

УДК 811.111'373.22

DOI 10.18524/2410-3373.2020.23.219046

ДОЛБІНА Каріне Давидівна

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри іноземних мов природничих факультетів

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова,

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

тел...: + 38 048 2635745; e-mail: karinadoll82@gmail.com;

ORCID ID: 0000–0003–0274–8752

ТКАЧЕНКО Ганна Володимирівна

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри іноземних мов природничих факультетів

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова,

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

тел...: + 38 048 2635745; e-mail: tkachenko_anna_0@mail.ru;

ORCID ID: 0000–0003–0274–8752

МОТИВАЦІЙНА СТРУКТУРА ЗООНІМІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОХОДЖЕННЯ

Karina D. Dolbina

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor of the Chair of Foreign Languages for Science Faculties,

Odessa I. I. Mechnikov National University,

French Boulevard, 24/26, Ukraine, Odessa, 65058;

tel...: + 38 048 2635745; e-mail: karinadoll82@gmail.com;

ORCID ID: 0000–0003–0274–8752

Anna V. Tkachenko

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor of the Chair of Foreign Languages for Science Faculties,

Odessa I. I. Mechnikov National University,

French Boulevard, 24/26, Ukraine, Odessa, 65058;

tel...: + 38 048 2635745; e-mail: tkachenko_anna_0@mail.ru;

ORCID ID: 0000–0003–0274–8752

MOTIVATED ZOONYM STRUCTURE AND THE MEANS OF ITS FORMATION

ABSTRACT

Background. *The article deals with motivational parameters of proper names in general or specific onymic categories. A motivated proper name has a transparent semantic structure due to its creative basis, the choice of which is due to the extralingual cause, generated by linguo-psychomental operation, which is based on a certain pattern of relationships between the content and the form of the language unit.*

Purpose. *The purpose of our research is to establish and distinguish the motivational parameters of proper names in general or a specific onymic category, great attention is paid to zoonyms. We single out the classification of zoonyms, which divides the proper names of animals into really motivated, conditionally motivated and unmotivated, and the motivation in this case is treated as the feature of naming that occurs naturally because they are based on real features of the animal directly or metaphorically.*

Research methods and material. *Zoonymic units were chosen as the stimuli to conduct a free associative onomastic experiment where lexical units denoting animal traits are onimized: 50 Ukrainian, Russian, and English-speaking recipients were selected, and each recipient was asked to name five of any animals, give them names and explain why such a zoonym was chosen.*

Results. *The general results of the study indicate that the processes of onimization (284) and transonymization (468) are the main trends in the zoonym naming driving force of the studied languages. A comparison of the results of the experiment, which was conducted with the native speakers of three languages, allows us to make assumptions about the universal nature of this trend, although the percentage of Russian- and English-language experiments is more dramatic.*

Conclusions. *The motivated proper name has a transparent semantic structure due to its creative basis, the choice of which is due to the extralingual reason, chosen by linguo-psychomental operation, which is based on a certain pattern of relations between the content and the form of the language unit. In general, it can be concluded, based on the results of the free associative onomastic experiment, that the main force in zoonym-forming activity is transonymization, which prevails over the process of onimization.*

Key words: *onyms, zoonyms, motivated proper name, associative onomastic experiment.*

ВСТУП

Мотиваційна типологія власних назв викликає зацікавленість вітчизняних та зарубіжних дослідників досить давно, причому існують різні підходи до вирішення цього питання. Так пропонується класифікувати за мотиваційними параметрами власні назви взагалі або ж окремі онімічні розряди. Основною проблемою даного аспекту ономастики є те, що різні типології власних назв дуже тісно пов'язані

між собою. Для того, щоб краще сформулювати теоретичні витoki пропонованої мотиваційної структури зоонімікону, необхідно висвітлити певні базові теоретичні поняття, зокрема, що таке мотив номінації, мотивованість оніма, мотивація.

Існує класифікація зоонімів, яка поділяє власні назви тварин на **реально мотивовані**, **умовно мотивовані** та **немотивовані**, причому мотивованість у даному випадку розуміється як риса іменувань, які виникають природним шляхом, бо базуються на реальних особливостях тварини прямо або метафорично (Романова, 1983: 110–117). В експерименті, про який докладно розповімо трохи нижче, онімізуються лексичні одиниці на позначення ознак тварин.

Серед результатів експерименту було виокремлено зооніми, які називають реальні якості тварин метафорично, тобто є **умовно мотивованими**, як, наприклад, такі: «*Кастетик* (кот) — рыжий кот бандит, очень грозный, с толстыми мощными лапами, на которых есть воображаемые кастеты. С франц. *Casetete* ломать голову», «*Барсик* (кот) — похож на маленького тигрёнка», «*Маркиза* (кошка) — порода перс, очень пушистая, напоминает благородную даму нового времени в пышном платье». Немотивованими зооніми вважаються в тому разі, коли залишається незрозумілим, яка саме риса послугувала основою для утворення зооніма, наприклад, «*John* (dog) — I don't have any reason behind it, I like that name that's why I gave him this name...:», «*Bobby* (shark) — Because it starts with "B"», «*Fido* (snake) — I feel that the name goes to the animal».

