

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені І.І. МЕЧНИКОВА  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

**АЛЕКСЄЄВА НАТАЛЯ МИХАЙЛІВНА**

УДК 811.111'373.2:636.12 (043.5)

**ДИСЕРТАЦІЯ**

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛОМОВНИХ ГІПОНІМІВ  
У МОВІ, МОВЛЕННІ ТА МЕНТАЛЬНОМУ ЛЕКСИКОНІ**

035 – Філологія

03 Гуманітарні науки

Подається на здобуття наукового  
ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,  
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_ Н.М. Алексєєва

Науковий керівник: д. філол. н., професор Карпенко Олена Юріївна

ОДЕСА – 2021

## АНОТАЦІЯ

**Алексєєва Н.М. Особливості функціонування англomовних гіпонімів у мові, мовленні та ментальному лексиконі.** – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 035 – Філологія. – Одеський національний університет імені І. І. Мечникова Міністерства освіти і науки України, Одеса, 2021.

З кожним роком інтерес до процесів номінації зростає і коло ономастичних досліджень невпинно розширюється, охоплюючи все більше нових, раніше недосліджених груп власних назв. У дисертаційній роботі комплексно розглядаються власні назви коней під кутом зору їх функціонування як одиниць мови та мисленнєвих структур. Доводиться, що, незважаючи на статус периферійного онімного розряду, гіпоніми вартують більш предметного аналізу, адже це складне явище, яке охоплює паспортні офіційні та народні неофіційні пропріативи, а процес назвотворчості є трудомістким та потребує значної винахідливості.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в тому, що в роботі уточнено й уніфіковано систему термінопозначень для опису процесу номінації коней; вперше досліджено вплив екстралінгвальних чинників на систему гіпонімів; вперше здійснено лінгвістичний аналіз широкого гіпонімного матеріалу, і, як наслідок, виявлено структурні, семантичні, словотвірні особливості цього класу пропріативів та їх функціональне навантаження; проаналізовано специфіку ментального буття гіпонімів різної природи у ментальному лексиконі носіїв англійської мови.

**Теоретичне значення** дослідження полягає в застосуванні принципово нового когнітивно-дискурсивного підходу до вивчення гіпонімів крізь призму ментальних операцій категоризації та концептуалізації. Результати дослідження є внеском у розвиток вітчизняної та зарубіжної ономастики, адже вони розширюють наукові знання в області зооніміки й гіпоніміки та стимулюють створення нових

зоонічних розвідок, присвячених вивченню процесу номінації тварин як давніх та незмінних супутників людини.

**Практичне значення** дисертації полягає в тому, що результати роботи можуть бути використані в практиці викладання вишівських курсів із загального мовознавства, лексикології сучасної англійської мови, а також у спеціальних курсах психолінгвістики, когнітивної ономастики. Також можливе застосування результатів дослідження студентами та аспірантами для написання кваліфікаційних і дисертаційних робіт.

Робота складається з анотацій українською й англійською мовами, списку опублікованих праць за темою дисертації, змісту, вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаної літератури та додатків. Список використаної літератури становить 237 позицій, з них 69 – іноземними мовами. Повний обсяг дисертації – 300 сторінок, робота містить 32 таблиці та 7 діаграм.

Перший розділ «**Теоретичне підґрунтя дослідження**» присвячено вивченню та систематизації загальних відомостей про зародження, становлення, сучасний стан та об'єкт ономастичних досліджень, висвітлено особливості зоонічного підполя як окремого сектору ономастичного простору, а також окреслено загальну характеристику гіпонімів, їх місце в системі власних назв.

Новітність досліджуваного онімного розряду обумовила необхідність уточнити базові термінозначення, релевантні для оперування у цій сфері наукового пошуку. Для посилення на власні назви коней було запропоновано вживати термін «гіпонім». Для посилення на розділ ономастики, який вивчає функціонування власних назв коней, традиційно вживається термін «гіпоніміка». Було виділено таку складову гіпоніміки, як «гіпонімія» або «гіпонімікон», що охоплює сукупність усіх власних назв коней, які йменуються в індивідуальному порядку.

Другий розділ «**Структурні та функціонально-семантичні особливості гіпонімів**» охоплює структурну, словотвірну, мотиваційну та функціональну класифікації гіпонімів.

