
УДК 81'373.2=161.2

Світлана Шестакова (м. Суми)

МОТИВАЦІЯ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ФІТОНІМІВ

У статті проаналізовано лексику публіцистичного стилю початку ХХ століття у зв'язку з проблемою формування літературного словника української мови.

Ключові слова: *фітоніми, реально мотивовані фітоніми, умовно мотивовані фітоніми, об'єкт-номінат, основа-мотиватор, власна назва.*

Квітково-декоративні рослини з кожним роком набувають дедалі більшого значення в промисловому квітництві та озелененні. Це зумовлено тим, що до цієї групи рослин належать такі особливі за декоративними якостями культури, як тюльпани, нарциси, гіацинти, лілії, гладіолуси та інші, які відрізняються великим розмаїттям кольорів, форм та ароматів. Ці рослини широко застосовують для створення ранньовесняних та пізньоосінніх ландшафтів, клумб, одержання квітів для зрізання, а також для вирощування взимку.

Назви сімейств, родів і видів рослин дослідники зараховують до біологічної номенклатури — сукупності назв об'єктів, які реєструє і вивчає біологія.

У біологічній номенклатурі, за словами Т.А. Соболевої, О.В. Суперанської, «з часів К. Ліннея прийнято певного типового представника кожного виду брати за зразок, вимірювати його, давати йому науковий опис і свій особливий номен, наприклад, *Pulmaria obseura* L. (Медуниця лікарська). У складі номенів перше слово — родове позначення, друге — видовий епітет: Береза бородавчаста» [10: 66].

Н.В. Подольська під номеном розуміє «слово чи словосполучення, яке має прямий зв'язок із предметом як з видом, що являє собою невизначену множину ідентичних одиниць, які є об'єктом якоїсь галузі науки...» [7: 90]. Номени, на думку дослідниці, належать до спеціальної лексики, що відрізняється як від загальноживаної, так і від онімної.

© С.О. ШЕСТАКОВА, 2010

В.М. Лейчик до номенів відносить “списки найменувань виробів одного підприємства (наприклад, усі моделі тракторів одного заводу «ЧТЗ»), товарів якогось магазину, **сортів, тобто штучно виведених різновидів рослин** (виділення наше. — С.Ш.)...” [5: 17–18].

Погоджуємося з думкою відомого українського дослідника ономастики Ю.О. Карпенка, який вважав, що «лексика мови не знає перехідних випадків між власними і загальними назвами. Слово є або власною назвою, або загальною» [3: 7].

На нашу думку, для сортових назв рослин доцільно використовувати термін фітонім, запропонований Н.В. Подольською, дещо розширивши його значення. “Фітонім, — за визначенням дослідниці, — власне ім’я будь-якої рослини, наприклад, ...Чехівська липа (у Звенигороді), Дерево бідних (у Ясній поляні)...” [7: 158]. Отже, під фітонімом вона розуміє власну назву (ВН) одиничної, чимось унікальної у своєму роді рослини.

Проте, як справедливо зазначає О.В. Суперанська, є два типи одиничності: одиничність індивідуальна й одиничність категоріальна [8: 12]. Категоріальна одиничність виявляється в таксонах — типових представниках цього виду. Специфікою категоріальної одиничності є логічна подільність певної категорії на групи, сорти, які характеризуються особливостями, притаманними всім представникам цієї групи чи сорту.

Отже, на нашу думку, до фітонімів як розряду ВН необхідно відносити не тільки ВН одиничних рослин, а й ВН певного сорту, у виведенні якого брала участь людина.

Сортові назви багато в чому подібні до фірмових. Як фірмові, так і сортові назви слугують для особливого типу індивідуалізації — індивідуалізації однотипних множників. Пор.: *цукерки «Вечірній Київ»* і *тюльпан «Естонія»*. Сорти, як і фірмові вироби, не підлягають поділу на більш дрібні групи. Головним при створенні як сортових, так і фірмових назв «є комплекс ознак-характеристик, або аналітично розчленований, коли номінатор уже виробив поняття про номінований клас, або сформований на рівні уявлення про клас об’єктів чи окремий об’єкт» [8: 12]. Але є особливості, які відрізняють сортові назви від фірмових.

