

4. Сеньовська Н., Скуратко Т. «Материнська проза»: патріотичне виховання на уроках літератури рідного краю. Поділля. Філологічні студії : електронний збірник наукових праць. Головний редактор М. Торчинський. Хмельницький, 2025. Випуск вісімнадцятий. Том другий. С. 103-109.

5. Сеньовська Н., Скуратко Т. Розширення тематики літературного краєзнавства (на матеріалі вивчення книги Марії Вітишин «Мій син – кіборг»). Тенденції і перспективи вивчення літератури у середній і вищій школах: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції, 28 січня 2025 року / за заг. ред. Н. Р. Грицак. Тернопіль: Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, 2025. С. 154-159. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/35663>

Оксана Галан,

Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка;

Науковий керівник – кандидат філологічних наук, доцент
Оксана Вербовета

ВЛАСНІ НАЗВИ ГАЛИЦЬКОЇ ВИПІЧКИ: МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Об'єктом дослідження ономастики є ономастикон – сукупність усіх власних назв, що є у мові певного народу, регіону в певний історичний період.

У сучасній науковій традиції ономастичного дослідження прийнято розрізняти такі види власних назв: антропоніми, топоніми, ергоніми, хрематоніми, хрононіми, прагмоніми та ін. Прагмоніми становлять назви об'єктів людської діяльності. Прагматонім – «(від гр. *pragma*, *pragmatos* «предмет, річ» + онім; англ. *pragmatonym*) – вид хрематоніма, власна назва одиничного виробу, предмета побуту» [1, с. 143]. Прагматонім завжди фокусується на назві кінцевого результату виробничої чи творчої діяльності. Ці оніми мають яскраво виражені прагматичні (зв'язані з практичною діяльністю) функції, які включають: а) ідентифікаційну (виокремлює конкретний товар, сорт чи марку з ряду подібних); б) рекламну (створює позитивний імідж, привертає увагу споживача і викликає бажання придбати товар); в) маркетингову (є інструментом конкурентної боротьби, вказуючи на унікальні характеристики продукту або його походження); г) емоційно-оцінну функцію (назва часто містить оцінку якості, смаку чи престижу).

«Найменування різних товарів є предметом численних ономастичних досліджень, серед них і тих, які вивчають назви кондитерських виробів. У науковій літературі назви кондитерських виробів уналежнюють до онімних одиниць – індивідуальних найменувань одиничних предметів» [2, с. 54]. Ономастичні дослідження таких назв представлені працями А. Борисової, О. Сапожнікової, Г.Бачинської, І.Рябініної, К.Гончаренко та ін.

Назви кондитерських виробів належать до вторинної номінації, оскільки послуговуються наявними в мові номінаціями [3, с. 76].

Мета нашого дослідження – з'ясування мотивів номінації кондитерських виробів галицьких господинь. Джерелом дослідження стали назви тортів із видання «Рецепти господині. Секрети смачної кухні» (2014-2020 рр.), зібрані методом суцільної вибірки. Загалом проаналізовано 300 одиниць.

За мотивом номінації виділяють такі групи назв: 1) за складом; 2) за формою, оформленням та кольором; 3) за часом виготовлення; 4) за місцем походження назви; 5) за рекламним мотивом; 6) за текстурою та смаковими відчуттями; 7) із нез'ясованими мотивами номінації.

Розглянемо мотиваційні групи детальніше.

Мотиваційна група «За складом виробу»

Мотиваційна група назв, зумовлена складом виробу є найчисельнішою (33% від усіх назв): «Медівник із чорносливом», «Шоколадно-сирний», «Яблучна фантазія», «Пляцок з корицею», «Желейний».

У цих назвах є вказівка на один домінувальний) або екзотичний складник, не властивий українській кухні, завдяки якому той чи інший пляцок стає особливим, вирізняється серед інших: «Сирничок», «Зефірний», чи декілька складників: «Пляцок із вишнями та киселем», «Яблучно-ожинова шарлотка», «Вишнево-ананасова спокуса», «Маково-абрикосовий пляцок», «Шоколадно-фруктовий рай» або на три складники: «Сирмак з персиками», «Мак-сир-яблука», «Медовий із карамельно-яблучним кремом». Серед них є пряма вказівка на склад виробу: «Ванільний сирник з полуницями», «Лимонно-сирний пляцок», «Крем і джем» та опосередкована: «П'яна вишня» (вишня та алкоголь), «Баунті з вишнями» (вишня та кокос).

За популярністю переважають у назві галицьких тортів-«пляцків» такі складники, як вишня, мак («Вишнево-маковий пляцок», «Макова квітка», «Макова зоря», «Макове поле»), мед («Медове серце», «Медова дівчинка», «Два медівники», «Дикий мед», «Медовий із карамельно-яблучним кремом», «Медівникова ялинка»), яблука («Яблучник», «Яблучна фантазія», «Бісквіт з яблуками», «Яблучно-ожинова шарлотка»), сир («Сирник із вишнями», «Сирно-медовий», «Сирничок»), шоколад («Шоколадно-вишневий пляцок», «Шоколадно-фруктовий рай»). Є вироби, що мають у складі алкоголь: «П'яна слива», «П'яний крекер».

