

22. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000). – Екатеринбург, 2001. – 238 с.
 23. Ярмчук Ірина. „...Але найбільша з них – любов“ // Дивослово – 2004. – №5. – С. 46 – 54.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Тетяна Деркач – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри української філології РВНЗ „Кримський інженерно-педагогічний університет“.

Наукові інтереси: термінологія сучасної української літературної мови, сучасна лінгводидактика.

КІНОНІМНА НОМІНАЦІЯ ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД НАЗИВАННЯ

Ольга КИРИЛЮК (Первомайськ, Україна)

У статті досліджено особливості кінонімною номінації. Виявлено головні внутрішньомовні та позамовні чинники впливу на вибір клички собаки, зокрема з'ясовано характер впливу моди, традицій та особистих уподобань власника на зміни в кінонімній царині.

The paper views the peculiarities of kinonymic nomination. The main linguistic and extralinguistic factors that influence the choice of dogs' names are defined. It is established how fashion, traditions and personal preferences of dogs' owners influence the changes in the sphere of kinonyms.

Система українських кінонімів є своєрідним відображенням певної картини світу, зокрема у сфері життєдіяльності людини. Надаючи кличку тварині, людина досить часто керується асоціативними зв'язками, що відображають подібність певних рис тварини з якими-то явищами чи поняттями, які оточують її в повсякденному житті. Люди здатні мислити образами, що й сприяє утворенню в мові нових понять, пов'язаних з первинною семантикою виключно на основі асоціативних зв'язків.

Кожному класу онімів притаманні певні особливості, які істотно впливають на процеси номінації та словотворення. Вибір кіноніма ґрунтується на низці вимог: милозвучності, виразності, небагатоскладовості кличок. Так, у спеціалізованій літературі з кінології зазначено, що „...собака слів не розуміє, просто зникає до звукового подразника. Тому кличка повинна бути короткою, гучною” [1: 31]. Найбільш характерною такою особливістю є для кличок собак мисливських і службових порід, оскільки головною вимогою до цих тварин є необхідність швидкої реакції на команду в особливих умовах (під час полювання, проведення оперативної роботи тощо).

Л. Щетинін зазначає, що в процесі дресирування тварини найбільш важливим моментом є вироблення в неї навички реагувати на індивідуальну команду, й така реакція нерозривно пов'язана з вимовою клички, реагувати на яку собаку привчають з раннього віку. Звичайно, бажаного результату можна досягти тільки у випадку, коли назва матиме виразне й коротке звучання [11: 181]. Н. Рядченко стверджує, що від кличок собак більшою мірою, ніж від назв інших тварин, вимагається фонетична звучність [7: 81].

У повсякденному житті кличка в основному виконує роль слова-прикликання, і ця функція також вимагає від неї зручності у вимові. Тому саме в кінонімії найбільш активно виявляється один із своєрідних законів мови – економія виражальних засобів. Його дію М. Кравченко визначає як „здатність мови усунувати зайві мовні ресурси при творенні номінативних одиниць, зберігаючи семантичне наповнення в межах речення, словосполучення, лексеми чи морфеми” [3: 33]. Прикладом економного використання мовних засобів у кінонімії є явище усичення, нульової суфіксації та універбації при творенні кличок.

Теоретично кличкою може стати будь-яке слово. Тобто в досліджуваній царині практично спостерігається необмеженість кінонімікону. Однак існують деякі тенденції, яким підпорядковується творення найменувань.

Серед кінологів поширені певні традиції щодо присвоєння кличок. Так, існують окремі правила для називання тварин окремих порід. Особливо це помітно в називанні мисливських собак. Такі кіноніми повинні містити ознаку дії, швидкості або голосу.

Для собак бійцівських порід використовують як клички лексеми, семантика яких відображає грізний характер тварини.

Крім зовнішніх чи внутрішніх ознак тварини, якими власники собак керуються у виборі клички, зустрічаються випадки називання відповідно до обставин, за яких собаку було придбано (наприклад, *Дарунок* – власники отримали тварину в подарунок, *Найда*), віку тварини (*Юнка*) та ін. Досить поширеними є випадки називання, коли кличка не мотивована будь-якими ознаками тварини, наприклад: *Бетті, Жан, Ресора, Фанта, Булька* тощо.

