

АНГЛОМОВНІ ОНИМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ КВІТКОВИХ КОМПОЗИЦІЙ: СТРУКТУРНИЙ ТА СЕМАНТИЧНИЙ ВИМІРИ

Статтю присвячено встановленню структурних та семантичних особливостей ідеонімів, які номінують дизайнерські флористичні шедеври з урахуванням їх двоїстої мовної природи.

Ключові слова: ідеонім, артіонім, імажонім, власна назва квіткової композиції, структурний тип, мотивація.

Ольга Васильева. АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ОНИМЫ ЦВЕТОЧНЫХ КОМПОЗИЦИЙ: СТРУКТУРНОЕ И СЕМАНТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЯ

Статья посвящена установлению структурных и семантических особенностей идеонимов, которые номинируют дизайнерские флористические шедевры с учетом их двойственной языковой природы.

Ключевые слова: идеоним, артионим, имажоним, собственное имя цветочной композиции, структурный тип, мотивация.

Olga Vasylyeva. ENGLISH ONYMS DENOTING FLORAL DESIGNS: STRUCTURAL AND SEMANTIC DIMENSIONS

The article is dedicated to the establishment of structural and semantic peculiarities of ideonyms which denote floral designer masterpieces in the light of their dual nature.

Keywords: ideonym, artionym, imagonym, proper name of the floral design, structural type, motivation.

Можемо припустити, що наукове життя ономаатологів в останні десятиріччя зазнає суттєвих змін завдяки бурхливому розвитку цифрових технологій, поширенню Всесвітньої павутини, появі нових реалій оточуючої дійсності. Це знаходить відбиток у програмі цієї ономастичної конференції, присвяченої видатному ономаатологу Д. Г. Бучку, до якої уведено окрему секцію, яка обіймає новітні онімні групи.

Завдяки постійному розширенню обсягу предмета дослідження ономастичних студій відбувається уточнення перерозподілу проблемних підкласів пропріативів за відповідними онімними розрядами, що є релевантним й для власних назв квіткових композицій. Загальна денотатно-номінативна класифікація власних назв є детально розробленою, зокрема зусиллями таких видатних вчених як О. В. Супернаська [6], Н. В. Подольська [4], М. М. Торчинський [8], Д. Г. Бучко [1]. Певні уточнення до класифікації ідеонімів було запропоновано нами в попередніх розвідках [2], однак досі залишаються певні проблемні випадки, які потребують свого вирішення, що й робить дану розвідку актуальною.

Метою цієї роботи є встановлення статусу власних назв квіткових композицій з огляду на їх 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. Цю розвідку присвячено першому типу квіткових композицій, які є витворами мистецтва та експонуються на спеціалізованих фестивалях, чемпіонатах, змаганнях. Так, у 2017 році відбуваються в різних країнах 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, що доводить значну поширеність використання відповідного підкласу ідеонімів та закономірну зацікавленість особливостями їх мовного й мовленнєвого буття під ономастичним кутом зору.

Об'єктом дослідження послуговували власні назви квіткових композицій, предметом – їх структурно-семантичні особливості. Матеріалом дослідження було обрано 300 англомовних власних назв на позначення квіткових композицій із матеріалів друкованих й електронних англомовних ЗМІ.

Власне термін ідеонім вперше з'являється у словнику Н. В. Подольської з таким визначенням: власні назви, які мають денотати в розумовій, ідеологічній та художній сферах людської діяльності [4, с. 61]. Можемо розуміти ідеоніми як власні назви результатів людської творчої діяльності, які мають духовну, інтелектуальну та мистецьку цінність. За О. Ю. Карпенко окремо термінуємо класи ідеонімів першого та другого рівнів специфікації [3, с. 31], а для подальшого розподілу використовуємо дескриптивні термінопозначення, причому кожний з підрозділів має свою специфіку функціонування – як структурну, так і семантичну.

Найдетальнішою денотатно-номінативною класифікацією власних назв на цей час є робота М. М. Торчинського [8], у якій власні назви квіткових композицій віднесено до ідеонімів, тобто власних назв духовних витворів людства, до підкласу артіонімів – власних назв творів мистецтва. Останні, у свою чергу, підрозділяються на імажоніми (власні назви образотворчого мистецтва), сценоніми (власні назви сценічних творів), музиконіми (власні назви музичних творів) та фільмоніми (власні назви фільмів). Саме до імажонімів і віднесено власні назви квіткових композицій, наприклад, шедевр всесвітньо відомого майстра ікебани Тосіро Кавасе *Moon over the Fields*.