У процесі дослідження було виділено такі структурні типи гіпонімів: прості, які поділяються на безафіксні, афіксальні та усічені; складні, які поділяються на власне композити, афіксальні композити та складні скорочення; а також складені, що охоплюють словосполуки, словосполучення, фрази, комбіновані аббревіатури, гіпонімні зсуви та редуplikовані назви. Серед офіційних гіпонімів найуживанішими за структурою є словосполучення (69,6%) та фрази (10,4%), що можна пояснити підвищеною потребою в оказіональному словотворенні. Серед неофіційних гіпонімів абсолютну більшість складають прості гіпоніми – афіксальні (40,6%), безафіксні (37%) та усічені (10,6%), що можна пояснити тенденцією до створення короткої, легкої для вимови та запам'ятовування назви в народному назовництві.

Було встановлено, що система творення гіпонімів є багатогранною та представлена практично усіма можливими способами словотворення, поширеними в сучасній англійській мові. У процесі дослідження було виявлено, що найбільш продуктивним лексико-семантичним шляхом збагачення англомовного гіпонімікону є онімізація апелювальної лексики. Серед словотвірних моделей офіційних та неофіційних гіпонімів було виокремлено афіксацію, складання, скорочення, стягнення та одноосновні назви. Творення офіційних гіпонімів шляхом складання є найпродуктивнішим (88,9%). Найбільш поширеною словотвірною моделлю неофіційних гіпонімів є афіксація (40,6%), поширеними є також одноосновні назви (37%). Гіпоніми формують незамкнений континуум, який постійно оновлюється за рахунок поповнення новими номінативними одиницями.

Окремо розглянуто специфічні способи словотворення, які містять онімне обігрування та обіймають сегментацію, тобто порушення звичної сполучуваності морфем у складі назви, семантичний каламбур, тобто творення назви за принципом подвійної семантики з залученням мовної гри, стилізацію, тобто запозичення традиційної моделі власних назв інших розрядів у творенні гіпонімів, гібридизацію, тобто поєднання різномовних компонентів в одній назві, графон, тобто неформальні скорочення або неправильний правопис компонентів назви, а також анаграми, тобто хаотичні перевпорядкування літер назви, її зворотне

відтворення. Специфічні способи словотворення представляють нову, нетрадиційну палітру словотвірних моделей, надають підвищену експресію назві, слугують результатом індивідуальної мовотворчості.

Аналіз мотиваційної структури офіційного гіпонімікону дозволив встановити, що домінувальні позиції належать номінальній (16,7%), патронімічній (28,6%), меморіальній (11%) та локативній мотивації (7,6%), тобто, окрім довільного підбору назви без конкретного мотиву, в основі мотивування офіційних гіпонімів лежить така сукупність фактів: відношення коня до предків, територіальна приналежність і родинні зв'язки власника, онімне наповнення його пам'яті. Усе розмаїття мотивів у сфері неофіційної номінації зводиться до превалювання номінальних, ситуативних, меморіальних, асоціативних та сутнісних гіпонімів. Було встановлено, що номінативний процес офіційної та неофіційної сфер характеризується спорідненістю мотивів, хоча мотивація офіційних гіпонімів є більш стихійною.

Було також з'ясовано, що офіційні гіпоніми можуть виконувати дванадцять функцій: номінативну, емоційно-експресивну, апелятивно-комунікативну, сугестивну, іміджетворчу, характеристичну, дейктичну, меморіальну, текстотворчу, метамовну, соціальну та культурно-інформативну. Обов'язковими є номінативна, іміджетворча та культурно-інформативна функції, тоді як усі інші є факультативними та реалізуються в різноманітних поєднаннях. Значно менш розгалуженим є функціональний потенціал неофіційних гіпонімів, який зводиться до обов'язкової реалізації у назвах номінативної та вокативної функцій з можливим залученням конотативного компонента у їхню семантичну структуру.

Третій розділ «**Ментальне буття гіпонімів**» базується на дослідженні власних назв коней як когнітивних структур. Доведено, що гіпоніми, як і будь-які інші власні назви, відомі людині, зберігаються у її ментальному лексиконі, тобто сховищі довгострокової пам'яті, у вигляді онімних концептів – комплексів знань про об'єкти номінації, які покликані зберігати, структурувати та передавати онімну інформацію. Два процеси супроводжують входження гіпонімів до ментального лексикону: процес концептуалізації, тобто витворення концепту, та процес

категоризації, тобто введення цього концепту до певного фрейму. Після такої трансформації та перекодування гіпоніми-концепти формують гіпонімний субфрейм як складник ширшої когнітивної категорії – зоонімного фрейму.