Актуальність цього напрямку дослідження зумовлено появою й розвитком нової парадигми наукових знань — когнітивної ономастики (Долбіна, 2014; Карпенко, 2006; Карпенко, 2010; Неклесова, 2010; Ткаченко, 2012), до якої ця робота й належить. Це дозволяє науковцям збільшити свій кут зору на об'єкт вивчення, а також удосконалити й свій науковий апарат, зокрема застосувати до вивчення зоонімікону нові методи дослідження, як, наприклад, асоціативний експеримент. Доречно додати, що мотивованість зоонімів є проблемною зоною, бо для її розуміння часто необхідно отримати інформацію в людини, що генерує власну назву тварини, щодо витоків останньої. Наприклад, якщо не знати біографічних особливостей життя Г. Л. Стерлігова та про його улюблену вівчарку *Alicy*, про те, що це саме ім'я на честь собаки отримала перша на пострадянському просторі біржа «*Anica*»,

мотивація обох назв — **зооніма** та **відзоонімного ергоніма** — залишиться нез'ясованою.

МЕТОДИ І МАТЕРІАЛ ДОСЛІДЖЕННЯ

Вважаємо за доцільне встановити основні сучасні тенденції номінації тварин носіями української, російської та англійської мов, для чого було проведено вільний асоціативний експеримент. Було обрано по 50 україно-, російсько- та англійськомовних реципієнтів, причому кожному реципієнтові було запропоновано назвати п'ять будь-яких тварин, надати їм імена та пояснити, чому саме такий зоонім було обрано. Під час опитування було опрацьовано по 50 анкет кожної з мов, у яких респондентам запропонували навести по п'ять назв тварин, причому жодних обмежень на вибір тварин чи власних назв не накладалось.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Номенклатура тварин, що були обрані, відрізняється залежно від мовної належності реципієнта. Так в україномовних опитуваних вона складає 34 одиниці, серед яких є цілком зрозумілі *кіт, собака, папуга, рибка, хом'як, морська свинка, черепашка*, навіть модні тепер домашні улюбленці *змія, крокодил, миша, пацюк, шиншила, тушканчик та ящірка*. Багато респондентів називали свійських тварин, інколи з віковими чи статевими уточненнями: *кроль, зайчєня, курка/півень, гуска, коза, вівця, кінь/коняка, бик/бичок, баранчик, теля/корова, поросля/свиня/кабан*. До відповідей також увійшли дикі тварини *лев, тигр, гепард, слон, ведмідь* та досить несподівані *верблюд, горобець, їжак та равлик*. Загальна кількість отриманих реакцій складає 250, бо в одному випадку респондент навів лише 4 назви тварин із пропонуваними зоонімами, а в 4 випадках поля для пояснення свого вибору респонденти залишили порожніми, що дорівнює відмові. Також у 24 випадках опитувані не змогли пояснити свій вибір, причому вони писали: «не можу пояснити», «не можу пояснити, чому», у двох випадках навіть супроводжували відмову графічними позначками, які в електронній комунікації мають розмовну назву **смайлик**, а в науковому обігу — емотикон та позначають позитивні емоції: «не можу пояснити :)». В одному поясненні до обраного зооніму респондент спочатку відмовився надати пояснення до свого вибору імені *Стен* для хом'яка й відразу ж його навів: «чому Стен, не можу пояснити, завжди асоціюється з товстими американцями, яких бачив у різних фільмах. Мабуть, тому саме Стен...».

Номенклатура обраних російськомовними реципієнтами тварин обіймає 42 тварини, з яких 10 є свійськими (*собака, кішка, корова, кінь, свиня, коза/козел, баран, бик, кролик, курка*), 32 є дикими (*лисиця, ведмідь/панда, вовк, мавпа, жираф, слон, лев, тигр, пантера, гієна, лама, їжак, хом'як, пацюк, бурундук, морська свинка, тушканчик, летюча білка, шиншила, крокодил, черепаха, ящірка/варан/хамелеон, змія/пітон/удава, равлик, черв'як, жаба, тарган, навука, рибка/короп/карась/тигрова акула, папуга, ворона, павич*). Порівняно з експериментом, який було проведено на матеріалі української мови, загальна кількість номінованих тварин зросла з 34 до 42, причому розбіжність зумовлена включенням до списку більшої кількості диких тварин, риб та птахів. Загальна кількість отриманих реакцій складає 253, загальна кількість відмов, тобто коли поле залишилося порожнім, складає 7. У кількох випадках інформанти пропонували більше ніж одну власну назву, наприклад, «*Жолудь и Бобырь* (карпы кой) — как мои кузены». Також у 5 відповідях було використано іншокодові графічні позначки, які є діакретичною рисою неформального письмового спілкування за допомогою Інтернету або смс-повідомлень: «*Муна* (пёс) — от слова „moon” ☺ это мило», «*Буряк* (попугай) — потому что созвучно со словом дурак, которому часто учат попугаев ☺», «*Кеша* (попугай) — он издавал странные звуки и был назван одним из произнесённых им безобразий ☺», «*Макс* (кот) — кратко и ассоциируется с мирным довольным котом ☺», «*Пушкин* (баран) — ☺ возле морды была густая кучерявая шерсть (очень напоминает бакенбарды поэта :))».

