! Live! Yambo! Jeopardy! Jimmy Kimmel Live!*

6. **Власні назви програм новин** щодо їх структури можемо розподілити на такі типи: **однокомпонентні прості непохідні та похідні** власні назви типу *The Five, Today, Hannity, Outnumbered* використано в 22 % та 18 % випадків; дво- та **багатокомпонентні складені** оніми-

словосполучення на кшталт *Happening Now*, *Fox & Friends*, *The O'Reilly Factor*, *Shepard Smith Reporting*, *Hardball with Chris Matthews*, *Anderson Cooper 360*, *Your World with Neil Cavuto*, *Situation Room with Wolf Blitzer* зафіксовано у 27 % та 33 % відповідно.

7. **Власні назви освітніх програм** щодо їх структурної організації мають певні особливості. **Однокомпонентні прості непохідні** оніми, наприклад, *Zoom*, *Cake*, було виокремлено лише в 4 % випадків. Поширеними виявилися **складні власне композити**, прикладами яких можуть послугувати ідеоніми *Cyberchase*, *WordGirl*, *WordWorld*, *SciGirls*, *Survivorman*, *DinoSquad*, загальна кількість яких сягає 9 %. **Дво- та багатоконпонентні словосполучення**, прикладами яких є *Sesame Street*, *Dirty Jobs*, *Reading Rainbow*, *Liberty's Kids*, *Mister Rogers' Neighborhood*, *The Magic School Bus*, *Cosmos: A Space-Time Odys*, було використано в 44 % і 35 % випадках. Також у ролі власних назв освітніх програм застосовувалися оніми-фрази всіх комунікативних типів у 8 %, наприклад, *Super Why!*, *Histeria!*, *Go, Diego, Go!*, *Adam Ruins Everything*, *Let's Get Inventin'*.

8. **Власні назви радіопрограм** з боку їх структурних типів розподіляються на такі: **однокомпонентні прості непохідні й похідні** ідеоніми, наприклад, *Delilah*, *Kiss*, *Magic*, становлять 5 % від загальної кількості; **складні власне композити** типу *Marketplace*, *talkSPORT* – 2 %; складені дво- та багатоконпонентні словосполучення – 39 % і 53 %, наприклад, *Morning Edition*, *Fresh Air*, *The Savage Nation*, *Car Talk*, *The Howard Stern Show*, *The Dave Ramsey Show*, *The Glenn Beck Program*, *The Hugh Hewitt Show*, *Live from Here*. Ще 1 % припадає на оніми-фрази, наприклад, *Wait Wait... Don't Tell Me!*

Комплексний аналіз структурної організації англomовних ідеонімів дозволив встановити такі провідні тенденції: найпоширенішим типом для бібліонімів, гемеронімів та комп'ютеронімів є багатоконпонентні словосполучення, для артіонімів перше місце посідають двокомпонентні словосполучення. Друге місце серед бібліонімів, гемеронімів та комп'ютеронімів займають двокомпонентні словосполучення, а для артіонімів на другій позиції знаходяться багатоконпонентні словосполучення. Таким чином, висвітлюється загальна для всіх груп ідеонімів тенденція щодо превалювання дво- або багатоконпонентних словосполучень, що детерміновано необхідністю донесення до адресата точної інформації щодо номінованого об'єкта. Третя позиція розрізняється, бо серед артіонімів та гемеронімів її займають непохідні слова, а також фрази, а серед бібліонімів та комп'ютеронімів – аббревіатури й оніми-фрази. Таку полярність можемо пояснити з одного боку, тяжінням до економії зусиль у разі номінацій комп'ютеронімів та рамковість бібліонімів художнього стилю, а з другого – необхідністю розкриття сутності номінованого об'єкта й прагматичними факторами повноцінного функціонування ідеонімів.

ТЕМА 3.

МОТИВАЦІЙНА ТИПОЛОГІЯ ІДЕОНІМІВ

План

1. Види мотивації власних назв.
2. Встановлення мотивованості власних назв.
3. Когнітивно-ономасіологічний підхід до мотивації артіонімів.