Спочатку ікебана, яка виникла більше 600 років тому в японських буддійських храмах, була релігійним мистецтвом ритуального прикрашання вівтаря Будди квітами. За цей час сформувалися кілька різних стилів мистецтва ікебани, так званих шкіл: ікенобо, охара, согецу та ін., загальною кількістю біля 2000, які поступово завоювали популярність в усьому світі. У наш час ікебана сприймається не лише як японське мистецтво розташування квітів, яке підпорядковується певним правилам та здійснюється за допомогою певних технік, але й як засіб креативного самовираження. Зараз, як ми зазначали, проводяться спеціалізовані експозиції, фестивалі, конкурси квіткових композицій, видаються посібники для створення ікебан, тобто захоплення цим мистецтвом набуло масового характеру. Існують навіть генератори власних назв квіткових композицій, наприклад, *Fantasy Name Generators* [9], де пропонуються назви букетів на кшталт *Country Meadow, Fancy Fruits, Forest Fresh, Summer Miracles, Amber Admiration, I Missed You* та под.

Тенденцію номінувати своє квіткове творіння, закладену засновниками шкіл ікебани, підтримують нині комерційні флористичні підприємства. Саме факт існування власної назви товару підкреслює його особливий, винятковий характер, його унікальність та цінність для потенційного споживача. Пропріативи є потужними сугестогенами, здатними впливати на адресата, а до того ще й єдиною вербальною інформацією, яка є доступною для нього. Це широко використовується у флористичному бізнесі, проте жодного відношення до мистецтва немає. Однак зазначимо, що нами було знайдено кілька рейтингів найкращих букетів для продажу, зокрема вибір редакції сайту «Better Homes and Gardens», який включає 30 власних назв букетів [10], до якого включено такі: *Warm Red Tones, Sweet Succulents, Shades of White, Pretty in Pink, Pops of Orange* та ін.

Пропонуємо відносити до ідеонімів лише власні назви відомих шедеврів мастерів ікебани, як, наприклад, витвори школи Охара *Autumn Tray, Cyprus Woods* та подібні, а інші, особливо комерційні назви квіткових композицій – до хрематонімів: «власних назв людських творінь» [1, с. 189], «власних назв предметів» [7, с. 19]. Таким чином, стає можливим краще зрозуміти двоїсту природу цього типу пропріативів і врахувати її при вдосконаленні денотатно-номінативної класифікації ідеонімів.

Що стосується власних назв на позначення квіткових композицій, то слід відзначити їхній надзвичайно індивідуальний характер, який повністю залежить від уподобань та преференцій митця. Наприклад, надзвичайно відомий у світі австралійський флористичний дизайнер Марк Пемплінг [12] на своєму сайті представив всі свої визначні шедеври, з яких переважну більшість номіновано дескриптивно й метонімічно на кшталт *Steel grass and calla design, Almost*

square bouquet, Graphic orchid design, Design inspired by egg shapes. З близько 100 ідеонімів лише 3 мають інші за характером власні назви, а саме метафоричні *Fringes of Beauty, Hippie Elegance, Orchid Basket*. Причому увагу привертає навіть їх відмінний графічний стиль через традиційну для онімів капіталізацію всіх ініціальних літер, на відміну від дескриптивних назв з лише анафоричною капіталізацією.

Порівняння структурних типів англомовних ідеонімів різних класів дозволяє зробити певні спостереження. У результаті дослідження ми розподілили ідеоніми на однокомпонентні, двокомпонентні та багатоконпонентні структури. До однокомпонентних належать ідеоніми, які виражено непохідними та простими похідними (суфіксальними й префіксальними) словами. Складні ідеоніми розмежовуються на власне композити, афіксальні композити й абрєвіатури. Двокомпонентні й багатоконпонентні ідеоніми представлені також словосполученнями й реченнями. Домінуючим типом для ідеонімів на позначення квіткових композицій є використання багатоконпонентних словосполучень (87,3 % від загальної кількості), що уможливорює своєрідне поєднання уточнення певних дистинктивних характеристик об'єкту, що номінується. Ще однією спільною рисою для всіх ідеонімів є майже повна відсутність абрєвіатур та складних слів, що можемо пояснити складністю такого типу номінувань для розуміння через те, що вони одночасно актуалізують два чи більше концепти в єдиній лексемі, що значно ускладнює їх сприйняття.

Що стосується досліджуваного сегменту англомовного ідеонімікону, то його мотиваційна структура може розглядатися з двох боків – мовного й когнітивного. Перший підхід базується на традиційному для ономастики розподілі пропріативів на певні групи, що узагальнив й вдосконалив у своїх роботах М. М. Торчинський, який вбачає за доцільне наслідувати думці О. В. Суперанської щодо «нерозривності типологій власних назв, які ґрунтуються на мотивах номінації, семантиці твірного слова і способі творення» [6, с. 154; 8, с. 181, с. 187–192], та на основі створених раніше мотиваційних типологій онімів пропонує розподілити їх на наступні класи:

