

*thropoetonyms are shown. It is established that the concept of the author's idea impacts the selection of poetonym distribution strategy and ways of its implementation.*

*Conclusion. Anthroponyms of the novel have ideological and aesthetic capacity. Consideration of overall anthroponym's scope of the work allows to track opposite relationships between particular proper name and identify their connotative capabilities better. Absorbing intra- and interlingual connotations, proper names derive new semantic overtones. The author's attention to etymology of anthroponyms and their associative and imaginative rethinking confirm the importance of the poetonymic sector in the organization of artistic space of Maria Matios.*

*Perspective of further investigation is considered in complex analysis of poetonymic space of artistic discourse of M. Matios.*

**Key words:** *poetonym, anthroponym, appellative, poetonymic space, surname, semantics, connotation, andronym.*

*Надійшла до редакції 15.05.2015*

УДК 811.111'373

**Є. С. Біла**

*викладач кафедри іноземних мов  
Одеського національного економічного університету  
e-mail: belayaeugeniya@gmail.com*

## **СТРУКТУРНА КЛАСИФІКАЦІЯ ПАРФУМОНІМІВ**

*Статтю присвячено встановленню структурних особливостей власних назв на позначення парфумерних засобів — парфумонімів. Виокремлено їх структурні типи й підтипи.*

**Ключові слова:** *парфумонім, структура, структурний тип.*

Вивчення структурної організації власних назв постійно привертає увагу ономастологів, які досліджували з цього боку як окремі розряди онімів, так і загальні тенденції. Серед інших можемо звернутися до розвідок В. Д. Бондалетова [1], Ф. Міклошича [8], В. Никонова [3], В. В. Німчука [4], Н. В. Подольської [5], С. Роспнда [9], П. Скока [10], О. В. Суперанської [6], М. М. Торчинського [7]. При цьому слід зауважити, що спеціальну увагу структурній класифікації парфумо-

німів досі приділено не було, що й робить це дослідження актуальним. Тож **метою** даної розвідки є системний опис парфумонімів за їх структурним характером та встановлення принципів структурної організації парфумонімів, **об'єктом** — власні назви парфумерних засобів, **предметом** дослідження є їх структурна класифікація. **Матеріалом** дослідження послуговували англomовні парфумоніми, зібрані згідно з частотністю використання з матеріалів рекламного характеру друкованих та Інтернет ЗМІ, загальною кількістю 100 одиниць.

Проведене дослідження дозволило виокремити певні структурні особливості власних назв на позначення парфумерних засобів. Парфумоніми в англійській мові можуть бути за структурою таких типів:

- **прості**, тобто «одноосновні власні назви» [2, с. 157], які підрозділяються на **прості безафіксні**, які складають 30 % у досліджуваному матеріалі, наприклад, *Hypnose, Eternity, Black, Escape, Miracle* та **прості афіксальні** (10 %), наприклад, *Imperiale, Obsession, Ultraviolet, Irresistible, Endless*. Останні термінуються також як **деривативні** або **похідні** назви, «утворені за допомогою спеціального онімотворчого форманта» [2, с. 155]. В свою чергу їх можна підрозділити на **суфіксальні** назви — «власні назви, утворені за допомогою суфікса» [2, с. 168], та **конфіксальні**, чи інакше біморфемні деривати, які виникли «в результаті одночасного додавання до кореня (основи) префікса та суфікса» [2, с. 108];

- **складні**, тобто «утворені шляхом злиття словоформ синтаксичного словосполучення в окреме слово» [2, с. 65], які розподіляються на **власне композити** — «складні номінативні, графічно й лексико-граматично цільнооформлені одиниці (оніми), які мають у своєму складі не менше двох кореневих морфем» [2, с. 105] та які становлять у досліджуваному матеріалі 3 %, наприклад, *Bombshell, Downtown*, **афіксальні композити** (1 %), наприклад, *Amasingreen, Loverdose*, які у словнику дефінуються як «власні назви, в яких складання основ супроводжують афіксація та фонетичні зміни» [2, с. 105], та **складноскорочені** або **аббревіатурні** назви (2 %) — «форми оніма, які виникли в результаті об'єднання окремих елементів кількох онімів» [2, с. 31], наприклад, *Versense, Nightinium* й **акроніми** (5 %) — власні назви, «складені з великих літер» [2, с. 35], наприклад, *IN2U, BLV, BLV II*;

- **складені**, які підрозділяються на три підвиди, а саме на **оніми-словосполучки**, **оніми-словосполучення** та **оніми-фрази** [7, с. 446], до пер-

