

О. Є. Ткачук-Мірошниченко,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

МОТИВАЦІЙНИЙ КОМПОНЕНТ АНГЛОМОВНИХ КОМАНДОНІМІВ (НА ПРИКЛАДІ НАЗВ КОМАНД НХЛ, НФЛ, НБА, НБЛ ТА АБЛ)

Стаття присвячена дослідженню ономастичного простору сучасної англійської мови на прикладі американських командонімів. Аналізуються принципи номінації американських командонімів, визначається мотиваційна складова та способи її вербалізації. Встановлено, що американські командоніми є відтопонімними з обов'язковим географічним ідентифікатором, відапелятивними та відантропонімними. Мотиваційна класифікація представлена командонімами-символами, командонімами-локативами, командонімами-меморіалами у взаємодії.

Ключові слова: онім, командонім, конотативний ефект, символ, асоціація, номінація, мотивація, топонім, зоолексема, антропонім.

Статья посвящена исследованию ономастического пространства современного английского языка на примере американских командонимов. Анализируются принципы номинации американских командонимов, определяется мотивационная составляющая и способы её вербализации.

Ключевые слова: оним, командоним, коннотативный эффект, символ, ассоциация, номинация, мотивация, топоним, зоолексема, антропоним.

The article is devoted to the study of the English sports team names as examples of the modern English proper name space. The principles of nomination of American sports team names are analyzed. The motivation factor and means of its verbalization are discussed. It can be concluded that American sports team names use a formula which always consists of a toponym verbalized by a city or state name, which makes this proper name group toponym derived. Further analysis has shown that the nomination of the second element of the formula is represented by different groups of general words, such as animal names, names of human figures, mythical figures, «weather» words, weapon names, clothes names, and anthroponyms, historic or sports icons bearing significance to sports fans or American society. Motives behind the formulas are, first of all, locative with fixed geographical identifiers. Strong associations and symbolic meanings pertaining to strength, speed, skill, and healthy aggression behind animal names, «weather names», names of weapons; and conveying patriotism, courage, dignity, esteem, honor, and pride by means of human figure names make associative and symbolic motives second. Anthroponyms as historic icons and names of professions pay tribute to these personalities and representatives of certain professions for their contribution into sports team making memorial motive third. The analysis has proved that all American sports team names present a combination of motives, namely, locative-symbolic and locative-memorial-symbolic, which makes them non-neutral. As non-neutral formulas they exercise connotative effect, and define group identity positively with the words of negative connotation.

Key words: proper name, sports team name, connotative effect, symbol, association, nomination, motivation, toponym, animal name, anthroponym.

Інтерес до дослідження ономастичного простору англійської мови пояснюється постійним оновленням та розширенням об'єктів номінації цього простору. Аналіз онімів здійснюється за різноманітними ознаками: класифікаційною, структурно-семантичною, орфографічною, перекладацькою, етимологічною, стилістичною тощо [1; 4]. За класифікаційною ознакою в межах ономастичного простору виділяють групу ергонімів – «власних назв на позначення ділових об'єднань людей, зокрема союзів, організацій, установ, корпорацій, підприємств, спілок, закладів, гуртків» [5, с. 166]. Деталізацію поля ергонімів на прикладі української мови запропонував Торчинський М. М. За його класифікацією ергоніми поділяються на три класи: **колективоніми** – власні назви колективів, які надають виробничі та сервісні послуги, **конфедераціоніми** – власні назви об'єднань людей за політичними, ідеологічними ознаками, **пресулатоніми** – власні назви на позначення управлінських структур [6, с. 260]. Серед колективонімів М. М. Торчинський виокремлює банконіми, готелоніми, магазиноніми, медичноніми, школоніми та зокрема командоніми [7, с. 56–59]. Під командонімами розуміють «власні назви спортивних команд» [7, с. 58].

Метою цього дослідження є комплексний номінативний та мотиваційний аналіз англомовних командонімів, які входять до професійних ліг США з відповідних видів спорту, а саме Національної хокейної ліги, Національної футбольної ліги, Національної та Американської бейсбольної ліг та Національної баскетбольної асоціації.