Для того, щоб визначити, що саме репрезентує гіпонім у ментальному лексиконі носіїв англійської мови та виявити семантичне наповнення гіпонімів-концептів, було проведено вільний асоціативний експеримент, який полягає в отриманні асоціативних реакцій респондентів, побудові асоціативних полів гіпонімів-стимулів із подальшим кількісним та якісним опрацюванням результатів.

Проведення вільного асоціативного експерименту супроводжувалося додатковим обговоренням з респондентами їхніх стратегій асоціювання з метою збереження об'єктивності, точності та достовірності наукової інтерпретації результатів. У процесі аналізу анкет було виявлено такі специфічні стратегії асоціювання: 1) пролонговані описові та експозиторні асоціації, побудовані як ціле висловлювання; 2) орієнтація на конотативні властивості стимулів, які зумовлюють специфіку реагування; 3) доповнення асоціацій коментарями-роздумами, взятими в дужки; 4) вибір єдиної тематичної лінії асоціювання; 5) надання невербальних реакцій-пиктограм; 6) надання однакової реакції на всі стимули.

Для усіх асоціативів, що повторюються, було вираховано індекс яскравості за формулою Ю. Д. Апресяна, що дозволило виділити більш і менш яскраві, ядерні та периферійні реакції, встановити вагомість кожної реакції в загальній структурі асоціативного поля, міру асоціативної зв'язності реакції зі стимулом.

У ході дослідження було виокремлено три типи гіпонімів: реальні офіційні, тобто, власні назви визначних коней-персоналій реальної дійсності; реальні неофіційні, які обіймають найбільш популярні в країнах англосфери повсякденні, розмовно-побутові наймення коней; віртуальні, тобто назви широковідомих коней-персонажів літературних творів та кінофільмів.

Було також виокремлено дев'ять типів асоціативних реакцій: 1) гіперонімні реакції, які є спробою встановлення класу денотата, якому належить онім-стимул; 2) синонімні реакції, тобто дескрипції, перифрази чи синоніми до оніма-стимулу; 3) квалітативні реакції, які вказують на властивості та прикмети стимулу; 4)

меронімні реакції, які позначають частину чи ціле по відношенню до стимулу; 5) каузативні реакції, які формуються шляхом причинно-наслідкового асоціювання; 6) суміжні реакції, утворені шляхом метафоричного чи метонімічного осмислення стимулу; 7) символічні реакції, які є усталеними концептуальними структурами іншої, ніж зміст стимулу, понятійної сфери; 8) фонетичні реакції, які ґрунтуються на співзвучності оніма з пропонованим асоціатом або на інших різновидах мовної гри; 9) індивідуальні реакції, які неможливо розтлумачити без додаткових пояснень респондента, оскільки асоціативний зв'язок зі стимулом не є прозорим та породжується особистим досвідом індивіда, незрозумілим експериментатору.

Установлено, що високопродуктивними для гіпонімних стимулів є три типи реакцій: синонімні (33,4%), гіперонімні (32,8%) та квалітативні (15,8%). Поширеність гіперонімного асоціювання корелює із загальною тенденцією, однак переважання синонімних та квалітативних асоціатів є особливістю сприйняття гіпонімів носіями англійської мови – гіпонімні стимули багаті на синоніми, дескрипції та перифрази, які яскраво відображають особистісні смисли та досвід респондентів.

Виокремлення ядерних реакцій дозволило встановити, що реальні гіпоніми *Secretariat, War Admiral, California Chrome, Man O' War, Seabiscuit* та *Hoof Hearted*, а також віртуальні гіпоніми *Flicka, Black Beauty, Ginger* та *Spirit* присутні у вигляді окремих концептів у ментальних лексиконах носіїв англійської мови на загальномовному рівні. Вони формують центр загальномовного гіпонімного субфрейму на противагу його периферії (*Cincinnati, Ravel, Charisma, Nelson; Shadowfax, Joey, Bree*). Встановлено, що структура асоціативного поля неофіційних гіпонімів-стимулів є вкрай неоднорідною. Вони характеризуються поліденотатністю та мають неабиякий потенціал та різновекторність у номінуванні тварин.