Мотивація власних назв викликає значну зацікавленість в ономатологів світу, що призвело до появи великої кількості розвідок, дотичних до цієї проблеми. **Мотивація** трактується двома різними шляхами: як формальний і семантичний зв'язок між словами як знаками – **відносна мотивація**, та як зв'язок між знаками і їхніми денотатами – **абсолютна мотивація**. Добре унаочнено процес мотивації мовного знаку в роботі М. Ю. Карпенка, де також простежується кореляція між термінами **мотивація** й **мотивованість**, причому останній трактується як закономірність зв'язку між змістом і формою слова, а також розподіляється на **первинну** й **вторинну** типи номінації: встановлення безпосереднього або опосередкованого зв'язку між знаком і денотатом. Як пропонує М. Ю. Карпенко, первинну мотивованість можемо вважати синонімом абсолютної мотивації, а вторинну мотивованість – відносною мотивації.

О. О. Селіванова вважає за необхідне інтродукування висвітлення **когнітивної мотивації** номінативного процесу завдяки домінуванню когнітивно-дискурсивної парадигми в сучасних мовознавчих студіях, до якої належить і дане дослідження. Структура знань про позначене «представлена у вигляді спрощеної моделі ментально-психонетичного комплексу (МПК), яка враховує кореляцію п'яти психічних функцій свідомості: відчуттів, почуттів, мислення, інтуїції та трансценденції – із колективним підсвідомим», причому «ядром МПК у вербалізованій частині мислення є пропозиції, пов'язані з асоціативно-термінальним компонентом метафоризованих знаків інших концептів, модусом як оцінним складником, образами, іншими психічними функціями й архетипами колективного підсвідомого».

М. М. Торчинський вбачає за доцільне наслідувати думку О. В. Суперанської щодо «нерозривності типологій власних назв, які ґрунтуються на мотивах номінації, семантиці твірного слова і способі творення», та на основі створених раніше мотиваційних типологій онімів пропонує розподілити їх на такі, що мають просту, комбіновану чи невідому мотивацію.

Мотиваційний аналіз ідеонімів охарактеризовано за двома методиками: традиційним в ономастиці підходом до встановлення мотивованості пропріальних одиниць та когнітивно-ономасіологічним підходом до мотивації номінативних одиниць як до лінгвопсихоментальної операції.

Перший підхід дав змогу виокремити просту, комбіновану та невідому мотивацію англословних ідеонімів. Проста мотивація охоплює такі групи:

- 1) **квалітативні** оніми, що мотивовані характерними ознаками денотата;
- 2) **сутнісні** ідеоніми, які вказують на функції денотата;
- 3) **локативні** власні назви, що ідентифікують місцезнаходження їхніх денотатів чи об'єктів творчого втілення;
- 4) **темпоральні** оніми, пов'язані з часом виникнення їхніх денотатів, що у випадку мотивованості ідеонімів перетворюється на номінацію художнього витвору за часом, найсуттєвішим для зображення;
- 5) **патронімічні** оніми, пов'язані з предками, попередниками, що для ідеонімів бачимо співвідносимо із серіями художніх витворів, об'єднаних тематикою, дійовими особами;
- 6) **посесивні** оніми вказують на право власності на денотат, що модифікується для ідеонімів у позначення власності якоїсь художньої реалії;
- 7) **меморіальні** власні назви увічнюють пам'ять про когось або щось;
- 8) **ідеологічні** оніми, пов'язані з поглядами номінатора на певні соціальні, естетичні, політичні чи інші проблеми;
- 9) **апотропейні** власні назви є побажанням, командою до здійснення якоїсь дії;
- 10) **номінальні** власні назви надаються без спеціального мотиву, що для ідеонімів не є характерним, оскільки вони зазвичай утілюють концепт витвору, авторське послання до адресата в згорнутій формі;
- 11) **символічні** оніми трансформуються в символи;
- 12) **асоціативні** власні назви утворено за аналогією до інших власних назв, або ті ідеоніми, які будуються на метафоричному асоціативному зв'язку з апелятивами;
- 13) **ситуативні** власні назви створюються на основі певної актуальної життєвої ситуації, яка не стосується номінованого об'єкта, що зазвичай не є властивим для ідеонімів.

Також виокремлюємо оніми з комбінованою мотивацією, де поєднуються два, три чи чотири різні мотиви номінації.