Для США спорт – це друга релігія. Згідно з опитуванням Американської антидопінгової агенції (USADA) від 2010 року серед 9,000 американців «75% дорослих мають відношення до спорту, з них 25% безпосередньо задіяні в сфері спорту в якості спортсменів, батьків спортсменів, тренерів або волонтерів. ... для 88% спорт – це джерело розваг та насолоди, ... для 80% спорт може бути цінним життєвим уроком, ... 75% опитаних дорослих погоджуються, що загалом спорт просуває позитивні цінності [11]. Щодо спортивних вподобань серед опитаних респондентів віком від 18 до 64 років перші три місяці посідають «баскетбол (37%), американський футбол (20%) та європейський футбол (19%) відповідно» [11]. Оскільки корпус досліджуваного матеріалу представляють назви професійних спортивних клубів, важливо відзначити, що згідно з опитуванням «67% спортивних глядачів та 73% чоловіків проводять більшу частину свого часу, дивлячись професійні види спорту. При цьому перша п'ятірка видів спорту за переглядом це: американський футбол (87%), бейсбол (68%), баскетбол (57%), хокей (25%) та гольф (24%) відповідно» [11]. Окрім того, що спорт – це найулюбленіший спосіб проведення часу, це й інструмент, який сприяв формуванню американської ідентифікації. Так М. Шекелфорд стверджує, що засадними для самоідентифікації американців стали два види спорту – бейсбол та американський футбол. Якщо історія бейсболу тісно переплетена з історичними подіями, тоді американський футбол – це «квінтесенція американського спорту, ... вимагає поєднання сили та спритності, брутальної сили та грації. Але більш за все він вимагає зухвалості та хоробрості. Іншими словами, він вимагає американських якостей для перемоги» [8].

Мотивація як спосіб відображення ознаки предмета мовними засобами є головною умовою створення командоніма. Під мотивом номінації командоніма розуміють причину, яка «зумовила з-поміж багатьох варіантів можливих найменувань вибір лише одного, який і став власною назвою. ... мотиваційна класифікація, ґрунтуючись передусім на тій основній ознаці денотата, яка покладена в основу його власної назви, повинна передбачати поділ онімів на апотропейні, асоціативні, ідеологічні, квалітативні, локативні, меморіальні, номінальні, патронімічні, посесивні, символічні, ситуативні, сутнісні та темпоральні, ... » [2, с. 10].

Для проведення аналізу нами були досліджені 113 командонімів чотирьох американських спортивних ліг. З'ясувалось, що в основі номінації всіх англомовних командонімів лежить відонімно-відтопонімний принцип, який реалізується у жи-

ванні лексичної одиниці – географічного ідентифікатора, а в сенсі мотивації – локатива. Так, всі 113 командонімів містять географічний ідентифікатор: назву міста або назву штату: в НФЛ назва міста була у складі 24 командонімів, а назва штату у 7 командонімів; в НБЛ та АБЛ 24 командоніми містять назву міста, а 5 – назву штату; в НБА 24 командоніми містять назву міста, 3 – назву штату, 1 командонім містить назву району міста *Brooklyn Nets*; в НХЛ 16 командонімів містять назву міста, 7 – назву штату. При цьому 2 командоніми містили символічну назву штатів, які вони представляють: *New England Patriots* – професійний футбольний клуб з міста Фоксборо, штат Массачусетс (цей штат поруч з іншими п'ятьма штатами утворюють регіон на північному сході США, який отримав свою назву завдяки появі на цих землях перших переселенців з Англії) [9] та командонім *Golden State Warriors* – американський професійний баскетбольний клуб з міста Окленд, штат Каліфорнія. Останній прийнято називати «золотим» штатом через відкриття покладів золота в 1848, полів з золотавими маками, «Золотим» мостом та золотавими закатами над тихоокеанським узбережжям [10]. Незважаючи на спосіб непрямої географічної номінації цих двох командонімів, локальна ідентифікація не викликає сумнівів через їхню відомість в США.

Таким чином, із 113 командонімів 88 містять прямий географічний ідентифікатор-локатив – назву міста, назву штату – 22 командоніми, 2 командоніми з непрямою географічною ідентифікацією та 1 командонім, у складі якого міститься назва району міста. Цей відтопонімний принцип номінації американських командонімів підтверджує практичність прямої ідентифікації, а з точки зору мотиваційної класифікації всі 113 командонімів – локативні.

Структурна варіативність розглянутих американських командонімів зводиться до складених словосполучень: модель N + (N) + N (*Seattle Mariners, Washington Capitals, Portland Trail Blazers*) – 111 одиниць та N + N (на базі числівника) – 2 (*San Francisco 49ers, Philadelphia 76ers*).

Якщо відонімно-відтопонімний принцип свідчить про певну нейтральність локативного командоніма, тоді мотиваційний аналіз другого елементу, навпаки, демонструє його ненейтральний «конотативний ефект» [3, с. 264].