**Ключові слова:** ономастика, гіпонім, структурні типи гіпонімів, спосіб словотворення, мотивація, функції, ментальний лексикон, онімний концепт, вільний асоціативний експеримент, асоціативна реакція, асоціативне поле.

## ABSTRACT

**Aleksieieva N.M.** Peculiarities of functioning of English hipponyms in language, speech and mental lexicon. – Qualification scientific work published in manuscript form.

PhD thesis for a candidate degree in philology, specialty 035 – Philology. – Odesa National University named after I.I. Mechnikov of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Odesa, 2020.

Every year the interest in the nomination processes grows and the range of onomastic researches is constantly expanding, covering more and more new, previously unexplored groups of proper names. In this PhD thesis the proper names of horses are comprehensively considered from the point of view of their functioning as units of language and mental structures. It turns out that, despite the status of the peripheral onymic category, hipponyms are worth more substantive analysis, because it is a complex phenomenon that covers passport official and folk unofficial names, and the naming process is time consuming and requires considerable ingenuity.

The **scientific novelty** of the work lies in the fact that it clarifies and unifies the system of terms to describe the process of nomination of horses; it is for the first time that the influence of extralingual factors on the system of hipponyms has been studied; a linguistic analysis of a wide hipponymic material has been performed, and, as a result, structural, semantic, word-forming features of this class of onyms and their functional load has been revealed; the specifics of mental existence of hipponyms of different nature in the mental lexicon of English speakers has been analysed.

The **theoretical significance** of the work is due to the new cognitive-discursive approach to the study of hipponyms through the prism of mental operations of categorization and conceptualization. The results of the study are a contribution to the development of national and foreign onomastics, as they expand scientific knowledge in the field of zoonymy and hipponymy and stimulate the initiation of new zoonymic investigations dedicated to the study of the nomination of animals as ancient and unchanging companions of man.



**Practical value** of this dissertation research is determined by the possibility of using the obtained results for teaching university-level courses in general linguistics, English lexicology and special courses in psycholinguistics and cognitive onomastics. The practical findings of the study can also be used for writing qualification and scientific papers.

The thesis consists of annotations in two languages, a list of published works of the author, a table of contents, introduction, three chapters, conclusions, and a list of used sources (the total number of positions is 237, 69 of which are in foreign languages). The total volume of the research is 300 pages, the work contains 32 tables and 7 charts.

The first chapter “**Theoretical basis of the study**” is devoted to the study and systematization of general information about the origin, formation, current state and object of onomastic research, the features of the zoonymic subfield as a separate sector of onomastic space have been highlighted, the general characteristics of hipponyms have been outlined as well as their place in the system of proper names .

The novelty of the studied onymic category has necessitated the clarification of the basic terms relevant to the operation in this area of scientific research. It was suggested that the term «hipponym» be used to refer to the proper names of horses. The term «hipponymy» is traditionally used to refer to the section on onomastics that studies the functioning of proper names of horses. Such component of hipponymy as “hipponymicon” was identified, covering the totality of all proper names of horses, which are named individually.

The second chapter “**Structural and functional-semantic features of hipponyms**” includes structural, word-forming, motivational and functional classification of hipponyms.

In the course of the research the following structural types of hipponyms were distinguished: simple, which are divided into non-affixational, affixational and contracted; complex, which are divided into proper composites, affixational composites and complex abbreviations; compound, which are divided into word combinations, non-verbal phrases, verbal phrases, combined abbreviations, hipponymic shifts and reduplicated names. Among the official hipponyms, the most common structural types

are non-verbal phrases (69.6%) and verbal phrases (10.4%), which can be explained by the increased need for occasional word formation. Among the informal hipponyms, the dominant position is occupied by simple hipponyms – affixational (40,6%), non-affixational (37%) and contracted (10,6%), which can be explained by the tendency in the folk naming to create a short name, easy to pronounce and remember.

It has been stated that the system of formation of hipponyms is multifaceted and is represented by almost all possible ways of word-building, common in modern English. The study found that the most productive lexico-semantic way of enriching the English-language hipponymicon is the onimization of appellative names. The following word-building patterns of official and non-official hipponyms were singled out: affixation, compounding, shortening, blending and names with one root morpheme. The leading word-building pattern used for the formation of official hipponyms is compounding (88,9%). The most common word-building pattern used for the formation of non-official hipponyms is affixation (40,6%), the second place being held by names with one root morpheme (37%). Hipponyms form an open continuum, which is constantly updated by adding new nominative units.