Номенклатура обраних тварин у англомовному експерименті охоплює 55 одиниць, до яких належать 9 свійських (*kit, пес, коза, кінь, свиня, осел, корова, віця, кроль*), 44 дикі (*миша, пацюк, хом'як, свинка, жаба, ящірка, геко́н, черепаха, змія, навука, жук, птиця, пінгвін, папуга, лебідь, ківі, страус, риба, дельфін, касатка, кит, акула, восьминіг, олень, поні, лама, вовк, лис, борсук, бурундук, ведмідь, панда, коала, жирафа, носоріг, бегемот, слон, павуковидна мавпа, орангутанг, тигр, лев / левиця, пантера, леопард, гепард*), а також 2 істоти, які не є реальними, принаймні у цей час (*дракон, динозавр*). Загальна кількість отриманих реакцій складає 255, загальна кількість відмов, тобто поле залишилося порожнім, складає 4. Також у 5 відповідях було використано іншокодові графічні позначки, а саме: «*Jordan* (лев) — :)» та «*Woodtie* (біговий кінь) — \$\$\$». Крім того, у 6 випадках опитувані

не змогли пояснити свій вибір, тому надали приблизно такі реакції: «*John* (пес) — I don't have any reason behind it, I like that name that's why I gave him this name... :)», «*Spot* (панда) — Don't know why».

Результати нашого експерименту дозволяють простежити основні тенденції щодо зоонімаційної рушійної сили досліджуваних мов. Так співвідношення **онімізації** та **трансонімізації** складається не на користь першої: 113 та 137 випадків на матеріалі української мови, 84 та 165 випадків у російськомовних реципієнтів та 87 проти 166 в англомовному експерименті. Зіставлення результатів експерименту, який було проведено з носіями трьох мов, дозволяє зробити припущення щодо універсального характеру цієї тенденції, хоч процентне співвідношення показників російсько- та англомовного експериментів є більш драматичним.

Оскільки реципієнтами двох етапів експерименту — україно- та російськомовного — переважно виступали студенти різних факультетів Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, а також відділень факультету романо-германської філології, то знання різних іноземних мов впливало на процес номінації, наприклад: *Фокс* (собака) — «тому що він схожий на лисицю», *Рей* (собака) — «тому що “Рей” з португальського “король”, а це озн., що він повинен бути мужнім».

Щодо **антропонімів** (88/87/89 — кількість реакцій в українському, російському та англійському етапах), які зазнали трансонімізації та перетворилися на зооніми, донорськими сферами тут були кількісно рівними узуальні та віртуальні, пор.: *Кеша* (папуга) — «тому що його подарував знайомий — Кеша (так його називають)», *Потап* (собака) — «названий на честь відомого співака Потапа», *Маша* (папуга) — «бо Маша це моя дівчина і папуга така ж красива, як вона»; *Мар'янка* (кішка) — «героїня телесеріалу “Мар'янка”», *Фіона* (морська свинка) — «через те, що схожа на дружину Шрека»; *Гарик* (собака) — «потому что выглядит смешно, имя Гарик ассоциируется с Гариком Мартиросяном, а он юморист», *Одри* (кошка) — «потому что чёрно-белая и красивая, как Одри Хэпберн», *Заза* (коза) — созвучно, а ещё ассоциация с Зазой Наполи», *Зигмунд* (хомяк) — «недавно прочитанный Фрейд, который Зигмунд повлиял», *Арагорн* (собака) — «смелый»; *Colt* (snake) — «friend's name», *Katya* (rat) — «I think that all girls named Katya are rats», *Phoebe* (cat) — «long hair, beautiful, not too bright, like

character on “Friends”», «I named our ragdoll *Napoleon* because I wanted a different name and he sits so regally so I was thinking of historical figures and Napoleon just seemed to suit him», *Madeline Athena*(cat) — «was named by my boss, so I kept the name madeline and added her Greek middle name. Athena... another Greek Goddess». У певній кількості випадків важко зрозуміти, чи анкетовані мали на увазі конкретну людину, наприклад, *Dj Fresh* (папуга) — «подобається музика» (то наймення реального диск-жокея чи індивідуально-авторське утворення) чи *Мейсон* (кабан) — «бо він крутий кабан і в нього англійський акцент» (перші здогадки автора були такі, що це ім'я було обрано на честь персонажа детективів адвоката *Пеппі Мейсона* чи просто обрали щось англійське, пізніше стало зрозумілим, що це скоріш стосується сучасного Інтернет-персонажа комічної свині *Мейсон*).