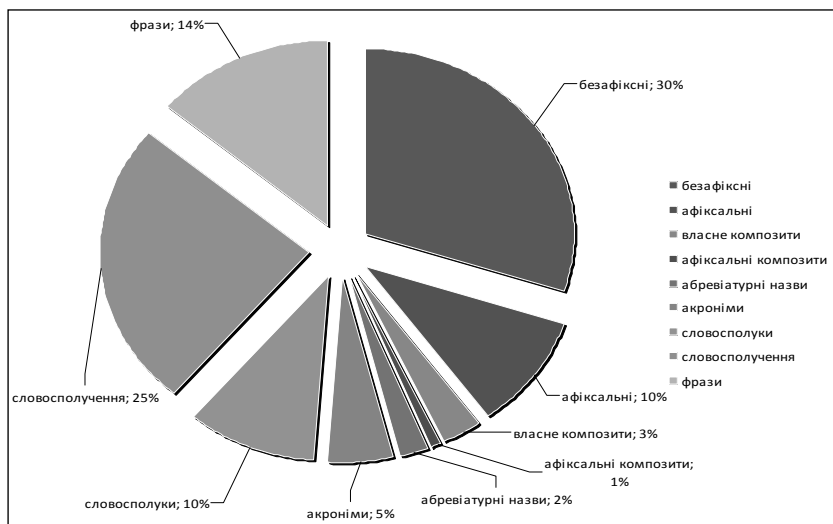
ших відносяться повнозначні частини мови, поєднані зі службовими, переважно з прийменниками, до других — безприсудковій структури сурядного чи підрядного типу, до третіх належать предикативні конструкції. У досліджуваному матеріалі **словосполуки** складають 10 %, наприклад, *So in Love, In Motion, After Five*, **словосполучення** — 25 %, наприклад, *Dream of Love, Forever Pink, Such a Flirt, Born Wild, All of Me, Once upon a Time*, **фрази** — 14 %, наприклад, *CK One We Magnets, F for Fascinating, M by Mariah Carey, Kiss Me Tender*.

Таблиця

**Співвідношення кількісних показників структурних підтипів парфумонімів**

| Структурний тип | Структурний підтип   | Кількість |
|-----------------|----------------------|-----------|
| прості          | безафіксні           | 30 %      |
|                 | афіксальні           | 10 %      |
| складні         | власне композити     | 3 %       |
|                 | афіксальні композити | 1 %       |
|                 | абревіатурні назви   | 2 %       |
|                 | акроніми             | 5 %       |
| складені        | словосполуки         | 10 %      |
|                 | словосполучення      | 25 %      |
|                 | фрази                | 14 %      |
| Всього          |                      | 100 %     |

З проведених підрахунків бачимо, що серед структурних підтипів парфумонімів превалюють прості безафіксні, що зумовлено аналітичною природою англійської мови. Друге місце посідають парфумоніми-словосполучення, що дозволяє розробникам створити яскраві, та у той же час досить короткі та легкі для запам'ятовування назви та гештальти *Electric Rose, Daisy Dream, Miss Dior*. На третьому місці за частотністю знаходяться прафумоніми-фрази, які мають експліцитну чи імпліцитну структуру предикації, одним з найяскравіших прикладів яких є назва *Juliet Has a Gun*. Такі парфумоніми є надзвичайно потужними сугестогенами через певну завершеність того образу, який вони створюють. За умови знаходження свого цільового адресата ці назви слугують суттєвими тригерами ініціювання попиту на відповідний товар. Інші структурні типи парфумонімів є значно менш численними, що зумовлюється, з одного боку, природою англійської мови, а з другого, націленістю номінаторів на створення привабливих, яскравих назв.



Діаграма. Графічна репрезентація співвідношення структурних підтипів парфумонімів

Подальші розвідки плануємо спрямувати на розширення репертуару порівнюваних мов з боку структурної та семантичної організації парфумонімів як специфічного розряду власних назв.