Під конотативним ефектом розуміємо уявлення, поняття та асоціації, які командонім викликає в комуніканта. За результатами проведеного аналізу всі 113 командонімів володіють конотативним ефектом, тобто є конотативними, позитивно асоціативними, символічними, меморіальними та темпоральними. Домінантами виступають асоціативність та символічність, оскільки командонім є головним елементом групової ідентифікації. Семантична структура такого командоніма представляє собою метафоричний перенос.

Ми зафіксували, що з 113 розглянутих командонімів 34 містять відапелятивні зоонімічні метафори – символічні назви птахів, звірів, морських тварин, комах, рептилій. Серед командонімів НФЛ: 8 містять назви звірів: *Carolina Panthers, Chicago Bears, Cincinnati Bengals, Denver Broncos, Detroit Lions, Jacksonville Jaguars, St. Louis Rams, Indianapolis Colts*; 5 містять назви птахів: *Arizona Cardinals, Atlanta Falcons, Baltimore Ravens, Seattle Seahawks, Philadelphia Eagles*; 1 – назва морського ссавця *Miami Dolphins* та 1 – назва риби *Miami Marlins*. Серед 29 командонімів НБЛ та АБЛ 2 одиниці містять назву птахів: *Baltimore Orioles, St. Louis Cardinals*, 2 одиниці містять назву звірів: *Chicago Cubs, Detroit Tigers*, 1 рептилія – *Arizona Diamondbacks*. Серед 28 баскетбольних командонімів 4 – це символічні звірі: *Chicago Bulls, Memphis Grizzlies, Milwaukee Bucks, Minnesota Timberwolves*, 2 – символічні птахи *Atlanta Hawks, New Orleans Pelicans* та 1 приклад вжитку символічної комахи – *Charlotte Hornets*. Серед 23 хокейних командонімів 4 містять назви звірів: *Arizona Coyotes, Florida Panthers та Boston Bruins*; 3 містять назви птахів: *Chicago Blackhawks, Anaheim Ducks, Pittsburgh Penguins* та 1 номінацію з морською твариною – *San Jose Sharks*. Отже, статистично з 113 командонімів лише 34 власні назви утворені на основі зоометафор, найбільше їх виявилось в групі футбольних командонімів (15 з 33). На нашому думку це пояснюється більшою агресивністю американського футболу в порівнянні з іншими розглянутими видами спорту. Серед обраних звірів домінують сильні, часто дикі, агресивні хижаки, які відомі своєю швидкістю (panthers, lions, bengals, jaguars, tigers), своєю витривалістю (rams, bruins, bears, bulls), своїм духом непокори (broncos, colts). Серед видів птахів також домінують мисливці за здобиччю – швидкі та підступні (eagles, falcons, hawks), це стосується й єдиної комахи а hornet, жахливого та кровожерливого морського хижака – а shark та смертельно небезпечною а diamondback rattlesnake. Чи має місце при виборі командоніма з зоонімом лише набір ознак, які при перенесенні формують у комуніканта необхідні позитивні асоціації та цілісний образ команди. Так і ні, оскільки серед зоометафор зустрічаються й досить одіозні, наприклад пташки cardinals, orioles, ducks, pelicans та penguins, ссавці dolphins, риби marlins, що не є уособленням чеснот, які необхідні спортсменам. У випадку з *St. Louis Cardinals* колір уніформи дав назву клубу, іноді офіційний птах або звір штату (міста) стає символічною назвою команди, наприклад *Baltimore Orioles, New Orleans Pelicans* (неофіційна назва Луїзіани «Пеліканів штату»), *Miami Dolphins* (найбільшою туристичною атракцією Майами є купання з дельфінами) або можна говорити про меморіальні командоніми, як *Anaheim Ducks* на честь фільму «Могутні каченята» від компанії «Дісней» [9] (здається, що певна дитячість та мультяшність, яка позбавлена традиційної агресивності командонімів, посприяла становленню клубу), або тварина має спільну ознаку із спортом, наприклад, *Pittsburgh Penguins* – команда, яка грає в зимовий вид спорту – хокей на льоду, а пінгвін – мешканець льодових територій. Таким чином, можна говорити про яскраву групу відтопонімно-відапелятивних локативно-символічних командонімів, утворених на базі географічного ідентифікатора та зооніма.