Кілька разів обраними зоонімами були прізвища (окремо чи в комбінації з власним ім'ям чи по батькові): *Гурвіц* (собака) — «оригінальність», бо то прізвище колишнього мера Одеси, *Пржевальський* (коняка) — «на честь виду коняки Пржевальського», *Тайсон* (хом'як) — «асоціація з боксером», *Jackson* (cat) — «just cuz it's a nice name», *Rimsky Korsakov*(cat) — «He was shy but very sweet. We gave him a proud composer's name, hoping it would give him some courage», «One (cat) is named after *Kurt Russell*, the actor, but his name has morphed into *Fat Uncle Kurtie* because he is, um, fat», *Юлія Дмитрівна Рижецька* (хом'ячок) — «це був подарунок подрузі від мене (Юля) і спільного друга (Дмитра), а Рижецька — тому, що рижка»; «*Тайсон* (хомяк) — очень забавно называть именем боксёра карликового хомячка», «*Меладзе* (рыбка) — у неї усы, как у певца»; а один раз у сполученні з ім'ям: «*Винс Нуар* (паук-птицеед (мой) — герой сериала, англ. происх., очень любит свои волосы. Паук очень волосатый, решила так назвать». Асоціат по батькові респонденти обрали двічі: «*Михалыч* (питон) — насмотрелась “Наша раша”», «*Михалыч* (лягушка) — отчество директора моей школы». Найпопулярнішою людиною виявився відомий актор Чарлі Чаплін, бо окремі частини його імені було обрано зоонімами: *Чаплін* (тушканчик) — «маленький та смішний», *Чарлік* (собака) — «названий на честь Чарлі Чапліна». Також було використано антропоніми за формою, які набули народного етимологічного значення: *Матильда* (коза) — «борода матилялася в різні боки», *Жора* (кіт) — «тому що він їсть усе підряд».

Трансонімізовані **зооніми** було виокремлено 31/54/35 разів, причому перевагу мають віртуальні донори, наприклад: *Леопольд* (кіт) — «асоціація з героєм мультфільму, *Санфіра* (ящірка) — «персонаж фільму», *Затворник* (півень) — на честь півня з книги «Затворник та Шостипалий», *Гарфілд* (кіт) — «він рижої масті і товстенький», Стіч (шиншила) — «як у мультику»; пор. *Ада* (собака) — «так як маму звали Лада», *Кардиган* (собака) — «схожий на породу улюбленця англ. королеви — коргі Кардиган», *Буцефал* (кінь) — «з конем Олександра Македонського»; *Дефор* (собака) — герой из книги», *Дамбо* (слон) — как в мультике», *Тимон* (пёс) — асоціація с Тимоном мультяшным», *Алекс* (лев) — я люблю мультфільм „Мадагаскар”, *Гена* (крокодил) — имя из мультика»; *Rucifée* (cat) — «named after the cat Lucifer in the Disney Cinderella (the mice can't say his name right), *Mist* (dog) — «named after the first Border Collie I admired», *Phar lap* (horse) — «old famous racehorse from NZ», *Spot* (cat) — «the cat that is the animal of my university».

Суттєвою є різниця між кількістю реакцій цього типу в носіїв різних мов: у російськомовних інформантів їх майже вдвічі більше, хоча очікуваною була б перевага трансзоонімічних реакцій саме в англійців через їх ставлення до тварин. Пояснити цей результат можливо завдяки, з одного боку, прихильністю росіян до своїх домашніх улюбленців, або, навпаки, використанням стереотипних зоонімів через відсутність бажання вигадувати щось нове. Саме останнє припущення підтверджується результатами нашого експерименту.