Якщо фірмові назви створюють фахівці з різнобічною освітою й значним досвідом практичної роботи, досить часто цілі колективи розробників, то фітоніми творить окрема особа — селекціонер, що дозволяє говорити про пріоритетний вияв відсуб’єктних мотивів номінації.

Створюючи фірмові назви, особливу увагу акцентують на адресатові номінації, тобто враховують усі вікові та соціальні групи, які можуть стати потенційними споживачами товару, аналізують смаки, психологію, настрої, світогляд покупців. Номінація фітонімів характеризується послабленим виявом такого її компонента, як адресат, що, звичайно, впливає на репертуар мотиваційних ознак.

Мотивацію фітонімів розуміємо як відображення в назві мотивів номінації, а мотив номінації — це сукупність факторів, які діють у номінативній ситуації, впливають на створення певної номінації і змушують суб'єкта зробити той чи той вибір.

Проблема факторів, що впливають на вибір ознак-мотиваторів у номінативному процесі, залишається головною для сучасних досліджень мотивації, доводячи їх значне розмаїття. У багатьох працях вказано на залежність мотиваційних ознак від об'єктивних — насамперед істотних — властивостей позначуваних предметів. Д.С. Сетаров справедливо зазначає, що «перший імпульс до виникнення найменувань іде не від мови, а від самого предмета; будь-яке найменування, що виникло у мові, мотивоване властивостями, ознаками об'єкта-номіната» [9: 54].

«Репертуар мотиваційних ознак, — стверджує І.В. Муромцев, — визначається специфікою об'єкта номінації, а також функціями, які покликаний виконувати конкретний тип власних назв» [6: 128].

Аналіз фактичного матеріалу дозволяє виділити реально та умовно мотивовані фітоніми. До реально мотивованих фітонімів належать, найменування, які прямо вказують на будь-які особливості об'єкта-номіната (форму, розмір, колір тощо). Умовно мотивовані фітоніми містять лише натяк на ознаки чи характеристики об'єкта.

Реально мотивованих фітонімів порівняно незначна кількість: «Пірамідна» (лілія, пірамідне суцвіття), «Рубінова» (лілія, колір), «Лілія Заливського» (селекціонер Заливський).

Переважає частина фітонімів умовно-символічно відображає ознаки об'єкта. Основою таких найменувань є різноманітні асоціативні зв'язки, які містять натяк на колір, форму, розмір об'єкта-номіната. Значну роль при створенні умовно мотивованих найменувань відіграють і екстралінгвальні фактори, зокрема реклама, естетичні смаки номінатора, його особисті вподобання тощо.

Основами-мотиваторами умовно мотивованих фітонімів відомі походження є:

- антропоніми: «Амалія» (лілія), «Анюта» (тюльпан), «Вероніка» (лілія), «Валентина» (айстра), «Галина» (лілія), «Діана» (лілія), «Єва» (лілія), «Ксенія» (айстра), «Надія» (лілія), «Софія» (петунія), «Христина» (айстра), «Яніна» (айстра);
- міфоніми, назви фантастичних істот, назви літературних героїв: «Ікар» (тюльпан), «Кармен» (айстра), «Німфа» (тюльпан), «Піноккіо» (айстра), «Русалка» (тюльпан), «Скарлет» (іпомея).

Фітоніми, мотивовані антропонімами, найчастіше вказують на родинні зв'язки номінатора — як назву використовують ім'я дружини, доньки, коханої жінки, у деяких випадках власне ім'я використовують як красиву, рекламну, модну, з погляду номінатора, модель.

Зрозуміло, що власні назви, у тому числі і як основи для фітонімів, не мають безпосереднього зв'язку з поняттям, але вони здатні викликати багато різноманітних асоціацій. Для того щоб викликати

певні асоціації, потрібні досить відомі особові імена, прізвища знаменитих людей, імена міфічних персонажів, літературних героїв, які, викликаючи асоціації романтичного характеру, часто пов'язані з чимось надприродним.