У мисливському собаківництві існує традиція називати пару тварин подібними за семантикою кличками: *Дунай – Двіна, Скрипач – Скрипка*. Така особливість характерна й для вибору кличок інших порід собак. Часто, коли у власника є кілька тварин, він називає їх пов'язаними між собою іменами, наприклад: *Ромео і Джульєтта, Орфей і Еврідіка, Отелло і Дездемона, Том і Джеррі, Чук і Гек, Чип і Дейл, Зіта і Гіта, Давид і Голіаф, Тигр і Євфрат*. Також як різні клички можуть бути використані ім'я та прізвище відомої особи чи будь-яка інша стала фраза. Наприклад, двох собак власника звать *Майк і Тайсон, Мухамед і Алі*. При цьому не обов'язково, щоб вони перебували в господаря одночасно.

У ролі кличок уживаються сталі вирази: *Вітязь у Тигровій Шкірі, Анжеліка Маркіза Ангелів* – або описові конструкції: *Черешенька Солодка Моя, Бадді Супутник Сонця*. Часто обігруються деякі фрази. Наприклад, кличка звучить як *Пушкін*, що походить від англійського *Push-kin*, де *push* – поштовх, удар, тиск, а *kin* – родина, сім'я, що буквально означає – удар для сім'ї.

Варто наголосити, що процес вибору назви завжди є явищем суто суб'єктивним, що й спричиняє можливість надання будь-якому слову статусу кіноніма. Професор М. Сюсько зазначає, що „теоретично кожне самостійне слово (і не тільки самостійне) може стати базою для зооніма, але на практиці так не буває. Щоб стати матеріалом для зоонімів, апелятив повинен мати і певні семантичні, і певні формальні особливості, які б дозволили йому увійти в зоонімікон” [9: 21].

Незважаючи на надзвичайну широту лексичної бази кінонімів, відповідно до джерел поповнення їх можна поділити на дві групи: відапелятивні та відонімні. Репертуар українських кінонімів складають як готові номінативні одиниці, так і нові, що з'являються внаслідок власне-кінонімного творення за допомогою різних способів деривації. Розширення репертуару кінонімів відбувається постійно, в основному за рахунок переосмислення значення вже існуючих слів, зокрема, це пов'язано з появою нових сфер діяльності людини: освоєння космосу – *Ракета* (кличка собаки), особливості політичного та економічного життя країни – *П'ятирічка* (кличка корови), науково-технічний прогрес – *Чат, Піксель* (клички собак) тощо. Поява нових кіно- та літературних творів також дає можливість поповнювати зоонімікон іменами їхніх персонажів. Завдяки лексико-семантичній деривації цей спосіб у поєднанні із запозиченням імен реальних відомих осіб є одним з найбільш продуктивних джерел поповнення сучасної кінонімії.

Існують певні відмінності між називанням звичайних та породистих тварин, що мають родовідну.

У породистих собак до імені додається назва заводу або розплідника, у якому тварина народилася. У Положенні про розплідники й заводи Кінологічної Спілки України вказано: „Назва і кличка присвоюються на все життя і обов'язково фіксуються в усіх кінологічних документах” [5]. Цей факт також значною мірою впливає на вибір клички, оскільки в такому випадку необхідною є звукова узгодженість імені з назвою заводу. Такий принцип характерний для називання всіх породистих собак, які мають родовідну. Творення назв розплідників і заводів також має свої особливості і їхнє найменування має нести в собі вказівку на походження тварини – її породу, місце народження, інформацію про власника тощо. Саме такий набір онімів і є повним офіційним найменуванням тварини. Л. Пасічник відзначає, що схема „кличка + назва розплідника” є найбільш вдалою і зручною, незважаючи на певну громіздкість, оскільки це дає змогу точно ідентифікувати тварину [4: 9–10]. У виборі назви розплідника є певні традиції. Можуть бути використані: назви породи (*Бульдогер*); ім'я чи прізвище власника (*Дім Романових*); назва країни родоначальника породи (*із Маленького Китаю*); місто або місцевість, де знаходиться розплідник (*Крим-Орлан*); певні ознаки породи (*Блек Даймонд*) та інші назви. Однак така назва, що є тільки

показником “елітного” походження собаки, у побуті завжди опускається й ніколи не використовується.