Specific methods of word formation which become a means of onymic play are considered separately and include segmentation, which results in the violation of the usual combination of morphemes in the name, semantic pun or creation of a name on the principle of double semantics with wordplay, stylization, based on borrowing traditional models of proper names of different categories in formation of hipponyms, hybridization, based on the combination of multilingual components in one name, graphon, which is based on informal contractions or incorrect spelling of the components of the name, as well as anagram or chaotic rearrangement of the letters of the name, its inverse reproduction. Specific ways of word formation represent a new, non-traditional palette of word-forming models, give increased expression to the name, serve as a result of individual language creation.

Analysis of the motivational structure of the official hipponymicon allowed to establish that the dominant positions belong to the nominal (16.7%), patronymic (28.6%), memorial (11%) and locative motivation (7.6%), which means that, in addition to random

selection of the name without specific motive, the motivation of official hipponyms is based on the following set of facts: the connection of the horse with the ancestors, the territorial affiliation and family ties of the owner, the onymic filling of his memory. All the variety of motives in the field of non-official nomination is reduced to the prevalence of nominal, situational, memorial, associative and essential hipponyms. It was found that the nominative process of formal and informal spheres is characterized by the affinity of motives, although the motivation of official hipponyms is more spontaneous.

It was also found that official hipponyms can perform twelve functions: nominative, emotional expressive, appellate-communicative, suggestive, image-creating, characteristic, deictic, memorial, text-making, meta-linguistic, social and cultural-informative. Nominative, image-creating and cultural-informative functions are mandatory, while all others are optional and implemented in various combinations. Much less varied is the functional potential of informal hipponyms, which is reduced to the mandatory implementation in the names of nominative and vocative functions with the possible involvement of the connotative component in their semantic structure.

The third chapter “**Mental being of hipponyms**” is based on the study of proper names of horses as cognitive structures. It was proved that hipponyms, like any other proper names known to man, are stored in his mental lexicon, i.e. the repository of long-term memory, in the form of onymic concepts – sets of knowledge about the objects of nomination, which are designed to store, structure and transmit onymic information. Two processes accompany the entry of hipponyms into the mental lexicon: the process of conceptualization, i.e. the creation of a concept, and the process of categorization, i.e. the introduction of this concept into a certain frame. After such a transformation and recoding, hipponym-concepts form a hipponymic subframe as a component of a broader cognitive category – a zoonymic frame.

In order to determine what exactly represents a hipponym in the mental lexicon of native English speakers and to identify the semantic content of hipponyms-concepts, a free associative experiment was conducted, which consists in obtaining associative reactions of respondents, construction of associative fields of hipponymic stimuli and subsequent quantitative and qualitative interpretation of the results.

The free associative experiment was accompanied by additional discussions with respondents about their association strategies in order to preserve the objectivity, accuracy and reliability of the scientific interpretation of the results. The analysis of the questionnaires revealed the following specific association strategies: 1) prolonged descriptive and expositional associations, built as a whole statement; 2) focus on the connotative properties of stimuli that determine the specifics of the response; 3) associations with comments-reflections in parentheses; 4) selection of a single thematic line of association; 5) non-verbal reactions-pictograms; 6) providing the same response to all stimuli.

For all repetitive associates, the brightness index was calculated according to the formula of Yu. D. Apresyan, which allowed to distinguish more and less bright, nuclear and peripheral reactions, to establish the share of each reaction in the general structure of the associative field, the degree of associative connection with the stimulus.

In the course of the study, three types of hipponyms were singled out: real official, which embrace proper names of prominent horses-personalities of the real world; real informal, which embrace the most popular in the countries of the Anglosphere every day, colloquial horse names; virtual, which embrace the names of well-known horses-characters of literary works and movies.