Третє місце — 7/5/8 випадків — складають **міфоперсоніми**, найпопулярнішими з яких виявилися героїв дитячих мультфільмів та казок, наприклад: *Кузя* (папуга) — «тому що він гарний і лохматий, як домовик Кузя», *Кузя* (хом'як) — «асоціація з мульт. (персон.)», *Кузя* (собака) — «гном», це помилка, бо йдеться про домового. Крім того, в анкетах знаходимо реакції *Русалка* (рибка) — «на честь мультфільму “Русалонька”», *Шрек* (собака) — «асоціація з мультфільмом», *Добі* (морська свинка) — «не можу пояснити чому». Усі ці три варіанти зоонімів походять із кінематографу — дитячі та дорослі мультиплікаційні фільми та цикл романів Дж. Роулінг про Гаррі Поттера. Саме тому остання реакція, яку реципієнт сам пояснити не зміг, не є таємничою для сторонніх, бо *Добі* — це домовик Сириуса; *Кузя* (попугай) — он как домово́й», *Кузя*(кот) — потому что кличка ассоцииру-

ється с домовёнком Кузей». Крім того, у цьому підрозділі знаходимо також такі зооніми: «*Мальвина* (тигровая акула) — экзотика, которая помогает избавиться от врагов», «*Феня* (морская свинка) — в честь Фионы из мульт.”Шрек”», «*Шрек* (обезьяна) — обезьяна часто делает смешные гримасы и ассоциируется у меня с таким персонажем»; «*Piocka, Riha* (Birds) — Cartoon Character (Pokemon)»; «*Stitch* (cat) — we had his sister, and couldn't tell the ma part... her name was *LILO*», «*Mickey* (Mouse) — fame», «*Mickey* (mouse) — inspiration from comic books». Саме таку універсальну тенденцію можемо пояснити тим, що домашні тварини часто мешкають у домівках людей задля їхніх дітей, а діти будь-яких країн та будь-якої етнічної належності захоплюються казками й мультфільмами.

Трансонімізованих **хрононімів** у результатах експерименту було виявлено значно менше — 5/5/0, наприклад: «*Марта* (кішка) — обрали таке ім'я тому, що кішка народилася саме в цей місяць», «*Марта* (коза) — народилася в марті місяці», «*Майор* (бичок) — родився в місяці (“май”) — травень»; «*Ночка* (корова) — чёрного цвета», «*Ночка* (корова) — имеет чёрную окраску шкуры», «*Марта* (кошка) — подарили в марте», «*Марта* (коза) — потому что родилась в этом месяце», «*Февраля* (корова) — не могу объяснить почему». Привертає увагу суржикізація української та російської мов у наведених прикладах, що можемо пояснити мовною специфікою Одеського багатонаціонального регіону. Англійські інформанти взагалі не надали хрононімічних реакцій, що є важливою відмінністю в тенденціях зоонімотворчої мотивації.

Трансонімізовані **ергоніми** та **ідеоніми** складають по 1 та 2 реакції відповідно в українському експерименті. Так ергонімами є пропонувані зооніми «*Альфа* (собака) — був підрозділ спец. призначення “Альфа”, який виконував завдання з забезпечення правопорядку». 4 реакції в англійському експерименті належать до ергонімів, наприклад, «*Eel's* (horse) — named after Parramatta football club *great horse*», «*Brimay* (dragon) — “Bryant and May” Match manufactures», «*Billie* (dog) — My dog is Billie because we couldn't think of a name after we got her from the breeder, “Billabong Creek Farm” so it seemed fitting». Російськомовні реципієнти не надали жодної ергонімічної реакції, але 3 ідеонімічні присутні у наших результатах: «*Дюк* (собачка) — в честь памятника», «*Петюня* (хомяк) — в честь сценки в программе

„Comedy club”» та англомовний асоціат «*Wormy* (червь) — асоціація с игрой». Англомовні реакції містять аж 6 ідеонімів, наприклад: «*Neeka* (cat) — My favorite students consecutive years were “Dominique”. The Singing Nun had a hit song in the 60’s. “Dominiqua, Neeka Neeka”», «*Matilda* (swan) — The movie Matilda. A little smart girl», «*Boris* (spider) — “Who” song», «*Anabelle* (cat) -named for a Don Henley song of the same name which was playing when my then boyfriend gifted her to me». У російськомовних учасників експерименту не виникло бажання використовувати назви виробництв, а в англомовних реципієнтів є така тенденція. Ідеонімічні реакції дуже різні у різних етапах експерименту: програма, комп’ютерна гра, пам’ятник, пісні, кінофільми.

Лише два **хремадоніми** зазнали трансформації в україномовному експерименті: «Кемел» (верблюд) — «цигарки», причому зоонім було взято у лапки, та «*Гуччі* (кіт) — назви брендів популярні», поіменовані за компанією, що продукує елітний одяг. Тут знову знання англійської мови впливає на вибір пропонованого зооніму, бо англійською *camel* — це верблюд. У російськомовному експерименті було виокремлено 2 хремадоніми: «*Маггі* (собака) — в честь бульона „маггі”» та «*Барс* (собака) — в день покупки цього щенка купили конфет „Барс” и это способствовало его кличке». В англійському експерименті було отримано 9 хремадонімічних реакцій, наприклад, «*Tony* (tiger) — breakfast cereal», «*Stella Artois* (Dog (Rottweiler)) — Beer. We use to live in a pub, My boyfriend had another (cat) called Melody who he named after his favorite pussy cat doll», «*George* (cat) -was the name of a stuffed animal my little sister had and one day we found an orange cat that looked like her old toy». Така значна розбіжність у використанні хремадонімічних зоонімів англомовними реципієнтами, на відміну від інших, є ознакою суттєвості брендів для носія англійської мови. Політичний устрій, економічна ситуація в країні, культура жителів Лондона значно відрізняються від Києва та Москви. Домінування матеріальних цінностей над культурними сприяло великій кількості саме таких реакцій.