Основами-мотиваторами умовно мотивованих фітонімів відапелятивного походження є:

- назви тварин, рослин: «Білий лебідь» (тюльпан, білий), «Вишенька» (тюльпан, червоний), «Страусине перо» (айстра), «Шиншила» (айстра);
- назви природних реалій: «Золоте літо» (лілія, жовта), «Місячне сяйво» (тюльпан, срібно-кремово-білий), «Ніч» (тюльпан, темний), «Сонечко» (тюльпан, жовтий), «Схід сонця» (тюльпан, помаранчевий), «Хвиля» (лілія, хвилясті краї);
- назви абстрактних понять: «Ефект» (тюльпан), «Контраст» (тюльпан, жовтий з червоною каймою), «Молодість» (тюльпан), «Новина» (лілія), «Радість» (петунія), «Сувенір» (тюльпан), «Сяйво» (тюльпан), «Фестиваль» (тюльпан), «Щастя» (тюльпан), «Юність» (тюльпан);
- назви конкретних понять: «Білий килим» (дзвоники), «Оксамитовий килим» (іпомея), «Фіолетовий бокал» (тюльпан), «Червона парасолька» (тюльпан), «Шоколад» (соняшник, коричневий);
- назви-характеристики осіб: «Наречена» (лілія, біла), «Наречена героя» (лілія), «Першокласниця» (тюльпан), «Принцеса» (айстра), «Струнка» (лілія);
- назви з компонентом «золотий»: «Золота долина» (тюльпан, жовтий), «Золота хвиля» (айстра, жовта), «Золоте літо» (лілія, жовта), «Золотий призер» (чорнобривці), «Золотинка» (лілія, жовта);
- назви з романтичними мотивами: «Біла зірка» (іпомея, біла), «Білі вітрила» (лілія, біла), «Весняний карнавал» (тюльпан), «Весняний вечір» (тюльпан), «Елегія» (тюльпан), «Замислений» (тюльпан), «Моє полум'я» (лілія, червона, зірково чашкоподібна форма), «Наречена героя» (лілія), «Осіння пісня» (лілія), «Рожева прима» (лілія, рожева), «Чарівний фонтан» (дельфініум).

З.І. Комарова фітоніми відносить до штучної номінації, вказуючи на такі її особливості, як наявність мети, цілеспрямоване врахування властивостей об'єкта, індивідуальність автора [4: 116].

У сфері штучної номінації найповніше виявляються суб'єктивні (національні, соціальні, індивідуально-психологічні) чинники. Цей тип номінації характеризується наявністю яскраво виражених індивідуальних уподобань.

Аналіз фітонімів доводить, що із соціального погляду вони завжди мотивовані. Основний масив фітонімів — умовно-символічні найменування. Виникнення умовно-символічних найменувань ґрунтується на здатності сприймати конкретні предмети як втілення абстрактних ознак чи понять, наприклад, ніч, вугілля — як символи

чорного кольору, небо, море — синього, кров, вогонь, зоря — червоного. Подальший розвиток протиставлення абстрактної ознаки абстрактному поняттю призводить до символізації ознак як репрезентантів понять: білий колір — символ невинності, чистоти, чорний — лиха, скорботи і т.ін., що породжує опосередкований зв'язок «предмет певного кольору — абстрактне поняття». Виникають ланцюжки переходу одного символу в інший, результатом якого виявляється нова предметна співвіднесеність: біле — вбрання нареченої — білий колір — «Наречена» (лілія) (через символічний зв'язок: біле — вбрання нареченої як втілення ознаки, що зумовлена символічним сприйняттям білого кольору як кольору невинності).

В умовно мотивованих фітонімах відапелятивного походження найчастіше репрезентовані зовнішні, декоративно важливі ознаки об'єкта, зокрема форма, колір, період цвітіння тощо.

Аналізуючи фітоніми, можемо переконатись у тому, що при створенні назви в одному випадку вирішальна роль належить порівнянню з іншими рослинами, у другому — сприйманню краси, у третьому — оцінці корисності. Можливість вибору будь-якої ознаки пояснює появу в складі мотивем таких, які є несуттєвими стосовно самого предмета номінації: присвяти, романтичні, привабливі назви. Як стверджує С.О. Вербич, у нетрадиційних класах ВН, до яких, на нашу думку, належать і фітоніми, визначальну роль у найменуванні відіграють «суб'єктивні смаки та вподобання найменувачів, незвичність відповідного оніма, зрештою, мода, що зазвичай мінлива» [2: 59].