Застосування когнітивно-онимасіологічного підходу до мотивації ідеонімів дав змогу виокремити такі їхні типи:

- 1) **пропозиційний**, базований на прямих значеннях мотиваторів;
- 2) **асоціативний**, що спирається на метафоричні мотиватори;
- 3) **модусний**, який ґрунтується на оцінці;
- 4) **змішаний** тип, де скомбіновано різні мотиви номінації;
- 5) **концептуально-інтеграційний**, наслідком чого є формування нового концепту.

Квалітативна, сутнісна й асоціативна, а також комбінована з домінуванням зазначених мотивів мотивація превалює в мотиваційній організації артіонімів. За другою класифікацією – це пропозиційний, асоціативний та модусний типи, що добре узгоджується з провідними

функціями артіонімів – рекламною та сугестійною, які повинні викликати потужні емоції, зацікавленість адресата.

Як вже зазначалося в попередніх розділах, артіоніми розподіляються на чотири групи – імажоніми, сценоніми, музиконіми й фільмоніми, кожна з яких має кілька підгруп. У цьому підрозділі проводиться мотиваційний аналіз багатой мотиваційної палітри всіх чотирьох груп артіонімів.

Імажоніми, які охоплюють десять підгруп, стосовно їхніх мотиваційних типів мають таку специфіку:

1) **квалітативні** оніми є доволі частотними, наприклад, *Balloon Girl*, *Perfect!*, *The Enraged Musician*, *Cheeky Einstein*, *Almost square bouquet*, *Graphic orchid design*, *Breathing Room*, *Large Mirror Nijinski*, *As special as an almost never find*, *A quirky kind of Love*, загальна кількість яких становить 12 %;

2) **сутнісні** ідеоніми є найуживанішими серед артіонімів, прикладами чого можуть слугувати наступні власні назви: *Sculpture for Derry Walls*, *Lady Godiva*, *Passion and Resurrection*, *Apostles*, *Moon and Clouds*, *Reclining Figures*, *Mother and Child Divided*, *Everyone I Have Ever Slept With 1963–1995*, *Bambridge on Trial for Murder by a Committee of the House of Commons*, *Raising the Flag on Iwo Jima*, загальна кількість таких випадків складає 26 %;

3) **локативні** власні назви також було виокремлено серед ідеонімів цієї групи, наприклад, *Vietnam Execution*, *Famine in Sudan*, *360 degrees Room For All Colours*, *Piece of the forest*, *The Giant of Boston*, *Cornfield*, *Abu Ghraib torture*, загальна кількість таких випадків становить 6 %;

4) **темпоральні** оніми зустрічаються в поодиноких випадках на кшталт *Early One Morning*, *Not yet Spring*, *Spring but a spring*, *Wedding Welcome*, *Crescent Moon*, загальною кількістю 7 %;

5) **патронімічні** оніми було виокремлено в 1 % випадків – *'Napalm girl' – one moment later*;

6) **посесивні** оніми не є численними, наприклад, *A Harlot's Progress*, *Jack Frost's Christmas stocking*, усього 4 %;

7) **меморіальні** власні назви також вжито рідко, наприклад, *Father Luis Manuel Padilla*, *Mandela walks free*, *Neil Armstrong after first moon-walk*, що обіймає 5 % випадків;

8) **ідеологічні** оніми зустрілися лише в назвах художніх світлин в 3 % від загальної кількості на кшталт *Standing up to Himmler*, *Jesse Owens defies Hitler*;

9) **апотропейні** власні назви було виокремлено в 3 % випадків, наприклад, *Give if you can – Take if you have to*, *Step Along*, *Wait for me, Daddy*';

10) **номінальні** власні назви є поодинокими, наприклад, *Hey there*, *All in one photo*, кількістю 2 %;

11) **символічні** оніми було встановлено лише в 1 % випадків – *Tank Man*;

12) **асоціативні** власні назви є доволі поширеними, наприклад, *Ophelia*, *My Bonnie Lies Over the Ocean*, *Avoiding Decision Fatigue*, *A spongy home for*

this octopus orchid, Pick your poison, When the wind whisper, Let It Snow, що містить 8 %.