Часто галицька випічка отримує назву за наявністю у своєму складі як тропічних фруктів (лимону, апельсину, ананасу, кокосу, ківі), так і українських, котрі ростуть у саду кожної господині (малини, полуниці, груші, сливи, персиків, абрикосів), чи в українських лісах та узліссях (чорниці, ожини).

Дуже неординарними у складі випічки є овочі, завдяки чому торти мають не лише оригінальну назву, але і незвичний смак та неабияку користь – кабачки, гарбуз, морква, румбарбар («Кабачковий», «Пляцок з румбарбаром», «Гарбузовий манник із сухофруктами», «Морквинка»).

Велику кількість назв серед тортів складають за назвою корисних сухофруктів (курага, родзинки, чорнослив), а також горіхів (волоський горіх, арахіс) і прянощів (кориця, ваніль): «Цвібак з родзинками», «Медівник із чорносливом», «Золотий горішок», «Пляцок з корицею».

Цікавою у контексті мотивації є назва «Ніц»: мотивом є доступний набір продуктів у його складі (він є дуже дешевим) і нескладний процес виготовлення.

Мотиваційна група «За виглядом виробу»

До складу цієї мотиваційної групи входять назви, мотивовані:

а) формою, оформленням: «Рушта», «Клумба», «Фруктовий кошик», «Медове серце», «Пінгвін», «Шахматний», «Хатка», «Тюльпан», «Медівникова ялинка», «Мурашник», «Мотанка», «Пляцок з трубочками», «Лисячі нірки». Назва «Панчо» походить від італійського слова «рапсія», що означає «живіт» або «черевко». Це пов'язано з формою торта, яка нагадує округлий живіт, часто прикрашений сметанним кремом та шматочками фруктів або шоколаду, що створює вигляд пишного об'єму.

б) кольором виробу: «Зебра», «Двоколірний із грушами», «Чорна Африка», «Веселка», «Усмішка негра», «Рожевий фламінго», «Небеса», «Червоне і чорне»;

в) форма і колір: «Кора дуба», «Карпати», «Смарагдова каблучка», «Зуби негра» (шоколадні коржі схожі на чорний колір шкіри, а всередині макового крему в рядочок виставляється білий зефір, котрий в розрізі нагадує білі зуби).

Виявлено назви, у яких немає конкретної назви кольору, є лише вказівка: «Двоколірний із грушами», «Три кольори».

У назвах цієї групи чітко простежується непряма номінація: «Сльози Ангела» (крапельки, що утворюються на поверхні торта під час охолодження, нагадують сльози), «Букет півоній», «Кривава Мері», «Хвилі Дунаю», вказівка на небуденність через складність виготовлення і самого складу продуктів виробу: «Святковий», «Оригінальний», «Королівський пляцок». Хоча мотиви номінації не завжди прозорі, проте добре розвинена логіка, кмітливість, дотепний український гумор у поєднанні із розвиненою фантазією допомогли галичанам легко та влучно назвати випічку.

Мотиваційна група «За часом виготовлення»

За часом виготовлення виробу виявлено назви: «Курка в декреті», «Весняний», «Великодня писанка», «Різдвяна макітра», «Великодня мережка». Зустрічаються назви виробів, приурочених до Різдвяних та Великодніх свят, що непрямо пов'язано із вказівкою на пори року. Оригінальною є назва «Курка в декреті», яка пов'язана із зручністю виготовлення виробу навесні, коли, зазвичай, яйця є дефіцитними в власному господарстві, а у магазині дуже дорогі, тому до складу цього торта вони не входять.

Мотиваційна група «За місцем походження»

За місцем походження названо вироби: «Тернопільський пляцок», «Польський сирник», «Сирник Віденський», «Золочівський пляцок», «Львівський торт», «Галицька вишиванка», «Київський», «Полячка», «Старий Львів», «Львівський сирник», «Жешов'як», «Пані Валецька», «Варшавський яблучник», «Литий спартак по-львівськи». Часто така номінація може бути

помилковою: так, наприклад, назва «Празький» не пов'язана з містом Прага, а походить від ресторану «Прага», де цей торт був вперше створений.

Мотиваційна група «З рекламним мотивом»

Відсутність прямого мотива номінації зумовила потребу у промовистих назвах, які мають рекламну мету: «Наполеон», «Спартак», «Шарлотка», «Гуцулка Ксеня», «Жозефіна», «Гулівер», «Івасик-Телесик», «Котигорошко», «Козак Мамай», «Фігаро», «Барбі з полуницею», «Русалонька».