У матеріалах експерименту також знаходимо один український **теонім** — «*Муза* (кішка) — тому що вона дуже ніжна», як давньогрецька богиня-заступниця мистецтв. Кількість теонімів у російськомовному експерименті є більшою — 5 реакцій, а в англомовному — 7. Теоніми, які за результатами експерименту перетворилися на зооніми, було

запозичено з давньоєгипетської, давньогрецької, давньоримської, скандинавської та індуїстської релігій: «*Бастет* (кошка) — чёрная, гладкошерстная похожа на египетскую», «*Осирис или Онупис* (собака (чёрная) пёс) — преданный, в меру злой», «*Гера* (кот) — от „Геракл” — сильный большой», «*Юнупер* (кот) — добрый, большой», «*Говинда* (корова) — индийская богиня королева»; «*Artemis*(cat) — came into my life. I thought he was a she and definitely a Goddess, thus Artemis», «*Thor* (Orca) — as they are powerful protective and fiercely loyal», «*Zeus* (cat) — big, long haired boy...», «*Zeus* (beetles) — The bugs in Odessa are powerful, I have two dogs, the first is named *Zeus* because Zeus was the ruler of the Greek Gods and my dog is very big and strong». Як бачимо, респонденти використовували теоніми всесвітньо відомих божеств. Цікавим видається велика кількість теонімічних реакцій саме в англомовних учасників експерименту, що можемо пояснити поширеністю імен основних богів у сучасних мультфільмах та коміксах.

Не можемо обійти увагою ще один тип реакцій, які не є суто онімічними, бо етніміми наближаються скоріш до номенів. Так **етноніми** виявилися серед російськомовних реакцій: «*Цыганка* (собака) — имела чёрного цвета шерсть» й «*Француз* (кот) — любит кушать лягушек».

На наступному місці серед російськомовних реакцій знаходяться **топоніми** та **космоніми** (по 1 випадку, пор. відсутність схожих реакцій в україномовних респондентів, в англомовних респондентів — 5 та 3 реакції відповідно): «*Альма* (собака) — река в Крыму» та «*Муня* (пёс) — от слова „moon”☺ это мило»; «*Pippy Tay* (dog) — named after a lake in Scotland, I used to have», «*Fiji and Tahiti* (two tropical fish) — I named them after tropical places because they were tropical fish»; «*Luna* (cat) — they are the black cats, I had a (hamster) called *Astra* because I was interested in space and the cosmos etc.».

Окремо хочемо зазначити, що подвійні асоціації з’являлися у результатах експериментів, наприклад: «*Джулия або Джолли* (собака) — тому що мені подобається це ім’я», «*Поля-Сирьожка* (свинка) — названа на честь людей, які подарували цю тварину», «*Рая і Петя* (кіт і кішка) — на честь класної керівниці та її чоловіка», «*Белка і Стрелка* (кози) — на честь відомих двох собак»; «*Eleanor and Truman* (cats) are named after Eleanor Roosevelt and Harry S. Truman respectively», «*Salt and Pepper* (paircats)», «*Caramel and Chocolate* (rabbits) — they were a couple, one was dark brown and light brown». Усі ці випадки є різними

за сутністю, бо інколи для першої тварини наче пропонується обрати ім'я з двох наведених, у другому ж випадку один референт отримав подвійне ім'я, а іноді згадано по дві тварини, кожна з окремим ім'ям.

Поза згаданими реакції в результатах нашого експерименту знаходимо такі, що не можемо віднести до типових. Це стосується, перш за все, особливих зоонімів, які надаються за клубними правилами: «*Арлина* (собака) — потому что кличка породистой собаки должна начинаться на первую букву имени её матери и иметь в середине 1 букву имени отца». Сюди також відносимо різні фонетично забарвлені асоціації, наприклад, «*Ziggy* (cat) — wanted a name that started with “z” (“*Zooie*” was taken.)», «*Sally* (snake) B/c it begins with “s” like snake + “s” sound», «If I had a (Lioness), I would call her *Sheba*, it sounds majestic». До того ж маємо фонетичну асоціацію «*Рони* (ёжик) — т.к. при произнесении звука „о” губы имеют форму круга и интуитивно хочется назвать ежа таким именем».