- 1) квалітативні оніми, що мотивовані характерними ознаками денотата, наприклад, *Perfect!* (тут і далі приклади композицій Крістін де Бір [11]);
- 2) сутністі ідеоніми вказують на функції денотата, наприклад, *Link*;
- 3) локативні власні назви вказують на місцезнаходження їх денотатів, наприклад, *Piece of the forest*;
- 4) темпоральні оніми пов'язані з часом виникнення їх денотатів, наприклад, *Wedding Welcome*;
- 5) патронімічні оніми пов'язані з предками, попередниками, наприклад, *In an Oriental Manner*;
- 6) посесивні оніми вказують на право власності, на денотат на кшталт *Jack Frost's Christmas stocking*;
- 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, що не є актуальним для номінування квіткових композицій;
- 9) апотропейні власні назви є побажанням, командою до якоїсь дії, наприклад, *Step Along*;
- 10) номінальні власні назви надаються без спеціального мотиву на кшталт *Hey there*;
- 11) символічні оніми трансформуються в символи, наприклад, *Jingle Belling*;
- 12) асоціативні власні назви утворено за аналогією з іншими власними назвами, наприклад, *Pick your poison, When the wind whisper, Let It Snow*;
- 13) ситуативні власні назви створюються на основі певної актуальної життєвої ситуації, яка не має відношення до номінованого об'єкта на кшталт *Words Matter*.

Крім цього, М. М. Торчинський виокремлює оніми з комбінованою мотивацією та з невідомою.

Мотивація власних назв на позначення квіткових композицій має особливий характер через їх специфічні риси. Так, перше місце (89,8 %) посідають оніми з комбінованою мотивацією, що продиктовано особливостями їх багатоконпонентної структури. Такі

пропріативи зазвичай демонструють мотиви локативний, темпоральний, квалітативний на кшталт *Easter Bonnet, Happy Valentine's Day, Happy Easter..., A spongy home for this octopus orchid, Not yet Spring, Spring but a spring, What is in a basket of spectacular?, As special as an almost never find*. Що стосується власних назв з невідомою мотивацією, то таких квіткових композицій нами поки знайдено не було. Навіть якщо назва подається не англійською мовою, а, скажімо, японською, автор її пояснює зазвичай. Прикладом може послугувати онім *Ichigo, ichi-e*, переклад пропонується у поясненні: *Freely translated it means Each Moment, Only Once. It is a saying associated with Japanese tea ceremonies. Poised and graceful*.

Другий підхід до мотиваційного аналізу власних назв, когнітивно-ономасіологічний, дозволяє виокремити їх наступні типи:

1) пропозиційний, який базується на прямих значеннях мотиваторів, наприклад, *Just not Flowers!*;

2) асоціативний, що базується на метафоричних мотиваторах, як це спостерігаємо в ідеонімі *Avoiding Decision Fatigue*;

3) модусний, який ґрунтується на оцінці на кшталт *A quirky kind of Love*;

4) змішаний тип, де скомбіновано різні мотиви номінації, наприклад, *Mr. Stalk, the Seriously Terrifying Scarecrow, on his Day Off*;

5) концептуально-інтеграційний, наслідком чого є формування нового концепту, до якого можемо віднести назву *Jingle Belling* [5, с.483–486].

Першу позицію посідає змішаний тип мотивації (86,4 %), майже повністю відсутні власні назви квіткових композицій останнього типу.

Таким чином, можемо зробити висновок, що серед власних назв на позначення квіткових композицій переважають багатокомпонентні структури з комбінованою чи змішаною мотивацією. У подальших розвідках планується розширення обсягу предмета дослідження за рахунок інших підкласів англійських ідеонімів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бучко Д. Г. Словник української ономастичної термінології / Д. Г. Бучко, Н. В. Ткачова. – Харків: Ранок-НТ, 2012. – 256 с.
2. Васильєва О. О. Денотатно-номінативна класифікація ідеонімів / О. О. Васильєва // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки: [зб. наук. праць]. – Луцьк: Вежа-Друк, 2016. – Вип. 5 (330). – С. 165–168.
3. Карпенко О. Ю. Проблеми сучасної ономастичної термінології / О. Ю. Карпенко, Н. М. Тхор, І. П. Попік // Слов'янський збірник. – Вип. 18. – Чернівці: Букрек, 2014. – С. 28–34.
4. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – 2-е изд. – М.: Наука, 1988. – 192 с.
5. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 843 с.
6. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – 2-е изд. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 368 с.
7. Ткаченко Г. В. Англійські хремотоніми як лінгвокогнітивні феномени картини світу: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Ганна Володимирівна Ткаченко. – Одеса, 2012. – 236 с.
8. Торчинський М. М. Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови: дис. ... докт. філол. наук: 10.02.01 / Михайло Миколайович Торчинський. – К., 2010. – 502 с.
9. Fantasy Name Generators [Electronic resource] – Available from: <http://www.fantasynamegenerators.com/bouquet-names.php#.WWuXqITyjIV>.
10. Editors' Picks: 30 Best Bouquets [Electronic resource] – Available from: <http://www.bhg.com/wedding/flowers/editors-picks-best-bouquets/>.
11. Christine de Beer. My creative workbook [Electronic resource] / Christine de Beer. – 2015. – Available from: <http://www.christinedebeer.ca/designs>.
12. Mark Pampling. Designs [Electronic resource] / Mark Pampling. – 2016. – Available from: <http://markpampling.com/designs>

Стаття надійшла до редакції 30.05.2017 р.