### Список використаної літератури

1. Бондалетов В. Д. Русская ономастика : уч. пособ. для студентов / В. Д. Бондалетов. — М. : Просвещение, 1983. — 224 с.
2. Бучко Д. Г., Ткачова Н. В. Словник української ономастичної термінології. — Харків : Ранок-НТ, 2012. — 256 с.
3. Никонов В. А. Славянский географический тип / В. А. Никонов // Вопросы географии. — М., 1962. — Сб. 58. — С. 17–33.
4. Німчук В. В. Українська ономастична термінологія / В. В. Німчук // Повідомлення Української ономастичної комісії. — К. : Наукова думка, 1966. — Вип. 1. — С. 24–43.
5. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. — М.: Наука, 1988. — Изд. 2-е, пер. и доп. — 189 с.
6. Суперанская А. В. Структура имени собственного. Фонология и морфология / А. В. Суперанская. — М. : Наука, 1969. — 208 с.

7. Торчинський М. М. Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови : Дис. ... докт. філол. наук. Спеціальність 10.02.01. — К., 2010. — 502 с.
8. Miklosich F. Die slavischen Ortsnamen aus Appellativen / F. Miklosich. — Wien, 1872. — Т. XXI. — С. 3–105.
9. Rospond S. Klasyfikacja strukturalno-gramatyczna słowiańskich nazw geograficznych / S. Rospond // Prace Wrocławskiego towarzystwa naukowego. Ser. A, № 58. — Wrocław : Wyd-wo PAN, 1957. — 73 s.
10. Skok P. Prilozi k ispitavanju srpskohrvatskih imena mjesta / P. Skok // Rad Jugoslavenske Akademije znanosti j umjetnosti. — 1921. — CCXXIV. — С. 12–24.

**Белая Е. С.**

*преподаватель кафедры иностранных языков  
Одесского национального экономического университета  
e-mail: belayaeugeniya@gmail.com*

**СТРУКТУРНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ПАРФЮМОНИМОВ**

**Резюме**

*Статья посвящена установлению структурных особенностей имен собственных, обозначающих парфюмерную продукцию, — парфюмонимов. Выделены их структурные типы и подтипы.*

**Ключевые слова:** *парфюмоним, структура, структурный тип*

**Bila I.**

*Lecturer at Foreign Languages Department  
Odessa National Economic University  
e-mail: belayaeugeniya@gmail.com*

**STRUCTURAL CLASSIFICATION OF PERFUMONYMS**

**Abstract**

*The article dwells on the establishment of structural characteristics of proper names denoting names of perfumes- perfumonyms. Their structural types and subtypes were distinguished. The aim of the research is a systematic description of perfumonyms according to their structural character and establishing principles of the structural organization of perfumonyms. The object of the research is proper names of perfumes; the subject of the study is their structural classification. One hundred English proper names of perfumes collected from the mass media serve as the material of the research. The study allowed to highlight certain structural features of proper names denoting perfumes. The results showed that simple non-affixed perfumonyms prevail, due to the analytical nature of the English language. Word combinations*

*and phrases are also popular, because they create powerful images and serve the trigger initiating significant demand for the goods concerned. Other structural types of perfumonyms are far less numerous. The reasons are, on the one hand, the nature of English, and, on the other hand, the purpose of creating attractive and bright images.*

**Key words:** *perfumonym, structure, structural type*

*Надійшла до редакції 03.06.2015*

УДК 413+417.312

**Е. В. Босва**

*канд. філол. наук, доц.*

*ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського»*

*доцент кафедри української та зарубіжної літератур*

## **ЩОДО ОБРАЗНО-СЕМАНТИЧНОЇ ПРАГМАТИКИ ЗАГОЛОВКІВ ПРОЗОВИХ ТВОРІВ В. ВИННИЧЕНКА**

*Статтю присвячено розгляду функцій заголовків у прозових творах В. Винниченка. Заголовки досліджено з точки зору семантичної наповненості та поетики. Схарактеризовано образно-стилістичний потенціал уживаних автором заголовних лексем, з'ясовано їхню роль у сюжетному розгортанні, розкритті авторського задуму. Доведено, що контекст відіграє вагомую роль у перетворенні заголовків у виразні стилістемі.*

**Ключові слова:** *заголовок, художній текст, онімний простір, символічна назва, образно-підтекстова інформація.*

Як відомо, у поступовій багатовіковій еволюції, від початку національного літературного процесу до сьогодення назва і текст виступають як двоєдність мікро- і макроструктур з прямими і зворотними співвідношеннями та поступовою закономірністю, яка визначається як «принцип повернення» до висхідного — до заголовка як ієрогліфа або зашифрованої формули тексту [8, с. 150]. Починаючи з назви, що першою виконує текстоутворюючу функцію [7, с. 14], текст поступово розгортається в мистецьку цілісність, перетворюючись у неподільний моноліт, де ці, на нашу думку, нерівнозначні за обсягом величини