ВИСНОВКИ

У цілому можна підсумувати, що живі істоти значно частіше надихають номінаторів під час обрання власної назви тварини. Переважно це людина — відома, історична особа, особисті знайомі чи родичі. Імена інших тварин або поширені клички посідають друге місце. Крім того, потужною донорською сферою для утворення зоонімів в трьох мовах є нереальні персони, як наприклад, міфологічні, казкові істоти. Хрононіми, хрематоніми та ідеоніми складають поодинокі випадки трансонімізації з метою утворення зооніма. Ергоніми, етноніми, топоніми та космоніми виявилися обмеженими щодо їх донорства у зоонімотворчій діяльності представників трьох суспільств. Тож загальні тенденції щодо мотиваційних процесів у досліджуваних мовах багато в чому збігаються, незважаючи на поодинокі випадки розбіжностей. Щодо останніх, крім уже згаданої високої частотності зоонімічних трансонімізацій у російськомовних інформантів, слід зауважити більш широкий репертуар реакцій англомовних учасників експерименту. Це стосується використання ергонімів, хрематонімів, топонімів у своїй зоонімотворчій діяльності, що й знайшло відображення в пропонованих асоціатах. Це може бути свідченням більш широкого кругозору, що надає здатність незвичного, нестандартного перенесення однієї власної назви на денотат зовсім іншого класу.

ЛІТЕРАТУРА

- Долбіна К. Д. Когнітивні аспекти функціонування зооніми пропріальних одиниць: дис. ... канд. філ. наук: 10.02.15 — загальне мовознавство / Карине Давидівна Долбіна. — Одеса: 2014. — 181 с.
- Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика / Олена Юріївна Карпенко. — Одеса: Фенікс, 2010. — 158 с.
- Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика як напрямок пізнання власних назв: дис. ...д-ра філол. наук : 10.02.15 / Олена Юріївна Карпенко; Одеськ. нац. ун-т. — Одеса, 2006. — 416 с.
- Неклесова В. Ю. Когнітивна природа власних назв на позначення часу: дис. ...канд. філол. наук : 10.02.15 / Валерія Юріївна Неклесова; Південноукраїнськ. нац. пед. ун-т. — Одеса, 2010. — 230 с.
- Романова Т. П. Изменение тенденций номинации в зоонимии // *Новое в лексике русского языка* : Межвуз. сб. / Куйбышевск. гос. ун-т. — Куйбышев, 1983. — С. 107–115.
- Ткаченко Г. В. Англомовні хремотоніми як лінгвокогнітивні феномени картини світу : дис. ...канд. філол. наук : спеціальність 10.02.04 / Ганна Володимирівна Ткаченко; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. — Одеса, 2012. — 236 с.

REFERENCES

- Dolbina, K. (2014). *Kohnityvni aspekty funktsionuvannya zoonimny proprialnykh odynyts* [Cognitive Aspects of Zoonym Proper Name Functioning]: Thesis, Odesa: Feniks.
- Karpenko, O. Yu. (2010). *Kohnityvna onomastyka* [Cognitive Onomastics]. Odesa: Feniks.
- Karpenko, O. Yu. (2006). *Kohnityvna onomastyka yak napriamok piznannya vlasnykh nazv* [Cognitive onomastics as the means of proper name studies]: Doctoral thesis. Odesa.
- Neklesova, V. Iu. (2010). *Kohnityvna pryroda vlasnykh nazv na poznachennia chasu* [The cognitive nature of the proper names denoting time]: Thesis, Odesa.
- Romanova, T. P. (1983). *Yzmenenye tendentsiy nomynatsiy v zoonymii* [The change in the tendency of zoonym naming]. *Novoe v leksyke russkoho yazyka* [The new in the Russian lexis]: Mezhhuz. sb. Kuibyshev: Kuibyshevsk. gos. un-t.
- Tkachenko, G. V. (2012). *Anhlomovni khrematonimy yak lnhvokohnityvni fenomeny kartyny svitu* [English Chrematonyms as Cognitive Linguistic Phenomena]: Thesis, Odesa: Feniks.

АНОТАЦІЯ

Вступ. В статті пропонується загальна класифікація власних назв взагалі або ж окремих онімичних розрядів за мотиваційними параметрами. Мотивована власна назва має прозору семантичну структуру завдяки своїй твірній основі, вибір якої зумовлено екстралінгвальною причиною, обраною шляхом лінгвопсихоментальної операції, яка базується на певній закономірності відносин між змістом і формою мовної одиниці.