Численними є імажоніми з комбінованою мотивацією, наприклад:

- *Love is in the Air* – асоціативно-локативна мотивація;
- *Elisha in the Chamber on the Wall* – сутнісно-локативна мотивація;
- *the Montreal Myrrh-Streaming Iveron Icon* – локативно-квалітативна мотивація;
- *Flowers Infused with Autumn Moonlight* – сутнісно-асоціативна мотивація;
- *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* – асоціативно-квалітативна мотивація;
- *The True Picture of the Isle of the Dead by Arnold Bocklin at the Hour of the Angelus* – квалітативно-локативно-посесивно-темпоральна мотивація.

Другою групою артіонімів є сценоніми, які обіймають дев'ять підгруп. Аналіз їхніх мотиваційних типів призвів до наступних спостережень:

1) **квалітативні** оніми є дуже поширеними, наприклад, *Ruined, The Superior Sex, Magic, Mind-Reading and Mayhem Show, My Fair Lady, Machinal, Dangerous Woman Tour, The Importance of Being Earnest, Magical Lantern Festival, Enchanted Christmas, A Quiet Place, The Best British Rock Concert of all Time*, загальна кількість таких онімів становить 24 %;

2) **сутнісні** ідеоніми також часто вживаються серед сценонімів на кшталт *Susannah, Beatleshow, Peter Grimes, The Display, The Witch, Romeo and Juliet, The Women*, причому їхня кількість сягає 13 %;

3) **локативні** власні назви значно менш поширені, наприклад, *Chicago, London Motor Show, Song of Norway, In the Heights, 42nd Street*, що дорівнює 10 % випадків;

4) **темпоральні** оніми використовуються ще менше – в 7 % випадків, наприклад, *After the Rain, In the Night, A Midsummer Night's Dream*;

5) **посесивні** оніми було виокремлено в поодиноких випадках, наприклад, *The Pilgrim's Progress, Smokey Joe's Café*, кількістю 3 %;

6) **меморіальні** власні назви не є частотними, бо обіймають лише 5 % онімів, наприклад, *Michael Jackson ONE, Absolute Bowie, Rosencrantz and Guildenstern Are Dead*;

7) **апотропейні** власні назви використовувалися в 12 % випадків, наприклад, *Bring in 'da Noise, Bring in 'da Funk, Kiss Me, Kate, Don't Bother Me, I Can't Cope, Awake and Sing!, Break Every Rule*;

8) **асоціативні** власні назви є частотними в цій групі артіонімів, наприклад, *A Village Romeo and Juliet, The Phantom of the Opera, Aladdin 2018, A Streetcar Named Desire, Eden Project, Checkmate, The School for Scandal*, загальною кількістю 24 %.

Частотними є сценоніми з комбінованою мотивацією, наприклад:

- *The Austrian Bee Gees Show* – локативно-меморіально-сутнісна мотивація;

- *The Jimi Hendrix Experience Worldwide Tour* – сутнісно-асоціативно-квалітативна мотивація;
- *Circus Dreams, West End Magic* – локативно-асоціативна мотивація;
- *Buffalo Bill's Wild West Show* – посесивно-локативно-сутнісна мотивація;
- *A Month in the Country, Long Day's Journey Into Night* – темпорально-локативна мотивація;
- *The Merrie Men of Sherwood Forest, or Forest Days in the Olden Time* – квалітативно-сутнісно-локативно-темпоральна мотивація.

Третьою групою артіонімів є музиконіми, які складаються з трьох підгруп. Аналіз їхньої мотиваційної структури виявив такі тенденції:

1) **квалітативні** оніми є поширеними в цій групі, наприклад, *The Imperial March, Whiskey Lullaby, Single Ladies, Hollaback Girl, Uptown Funk, The Harmonious Blacksmith, Water Music*, загальна кількість яких становить 21 %;

2) **сутнісні** ідеоніми зустрічаються в окремих випадках на кшталт *Billie Jean, Sorry, Choices, Jolene*, причому їх кількість сягає 8 %;

3) **локативні** власні назви також не є частотними, лише 5 % від загальної кількості, наприклад, *Party in the U.S.A., Berlin Trilogy, Country Gardens, Train Music*,

4) **темпоральні** оніми зустрічаються в поодиноких випадках, наприклад, *The Four Seasons, Walkin' After Midnight, At Last*, кількістю 4 %;

5) **посесивні** оніми було виокремлено лише в 1 % випадків: *Coal Miner's Daughter*,

6) **апотропейні** власні назви, навпаки, є доволі частотними, наприклад, *Let It Be, God Save the Queen, Don't Stop Believing, Shake it Off, Call Me Maybe, Baby One More Time*, що становить 12 %;

7) **асоціативні** власні назви є поширеними, наприклад, *A Kind of Magic, Like a Prayer, Genie in a Bottle, When Doves Cry, Nerve Net*, загальною кількістю 14 %.