Виявом опосередкованого характеру умовно мотивованих фітонімів є їхня своєрідна вибірковість: вони не охоплюють усіх ознак відповідного класу предметів, не відображають якимось чином їх логічну ієрархію. Склад мотивем має «свою» логіку, яка відображає традиції називання (продуктивність).

Аналіз фактичного матеріалу доводить, що на сучасному етапі активізується тенденція до творення складених фітонімів: «*Фіолетовий бокал*» (*тюльпан*), «*Червона парасолька*» (*тюльпан*). За словами Д.М. Шмельова, «створення складених найменувань — один з традиційних способів номінації... Однак саме в наш час у зв'язку зі стрімко зростаючими потребами номінації роль такого типу найменувань значно посилилась. Для періоду масової номінації характерна тенденція до введення позначень із «максимальною» (відповідно до можливостей мови) мотивованістю» [11: 34].

В.М. Белих підкреслює, що «словосполучення відображають у своїй структурі два і більше факторів-мотиваторів та здатні викликати одразу не одну, а декілька асоціацій» [1: 14]. Без сумніву, однією з причин продуктивності складених фітонімів є те, що вони, різнобічно відображаючи характер об'єкта-номіната, одночасно вказують на декілька його ознак, наприклад, колір і форму: «*Білий килим*» (*дзвоники*), «*Золота хвиля*» (*айстра*).

Отже, у номінації фітонімів спостерігаємо діалектичну єдність суб'єктивного й об'єктивного факторів. Суб'єктивність — у свободі вибору автора мотиваційної ознаки. Об'єктивність — у прямій залежності номінації від властивостей самого об'єкта й загальній тенденції до створення мотивованої назви для цього продукту людської діяльності.

1. *Белых В.Н.* Семантические особенности словесных товарных знаков (на материале французского и английского языков) // Матеріали вузівської наукової конференції професорсько-викладацького складу за підсумками науково-дослідної роботи: Актуальні питання романо-германської філології. — Донецьк, 1997. — С. 9–15.
2. *Вербиц С.О.* Сучасна українська онімна лексика: функціональний аспект // Вісник НАН України. — 2008. — №5. — С. 54–60.
3. *Карпенко Ю.О.* Про критерії поділу власних і загальних назв // Повідомлення української ономастичної комісії. — К., 1974. — Вип. 10. — С. 3–10.
4. *Комарова З.И.* О некоторых закономерностях “искусственной” номинации // Вопросы ономастики. — Свердловск, 1979. — Вып. 13. — С. 116–121.
5. *Лейчик В.М.* Люди и слова. — М., 1982. — 176 с.
6. *Муромцев І.В.* Про функції топонімів і топонімічних комісій // Вісник ХНУ. — Харків, 1999. — №426. — С. 127–133.
7. *Подольская Н.В.* Словарь русской ономастической терминологии. — М., 1978. — 200 с.
8. *Рут М.Э.* Образная номинация в русском языке. — Екатеринбург, 1992. — 128 с.
9. *Сетаров Д.С.* Номинация, мотивация и этимология слова (на материале названий животных). — Вильнюс, 1984.
10. *Соболева Т.А., Суперанская А.В.* Товарные знаки. — М., 1986. — 176 с.
11. Способы номинации в современном русском языке. — М., 1982. — 228 с.
12. *Суперанская А.В.* Апельлятив-онома // Имя нарицательное и собственное. — М., 1978. — С. 5–34.

Svitlana Shestakova (Sumy)

REASON OF MODERN UKRAINIAN

The article is devoted phytonyms as a special class of the proper nouns, comparative character of phytonyms and pragmonyms (names of firms), determination of motivational signs for creation of the names, artificially created sorts of plants.

Key words: phytonyms, really motivate phytonyms, conditional motivate phytonyms, object-nominant, basis-motiver, proper nouns.

Виправте!

У Витягу з протоколу № 3 (Українська мова, 2010. — № 1. — С. 148 – 149) рекомендовано писати: **топ-**: ..топпозиція; **бліц-**: блицвікторина..; **біт-**: біткафе.