Мета. Метою нашої розвідки є встановити та виокремити мотиваційні параметри власних назв взагалі або окремого онімичного розряду, пильна увага приділена зоонімам. Виокремлемо класифікацію зоонімів, яка розподіляє власні назви тварин на реально мотивовані, умовно мотивовані та немотивовані, причому мотивованість у даному випадку розуміється як риса іменувань, які виникають природним шляхом, бо базуються на реальних особливостях тварини прямо або метафорично.

Методи і матеріал дослідження. Матеріалом дослідження послуговували зоонімні одиниці, які склали стимули для проведення асоціативного ономастичного експерименту, в якому онімізуються лексичні одиниці на позначення ознак тварин: було обрано по 50 україно-, російсько- та англomовних реципієнтів, причому кожному реципієнтові було запропоновано назвати п'ять будь-яких тварин, надати їм імена та пояснити, чому саме такий зоонім було обрано.

Результати. Загальні результати нашого дослідження вказують на те, що процеси онімизації (284) та трансонімизації (468) становлять основними тенденціями щодо зоонімаційної рушійної сили досліджуваних мов. Зіставлення результатів експерименту, який було проведено з носіями трьох мов, дозволяє зробити припущення щодо універсального характеру цієї тенденції, хоч процентне співвідношення показників російсько- та англomовного експериментів є більш драматичним.

Висновки. Мотивована власна назва має прозору семантичну структуру завдяки своїй твірній основі, вибір якої зумовлено екстралінгвальною причиною, обраною шляхом лінгвопсихоментальної операції, яка базується на певній закономірності відносин між змістом і формою мовної одиниці. Базуючись на результатах вільного асоціативного експерименту можемо стверджувати, що основною рушійною силою під час зоонімотворчої діяльності є трансонімизація, яка превалює над процесом онімизації.

Ключові слова: оніми, зооніми, мотивована власна назва, ономастичний асоціативний експеримент.

ДОЛБИНА Каринэ Давидовна

кандидат филологических наук,
доцент кафедры иностранных языков естественных факультетов
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова;
Французский бульвар, 24/26, Одесса, Украина, 65058;
тел.: + 38 048 2635745; e-mail: karinadoll82@gmail.com;
ORCID ID: 0000–0003–0274–8752

ТКАЧЕНКО Анна Владимировна

кандидат филологических наук,
доцент кафедры иностранных языков естественных факультетов
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова;
Французский бульвар, 24/26, Одесса, Украина, 65058;
тел.: + 38 048 2635745; e-mail: tkachenko_anna_0@mail.ru;
ORCID ID: 0000–0003–0274–8752

МОТИВАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ЗООНИМОВ ТА СПОСОБЫ ИХ ПРОИСХОЖДЕНИЯ**АННОТАЦИЯ**

Введение. В статье предлагается общая классификация имен или отдельных онимических разрядов по мотивационным параметрам. Мотивационное имя собственное имеет прозрачную семантическую структуру благодаря своей образующей основе, выбор которой обусловлен экстралингвистической причиной, избранной путем лингвопсихоментальной операции, основанной на определенной закономерности отношений между содержанием и формой языковой единицы.

Цель. Целью нашего исследования является установить и выделить мотивационные параметры имен собственных в целом или отдельного онимического разряда, при этом пристальное внимание уделено зоонимам. Выделяем классификацию зоонимов, согласно которой имена животных распределяется на реально мотивированные, условно мотивированные и немотивированные, причем мотивированность в данном случае понимается как черта наименований, возникающих естественным путем, так как опираются на реальных особенностях животных в прямом смысле или метафорически.

Методы и материал исследования. Материалом исследования послужили зоонимные единицы, составившие стимулы для проведения ассоциативного ономастического эксперимента, в котором онимизируются лексические единицы для обозначения признаков животных: было выбрано по 50 украинно, русско- и англоязычных реципиентов, причем каждому реципиенту было предложено назвать пять любых животных, предоставить им имена и объяснить, почему именно такой зоонимы был избран.

Результаты. Общие результаты нашего исследования указывают на то, что процессы онимизации (284) и трансонимизации (468) являются основны-

ми тенденциями в наименовании зоонимов исследуемых языков. Сопоставление результатов эксперимента, проведенного с носителями трех языков, позволяет сделать предположение об универсальном характере этой тенденции, хотя процентное соотношение показателей русско- и англоязычного экспериментов более драматично.

Выводы. *Мотивационное имя собственное имеет прозрачную семантическую структуру благодаря своей образующей основе, выбор которой обусловлен экстралингвистическими причинами, избранными путем лингвопсихоментальной операцией, которая базируется на определенной закономерности отношений между содержанием и формой языковой единицы. Основываясь на результатах свободного ассоциативного эксперимента можем сделать вывод, основной движущей силой при образовании зоонимов является трансонимизация, которая превалирует над процессом онимизации*

Ключевые слова: *онимы, зоонимы, мотивационное имя собственное, ассоциативный ономастический эксперимент.*