Дуже часто зустрічаємо музиконіми з комбінованою мотивацією, наприклад:

- *Children's March: Over the Hills and Far Away* – посесивно-сутнісно-локативна мотивація;
- *The Power of Rome and the Christian Heart* – асоціативно-квалітативно-асоціативна мотивація;
- *My Life in the Bush of Ghosts* – сутнісно-асоціативна мотивація;
- *Ambient 1: Music for Airports* – квалітативно-сутнісно-локативна мотивація.

Фільмоніми є останньою, четвертою групою артіонімів, яка складається з восьми підгруп, які було проаналізовано з боку їхньої мотиваційної організації:

1) **квалітативні** оніми є поширеними в цій групі, наприклад, *Supernatural, Pulp Fiction, The Usual Suspects, Top of the Pops, Monster Garage*,

Goodfellas, Born Innocent, My Sweet Charlie, Almost Famous, Eternal Sunshine of the Spotless Mind, загальна кількість становить 18 %;

2) **сутнісні** ідеоніми є доволі поширеними на кшталт *The Lion King, Mermaid, Pinocchio, Tom and Jerry, Rocky, The Godfather, Seven, Bonnie and Clyde, Mentalist, The Simpsons, The Flintstones*, загальною кількістю 16 %;

3) **локативні** власні назви використовуються повільно, наприклад, *Up, Chinatown, On the Waterfront, The Bridge on the River Kwai, The Land Before Time, From Up On Poppy Hill*, що складає 11 %;

4) **темпоральні** оніми зустрічаються ще менше, прикладами яких можуть послугувати фільмоніми *60 minutes, Morning Joe, Today, Morning Edition, Back to the Future, The Day After, Late Night*, кількістю 9 %;

5) **посесивні** оніми виявилися частотними, наприклад, *The Ellen DeGeneres Show, Brian's Song, The Legend of Lizzie Borden, Prince of Bel Air, Dexter's Laboratory, The Howard Stern Show, Larry King Live, Mister Rogers' Neighborhood*, що складає 13 %;

6) **анотропейні** власні назви використано в 10 % випадках, наприклад, *Die Hard, See How They Run, Go, Diego, Go!, Wait Wait... Don't Tell Me!*;

7) **асоціативні** власні назви є широкоживаними серед фільмонімів, наприклад, *The Lord of the Rings: The Return of the King, Inception, MythBusters, The Shining, Kiss, The Silence of the Lambs, All the President's Men, A Clockwork Orange, If These Walls Could Talk*, що містить 16 % від загальної кількості.

Оніми з комбінованою мотивацією вживаються досить часто, наприклад,

- *Sarah T. - Portrait of a Teenage Alcoholic, Alexander: The Other Side of Dawn* – сутнісно-квалітативно-асоціативна мотивація;
- *Late Night with Jimmy Fallon* – локативно-посесивна мотивація;
- *Cosmos: A Space-Time Odys* – асоціативно-локативно-темпоральна мотивація.