Завдяки таким промовистим іменам історичних осіб та казкових персонажів, виріб набуває популярності: назва «Спартак» пов'язана із образом давньоримського гладіатора Спартака, який уособлює силу та мужність, що може асоціюватися з насиченим смаком та великою кількістю коржів та крему у цьому торті.

Мотиваційна група «За текстурою та смаковими відчуттями»

За чисельністю онімів мотив посідає третє місце – 14 % від загальної кількості назв. Це, мабуть, тому, що смак випічки є надзвичайно важливим.

До цієї групи належать назви на позначення смакових відчуттів, де велику групу становлять оніми за позначенням надзвичайної легкості, повітряності, ніжності смаку: «Ніжна наречена», «Райська насолода», «Ніжний», «Небо на язика», «Хмаринка», «Фруктова насолода», «Насолода», «Небесні ласощі» та текстури: «Пісочний пляцок», «Глазурований пляцок», «Сікачки», «Пошкрябаний пляцок», «Скубанець». Назва «Тещин язик» номінує торт, що має шарувату структуру, передбачає приготування кількох коржів часто з різними начинками, різними за текстурою, наприклад, із горіхами, родзинками, маком та змащування їх кремом.

Із нез'ясованими мотивами номінації нами зафіксовано назви, про причини виникнення яких ми можемо лише здогадуватися: «Зеник», «Як догодити чоловікові», «Іринині канікули», «Самозванець», «Оленка», «Кузька», «Жешов'як», медівник «Бродяга», «Пані Дульська», «Світлана», «Пияк», «Господиня», «Молодиця». На нашу думку, номінації-людські імена («Зеник», «Іринині канікули», «Оленка», «Світлана») дані або самими їх творцями на свою честь, або на честь когось, хто надихнув на створення цього рецепту, або ж кулінари просто вибрали ім'я, яке їм подобається чи легко запам'ятовується. Можливо, коли з'явився вперше виріб, мотив був іще відомим.

Отже, проаналізувавши мотиви номінації галицьких тортів, ми з'ясували, що номінація за складом виробу є найчисельнішою – 33% від всієї кількості назв; на другому місці – номінація за формою, зовнішнім оформленням та кольором – 31%. Третє місце за чисельністю посідають назви за текстурою та смаковими відчуттями – 14%; за місцем походження назви та з рекламним мотивом – по 7%. У 4% назв ми не змогли з'ясувати мотивів виникнення. Це свідчить про те, що склад виробу, його форма є

важливими мотиваційними чинниками, зважаючи на особливості найменованої продукції.

Список використаної літератури

1. Бучко Д., Ткачова Н. Словник української ономастичної термінології. Харків: Ранок-НТ, 2012. 256 с.
2. Вербич С. Сучасна українська онімна лексика: функціональний аспект. Вісник НАН України. 2008. № 5. С. 54. URL: <https://cutt.ly/o4L3Up8>
3. Сизоненко Н. М. Структурний, семантично-мотиваційний, візуальний параметри найменувань кондитерських виробів ТМ «Домінік». Trends in the development of philological education in the era of digitalization: European and national contexts : Scientific monograph. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. PP. 74-105. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-303-3->

Юлія Гевик,

hevykyul@gmail.com

Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка;

Науковий керівник – доктор філологічних наук, професор
Олеся Тележкіна

ЛЕКСИКА НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙ У ПОВІСТЯХ ГРИГОРА ТЮТЮННИКА «КЛИМКО» ТА «ВОГНИК ДАЛЕКО В СТЕПУ»

Художня мова української прози другої половини ХХ століття становить вагомий інтерес для лінгвостилістичних досліджень, оскільки вона відображає не тільки унікальний авторський стиль, але й ціннісні орієнтири тієї епохи. У цьому контексті творчість Григора Тютюнника займає особливе місце: його повісті вирізняються проникливим психологізмом, глибинною моральністю та високою мовною майстерністю.

Попри значну увагу, яку науковці вже приділили вивченню художнього світу цього автора (зокрема, ґрунтовні спостереження щодо портретних деталей представлені у працях Н. Верлати [2] та О. Дудко [4]), питання систематичного аналізу лексико-стилістичних прийомів продовжує залишатися актуальним і вимагає подальших досліджень. Це обумовлює необхідність детального занурення у мовну структуру твору, аби розкрити її багатогранність і глибше осягнути способи, якими автор передає емоційні нюанси своєї оповіді.

Метою дослідження є комплексний аналіз лексики на позначення емоцій у повістях Григора Тютюнника «Климко» і «Вогник далеко в степу» для визначення її семантичних особливостей та стилістичних функцій у формуванні психологічної глибини творів.

Для досягнення поставленої мети планується виконати такі завдання: здійснити кількісний та семантичний аналіз лексичного складу текстів, зосередившись на групі слів, які характеризують «емоції та внутрішній стан», і визначити їхній внесок у створення психологічної глибини повістей; дослідити стилістичні функції лексики емоцій, зокрема її роль у творенні ключових тропів