Так само відтопонімно-відапелятивні командоніми з позитивною асоціативністю та символічністю домінують в номінаціях, в яких метафоричний перенос реалізується одиницями на позначення людей, колективів людей, корінного народу, резидентів територій, історичних, міфологічних фігур, монарших титулів, назв професій, наприклад: *Minnesota Vikings, New England Patriots, Golden State Warriors, New York Yankees, Washington Redskins, LA Lakers, New York Knicks, LA Kings, New Orleans Saints, New York Rangers, Pittsburgh Steelers, Dallas Cowboys*. З 113 командонімів 41 містить відапелятивні одиниці (НФЛ 33:11, НБЛ/АБЛ 29:15, НБА 28:9, НХЛ 23:6), які уособлюють такі людські чесноти як хоробрість, мужність, патріотизм, незалежність, воявничість, гідність, спритність, швидкість, зухвалість (*Atlanta Braves, Oakland Raiders, LA Dodgers, Cleveland Cavaliers, Dallas Mavericks*), назви професій, які є територіально-репрезентативними (*Seattle Mariners, Texas Rangers, Pittsburgh Steelers, Milwaukee Brewers, Tampa Bay Buccaneers, Philadelphia Flyers, Portland Trail Blazers*), мешканці міста або штату, в якому базується команда (подвійна локативність), наприклад: *Boston Celtics, NY Knicks, NY Mets (metropolitans), NY Islanders, Washington Capitals, LA Lakers, Houston Texans*). Данина корінним племенам відображена лише в командонімах *Cleveland Indians* та *Washington Redskins*; міфічні, казкові та релігійні образи, монарші титули знаходимо у *San Francisco Giants, Tennessee Titans, Washington Wizards, LA Angels, Sacramento Kings*, які символізують міць, силу, нездоланність, воявничість, майстерність, «святість», королівську гідність. Дещо дивно з точки зору позитивних асоціацій лунають командоніми *New Jersey Devils* та *San Diego Padres* (дияволи і священики).

Групу відтопонімно-відапелятивних командонімів доповнюють 7 локативно-символічних номінацій, в яких вживається «погодна» лексика (НФЛ 33:1, НБЛ/АБЛ 29:1, НБА 28:2, НХЛ 23:3): *Carolina Hurricanes, Oklahoma City Thunder, San Diego Chargers, Miami Heat, Tampa Bay Lightning, Colorado Avalanche та Tampa Bay Rays*. Ці природні явища символізу-

ють швидкість (lightning, charger), руйнівну силу (hurricane, avalanche, heat), лякають (thunder). Цікаво, що останній клуб мав попередню назву Tampa Bay Devil Rays з виразно агресивною символікою, але невиразною грою. Тому новий власник змінив назву на позитивну і більш «сонячну».

Серед розглянутих командонімів елементи та колір форми (НФЛ 33:0, НБЛ/АБЛ 29:3, НБА 28:0, НХЛ 23:1) лягли в основу метонімічного переносу в наступних 4 командонімах: *Boston Red Sox*, *Chicago White Sox*, *Cincinnati Reds*, *Columbus Blue Jackets*. Як бачимо, в бейсболі головним елементом форми виявилися шкарпетки, а колір – червоним. Базою для метонімічного переносу стала зброя *Buffalo Sabres*, де шабля символізує швидкість, а гостре лезо подібне до гострого леза хокейного ковзана; аксесуари в *San Antonio Spurs*, де шпори також символізують швидкість та прискорення; *Brooklyn Nets*, де сітка – один із символів ігри в баскетбол; продукція по асоціації із засновником, наприклад *Detroit Pistons*, або по асоціації із промисловістю, яка представляє місто, наприклад *Houston Rockets* (космічна індустрія) та *Detroit Red Wings* (автопром).

Крім відонімно-відапелятивних командонімів ми зустріли й 3 відантропонімі оніми (НФЛ 33:3): *Buffalo Bills*, *Cleveland Browns*, *Kansas City Chiefs*. Уільям Фредерік Коді – американський військовий та автор шоу «Дикий Захід», який прославився тим, що вбив тисячі бізонів, отримавши прізвисько Баффало Білл [9]. Завдяки екранізаціям ідеалізований персонаж Баффало Білла перетворився для американців на історичну ікону – уособлення духу Дикого Заходу з його хоробрістю, мужністю, витривалістю, стрілецькою влучністю, ставши частиною американської ідентичності. У випадку футбольного клубу *Cleveland Browns* команду названо на честь одного із засновників Пола Брауна, а клуб *Kansas City Chiefs* отримав ім'я завдяки прізвиську мера Бартлі, засновника Спілки скаутів Канзас-Сіті. З погляду мотивації ці відтопонімно-відантропонімі командоніми є локативно-символічними (Баффало Білл) та локативно-меморіальними (Пол Браун), увічнюючи особу дотичну до історії клубу.