Статус тварини з родовідною вимагає особливого підходу до називання. По-перше, такі собаки переважно беруть участь у виставках. Тому власники намагаються дати тварині оригінальну кличку, щоб виділити її серед інших учасників змагань, часто вдаючись зовсім не виправдано до екзотизмів, іншомовних імен, не беручи до уваги притаманних тварині ознак. По-друге, на вибір клички впливає й необхідність узгодженості кіноніма з назвою заводу або розплідника. Часто останні є іншомовними лексемами, що пов’язано з походженням породи собак, тому назви таких тварин переважно відзначаються оригінальністю, пафосом, піднесеністю. Однак у процесі спілкування з твариною складні помпезні назви стають незручними для використання, тому іншомовні клички часто змінюють на більш звичні: *Чіо-Чіо-Сан* – *Фрoся*, інколи схожі за звучанням – *Вандефул* – *Ванька*. Н. Рядченко зазначає, що такі особливості характерні й для інших класів зоонімів, наприклад, зафіксовано гіпоніми: *Гіацинт* – *Гоша*, *Капітал* – *Капа*; феліноніми: *Нефертіті* – *Тіша* [7: 84]. Це свідчить про тенденцію до економії виражальних засобів.

Оскільки процес пізнання людиною навколишнього світу перебуває в постійній динаміці, цілком закономірною є часта зміна реакції мовця на ті чи інші предмети і явища навколишньої дійсності, а також поява нових уявлень про традиційні об’єкти, уподобання тощо. Система творення власних назв тварин тісно пов’язана із цими процесами. Із часом одні оніми виявляють тенденцію до зниження активності вживання, інші, навпаки, упевнено входять до лексичного складу мови.

Вищезазначені явища яскраво ілюструє й система поповнення українського кінонімікону. Із часом певні кіноніми, що мають багатолітні традиції вживання, поступово опиняються на периферії використання. Однак поява в лексиконі мовців лексичних одиниць на позначення нових явищ та предметів навколишньої дійсності сприяє збагаченню кінонімікону новими номінативними одиницями. Наприклад, сьогодні оніми типу *Барбoс*, *Шарик*, *Бобик* мають нижчу частотність використання. Натомість більшої популярності набувають нові лексеми, що впевнено закріплюються у свідомості мовців. Тепер у якості кличок можна частіше зустріти назви *Шрек* (мультперсонаж), *Халк* (кіногерой), *Самсунг*, *Фанта* (торгові марки), ніж традиційні *Пушок*, *Сірко* та ін.

Із часом більшість назв стають немотивованими, і їхній етимон розкривається тільки за допомогою ґрунтового етимологічного аналізу. Наприклад, існують різні тлумачення кіноніма *Полкан*. Зокрема його походження пов’язують з апелятивом *полк*. У російському фольклорі цей персонаж зображався також і як напівлюдина-напівкінь, що дало підстави пояснювати цю кличку як утворення від російського *пол(у)* + *конь*. М. Фасмер заперечує таке тлумачення (Фасмер, с. 113). Тому більш прийнятною є гіпотеза про походження кіноніма від імені літературного героя. Так звали одного з персонажів „Повісті про Бову Королевича”. Цей твір є переказом західноєвропейського лицарського роману, джерелом якого стала старофранцузька феодальна поема XIII ст. Повість була відома майже в усіх країнах Західної Європи. У XIV ст. її перекладено в Італії, із сербського переказу була перекладена білоруською мовою в 1888 році. Протягом XVII–XVIII ст. повість набула великої популярності серед російських та українських читачів. Її героїв згадано, зокрема, в „Енеїді” І. Котляревського: „...Бова з Полканом як водився, один другого як вихрив...”. Герой повісті з ім’ям *Полкан* змальовувався в різних варіантах переказів або як мужній воїн, або як напівлюдина-напівсобака. В італійському варіанті ім’я звучить як *Pulicane* (іт. *canè* – собака, *pes*). Можливо, це й стало причиною поширення оніма *Полкан* у східнослов’янській кінонімії.

Подібне походження має досить відома кличка *Барбoс*. Персонаж фольклорного переказу „Евдон і Берфа” з таким ім’ям був змальований як страшний бородатий розбійник. Унаслідок чого О. Суперанська виводить цю кличку як похідну від романського слова *барб* – „борода” [161, с. 353], наприклад, румунське *bărbă* – борода, *bărbos* – бородатий, бородач. Однак М. Фасмер вважає такий збіг випадковістю (10: 125), а П. Поротников наголошує, що проникнення цього антропоніма в зоонімію стало можливим тільки через

сприймання його як синоніма до слова „злий” [6: 233], що було пов'язано з характером літературного героя.

Таким чином, наведені приклади підтверджують думку І. Ковалика про те, що семантика твірних апелятивів, тобто зв'язок оніма з поняттям, закладеним у твірному апелятиві, зазвичай не зберігається, а, навпаки, редукується в процесі онімної деривації [2: 16].