Отже, можемо висновувати, що квалітативна, сутнісна й асоціативна, а також комбінована з домінуванням зазначених мотивів мотивація превалює в мотиваційній організації артіонімів.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Горшкова В. Е. Название фильма как единица перевода и составляющая образа-смысла / В. Е. Горшкова // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – Пермь, 2014. – Вып. 10. – С. 26–37.
2. Датченко Ю. В. Назви писанок як об'єкт ономастики / Ю. В. Датченко, Л. В. Поліщук [Електронний ресурс] // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство». – № 11. – 2017. – Вип. 23 (2). – С. 28–36. – Режим доступу: http://movoznavstvo.com.ua/download/pdf/2017_2/7.pdf
3. Дідур Ю. І. Особливості функціонування ергонімів у мові, мовленні та ментальному лексиконі (в українській, англійській та російській мовах) : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.15 / Юлія Ігорівна Дідур. – Одеса, 2015. – 195 с.
4. Калинин В. М. Поэтика онима : [монография] / В. М. Калинин. – Донецк : Юго-Восток, 1999. – 408 с.
5. Карпенко О. Ю. Проблематика когнітивної ономастики: [монографія] / О. Ю. Карпенко. – Одеса : Астропринт, 2006. – 325 с.
6. Магазаник Э. Б. Ономапозитика, или «говорящие имена» в литературе / Эммануил Борисович Магазаник. – Ташкент: Фан, 1978. – 146 с.
7. Насакина С. В. Типология идеонимов в рекламе лекарств / С. В. Насакина // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Воронеж, 2015. – Вып. 4. – С. 48-51.
8. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская / [под ред. А. В. Суперанской]. – М.: Наука, 1988. – 192 с.
9. Словник української ономастичної термінології / [уклад. Д. Г. Бучко, Н. В. Ткачова]. – Харків: Ранок-НТ, 2012. – 256 с.
10. Совершаева Л. Г. Идеонимы в ономастическом пространстве / Л. Г. Совершаева, М. А. Павловская // Инновационная наука. – № 11: в 3-х ч. – Ч. 2. – Уфа, 2016. – С. 131–132.
11. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / Александра Васильевна Суперанская. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – [изд. 2-е, испр.] – 368 с.
12. Супрун В. И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал: [монография] / В. И. Супрун. – Волгоград: Перемена, 2000. – 172 с.
13. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови. Частина 2. Функціонування власних назв: [монографія] / Михайло Миколайович Торчинський. – Хмельницький: ХНУ, 2009. – 394 с.
14. Цілина М. М. Українська імажонімія ХХ–ХХІ ст. / М. М. Цілина [Електронний ресурс] // Наукові записки [Національного університету

«Острозька академія»]. Серія: Філологічна. – 2015. – Вип. 58. – С. 282–285. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2015_58_108

15. Юдина Т. М. Артионимы в структурном аспекте (на материале названий произведений изобразительного искусства художников Арктики) / Т. М. Юдина, Е. Ф. Воронина // Славянская филология: XXI век [материалы III Международной конференции]. Архангельск, 2014. – С. 92–97.

16. Alvarez-Altman G. Literary Onomastics Typology: Analytic Guidelines to Literary Onomastics Studies [Electronic resource] / G. Alvarez-Altman. – Available from: <https://digitalcommons.brockport.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1161&context=los>.

17. Glossary of Terms for the Standardization of Geographical Names [Electronic resource]. – Available from: http://unstats.un.org/unsd/geoinfo/UNGEGN/docs/pdf/Glossary_of_terms_revised.pdf

18. Helmbrecht J. On the Form and Function of Proper Names. A Typological Perspective [Electronic resource] / J. Helmbrecht. – Available from: http://www.academia.edu/8265467/Form_and_Function_of_Proper_Names

19. Langendonck W. V. Theory and Typology of Proper Names [Electronic resource] / Willy van Langendonck. – Available from: <https://books.google.com.ua/books?isbn=3110197855>

ЗМІСТ

Анотація.....	3
Тема 1. Теоретичні передумови дослідження ідеонімії.....	4
Тема 2. Структурна типологія англомовних ідеонімів.....	14
Тема 3. Мотиваційна типологія ідеонімів.....	25
Список рекомендованої літератури.....	31

Навчальне видання

Васильєва Ольга Олександрівна

Карпенко Олена Юріївна

Карпенко Максим Юрійович

ІДЕОНІМІЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Методичні вказівки

до спецкурсу з ідеонімії англійської мови
для здобувачів вищої освіти рівня бакалавр спеціальності 035
«Філологія», спеціалізації 035.04 «Філологія. Германські мови та літератури
(переклад включно), перша англійська

Підп. до друку 11.09.2020

Формат 60x84/16.

Ум.-друк. арк. 2,52

Наклад 100 прим.

Зам. № 2009-09.