Аналіз не був би повним без згадки про «музичні» командоніми, а саме *Utah Jazz* та *St. Louis Blues*. Спочатку команда мала назву *New Orleans Jazz*, що було цілком виправдано, проте з фінансових причин клуб переїхав до Солт-Лейк-Сіті, міста далекого від джазу – символу імпровізації, але командонім був збережений, як і оригінальні кольори Марді Грас. Хокейна команда із Сент-Луїса є прикладом меморіального командоніма, оскільки отримала назву на честь відомої пісні «Saint Louis Blues».

Підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що ця група онімів є відтопонімною – обов'язковою для розглянутих командонімів є наявність географічного ідентифікатора, також в структурі командонімів найпоширенішими є відапелятиви (зоолексеми, лексеми на позначення особистостей, явищ природи, назви професій, зброї, атрибутики, одягу) та «промовисті» відантропоніми. З точки зору мотиваційної класифікації є підстави говорити про комбінований локативно-символічний та локативно-символічно-меморіальний характер мотивації американських командонімів.

Література:

1. Беспалова А. В. Структурно-семантические модели эргонимов и их употребление в современном английском языке: канд. филол. автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 – германские языки / А. В. Беспалова. – Одесса, 1989. – 16 с.
2. Григорук Н. В. Власні назви футбольних команд Білорусі, Росії, України. – Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/znpkhnpu_lingv_2013_36_4-5.pdf С. 8-12.
3. Кутуза Н. В. Конотативні ефекти в структурі ергонімів / Н. В. Кутуза // Мовні і концептуальні картини світу. Збірник наукових праць. – № 6. – К. : «Прайм-М», 2002. – С. 264–270.
4. Микина О. Г. Номинационные процессы в современной европейской эргонимии: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 – теория языкознания / О. Г. Микина. – Донецк, 1992. – 197 с.
5. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. – М. : Наука, 1978. – 192 с.
6. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови : монографія / М. М. Торчинський. – Хмельницький : Авіст, 2008. – 548 с.
7. Торчинський М. М. Українська ономастика: навчальний посібник / М. М. Торчинський. – К. : Міленіум, 2010. – 138 с.
8. Електронний ресурс. Режим доступу : <http://www.bleacherreport.com/articles/211946-the-importance-of-sports-in-america>.
9. Електронний ресурс. Режим доступу : <http://en.wikipedia.org>.
10. Електронний ресурс. Режим доступу : <http://www.statesymbolusa.org/California/CAstaterickname.html>
11. Електронний ресурс. Режим доступу : http://www.truesport.org/library/documents/about/what_sport_means_in_america.pdf.

УДК [81:008]+[81'373.22]

Л. М. Усик,

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ НОМІНАЦІЙ, ЩО МІСТЯТЬ ОЦІННИЙ КОМПОНЕНТ

Стаття присвячена огляду теоретичних джерел із лінгвокультурології та визначенню можливості застосування лінгвокультурологічного підходу під час аналізу номінацій, що містять оцінний компонент. Автор пропонує стислий огляд сучасних концепцій вивчення культурного компоненту мови, визначає місце лінгвокультурологічних досліджень у системі сучасного мовознавства і на прикладі назв лікарських рослин з оцінною семантикою обґрунтовує підхід до вивчення номінативних одиниць із етнолінгвістичних позицій.

Ключові слова: культура, номінація, лінгвокультурологія, оцінне значення.

Стаття посвящена обзору источников теоретического материала по лингвокультурологии и определению возможности применения лингвокультурологического подхода к анализу номинаций, содержащих оценочный компонент. Автор предлагает краткий обзор современных концепций изучения культурного компонента языка, определяет место лингвокультурологических исследований в системе современного языкознания и на примере названий лекарственных растений с оценочной семантикой обосновывает подход к изучению номинативных единиц с этнолингвистических позиций.

Ключевые слова: культура, номинация, лингвокультурология, оценочное значение.

The article provides an overview of theoretical sources in linguistic cultural studies and determines the possibility of linguistic cultural approach to the analysis of nominative units containing evaluative component. The author offers a brief overview of current approaches to the cultural component of language, positions the linguistic cultural studies within the sys-