Однак усі перераховані особливості присвоєння кличок, що традиційно існують у кінологічній царині, не можуть кардинально вплинути на унормування процесу номінації собак, а часто, навпаки, спричиняють невинуватене присвоєння тваринам іншомовних назв, оказіональних утворень, в основі яких немає жодних мотиваційних ознак.

Самі кінологи зауважують, що „усі собаки заслуговують того, щоб власники, обираючи їм клички, керувалися історичними і сучасними традиціями в породі, а також демонстрували фантазію, смак, такт і здоровий глузд. Адже людина отримала в спадок культурно-історичну ауру, що супроводжує породу і її обов'язок зберегти ці надбання, не стільки сліпо наслідуючи назви із минулого, скільки розвиватися в потрібному руслі, але на сучасних умовах” [4: 11].

Ці зауваження мають стати поштовхом до впорядкування системи поповнення українського кінонімікону.

Унормуванню процесу творення та вживання кінонімів сприятиме дотримання таких вимог: відмова від необгрунтованого залучення іншомовної лексики на користь українських назв; використання в якості кличок слів, яким притаманне певне семантичне навантаження, з метою утворення онімів з наявним внутрішнім змістом, тобто таких, що нестинуть певну інформацію про позначуваний ними об'єкт.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Букатевиц Ю.В. Мисливське собаківництво. – К.: Урожай, 1993. – 173 с.
2. Ковалик І.Р. Про власні і загальні назви в українській мові // Мовознавство. – 1977. – № 2. – С. 11–18.
3. Кравченко М.В. До питання про явище усічення в українському словотворенні (в дериватах іншомовного походження) // Українське мовознавство: Республіканський міжвідомчий науковий збірник. – К.: Вища школа, 1988. – Вип. 15. – С. 33–40.
4. Пасечник Л.А. Клички собак. Небольшое историко-лингвистическое исследование. Ч. II // Питомцы–Pets, 2006. – № 9. – С. 9–11.
5. Положение о питомниках и заводах Кинологического союза Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ksu.com.ua>.
6. Поротников П.Т. Из уральской зоонимии // Восточнославянская ономастика. – М.: Наука, 1972. – С. 210–250.
7. Рядченко Н.Г. Из наблюдений над русской зоонимией // Русская ономастика: Сб. научн. трудов. – Одесса: ОГУ, 1984. – С. 57–63.
8. Суперанская А.В. Зоонимия (клички животных) // Słowiańska onomastyka: Encyklopedia: W 2-ch t./ Pod red. E.Rzetelskiej-Feleszko i A.Cieślakowej; współudziale J.Dumy. – Warszawa–Kraków: TNW, 2003. – Т. II. – С. 350–354.
9. Сюсько М.І. Традиційні і сучасні погляди на природу власного імені. – Ужгород: УДУ, 1999. – 32 с.
10. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. – Т. III. [Перевод с немецкого и дополнения О.Н. Трубачева. – 2-е издание]. – М.: Прогресс, 1987. – 832 с.
11. Щетинин Л.М. Слова, имена, вещи. Очерки об именах. – Ростов-на-Дону: Издательство Ростовского университета, 1966. – 219 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ольга Кирилюк – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри гуманітарних та фундаментальних дисциплін Первомайського факультету Харківського державного університету харчування та торгівлі.

Наукові інтереси: ономастика, фразеологія, словотвір, морфологія української мови.

ГРУПУВАННЯ АНТРОПОНІМІВ УМАНЩИНИ ЗА МОТИВАЦІЙНИМИ ВІДНОШЕННЯМИ

Юлія ФЕРНОС (Умань, Україна)

Стаття присвячена дослідженню мотиваційних відношень прізвищевих назв і прізвищ Уманщини XVII – початку XXI ст. Унаслідок аналізу мотивів виникнення прізвищевих назв та прізвищ Уманщини було виділено мотиваційно-номінативні групи: патроніми (матроніми), патронімно-посесивні назви, локативні назви, квалітативи, ситуативні назви та агентиви.

The article deals with the research of the motives of Uman surnames formation. Patronyms (matronyms), possessives, locatives, qualitatives, agentives and situational names are the main motivation-nominative groups defined in the study.

Характеристика мотивів виникнення антропонімів полягає у визначенні первинної, етимологічної семантики назв і характеризується відносною суб'єктивністю, оскільки на