Nine types of associative reactions have also been identified: 1) hyperonymic reactions, which represent an attempt to establish the class of denotation to which the onym-stimulus belongs; 2) synonymic reactions, that is, descriptions, periphrases or synonyms to the onym-stimulus; 3) qualitative reactions, which indicate the properties and characteristics of the stimulus word; 4) meronymic reactions, which denote a part or a whole in relation to the stimulus word; 5) causative reactions, formed by causal association; 6) contiguous reactions, which imply metaphorical or metonymical perception of a stimulus word; 7) symbolic reactions, which are established conceptual structures of a different than the content of the stimulus conceptual sphere; 8) phonetic reactions, which are based on sound similarity with a stimulus word or other types of wordplay; 9) individual reactions, that cannot be interpreted without additional explanations of the respondent, since the associative connection with the stimulus is not

transparent and is generated by the individual's personal experience, incomprehensible to the researcher.

It was found that three types of reactions are dominant for hipponymic stimuli: synonymic (33.4%), hyperonymic (32.8%) and qualitative (15.8%). The prevalence of hyperonymic association correlates with the general trend, but the predominance of synonymic and qualitative associations is a specific feature of the perception of hipponyms by native English speakers – hipponymic stimuli rich in synonyms, descriptions and paraphrases that clearly reflect the personal meanings and experiences of respondents.

The singling out of nuclear reactions revealed that the real hipponyms *Secretariat*, *War Admiral*, *California Chrome*, *Man O 'War*, *Seabiscuit* and *Hoof Hearted*, as well as the virtual hipponyms *Flicka*, *Black Beauty*, *Ginger* and *Spirit* are present as separate concepts in the mental lexicons of English speakers at the common-language level. They form the center of the common-language hipponymic subframe as opposed to its periphery (*Cincinnati*, *Ravel*, *Charisma*, *Nelson*; *Shadowfax*, *Joey*, *Bree*). It is established that the structure of the associative field of informal hipponymic stimuli is extremely inhomogeneous. They are characterized by polydenotation and have considerable potential and diversity in the nomination of animals.

**Key words:** onomastics, hipponym, structural types of hipponyms, word formation method, motivation, functions, mental lexicon, onymic concept, free associative experiment, associative reaction, associative field.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Алексеева Н. М. Особливості функціонування офіційних гіпонімів на позначення скакових коней. *Записки з ономастики*. 2017. № 20. С. 5–17.
2. Алексеева Н. М. Таксономічний аспект дослідження гіпонімів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Вип. 31 (Т. 2). С. 4–7.
3. Алексеева Н. М. Мотиваційна структура офіційного гіпонімікону англійської мови. *Записки з ономастики*. 2018. № 21. С. 5–19.
4. Алексеева Н. М. Структурна типологія гіпонімів. *Мова*. 2018. № 29. С. 61–68.
5. Алексеева Н. М. Англомовні гіпоніми в мовленні. *Мовознавчий вісник*. 2019. Вип. 27. С. 129–134.
6. Алексеева Н. М. Буття англомовних гіпонімів у ментальному лексиконі. *Записки з ономастики*. 2019. № 22. С. 5–18.
7. Алексеева Н. М. Асоціативний потенціал англомовних гіпонімів. *Записки з ономастики*. 2020. № 23. С. 3–30.
8. Алексеева Н. М. Ментальне буття гіпонімів: проведення вільного асоціативного експерименту й основні стратегії асоціювання. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2020. Вип. 31. Т. 1. С. 249–255.
9. Алексеева Н. М. Мотиви вибору власних назв коней країн англосфери. *Сучасні наукові дослідження представників філологічних наук та їхній вплив на розвиток мови та літератури: матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. Львів: Наукова філологічна організація «Логос», 2020. С. 102–104.
10. Алексеева Н. М. Особливості творення та мотивації офіційних гіпонімів. *Одеська лінгвістична школа: кола реконструкцій : колективна монографія*. Одеса: ПолиПринт, 2020. С. 56–68.

11. Алексеєва Н. М. Поліфункціональність офіційних гіпонімів Великої Британії та США. *Abstracts of XII International Scientific and Practical Conference*. Edmonton : International Science Group, 2020. С. 225–227.
12. Алексеєва Н. М. Структура індивідуального гіпонімічного субфрейму. *Theoretical and empirical scientific research: concept and trends: Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*. Oxford, United Kingdom: Oxford Sciences Ltd. & European Scientific Platform, 2020. С. 168–169.
13. Алексеєва Н. М. Структурно-дериваційна специфіка неофіційних гіпонімів англійської мови. *Сучасні студії з романської і германської філології: матеріали міжнародної заочної науково-практичної конференції*. Одеса: Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2020. С. 200–202.
14. Алексеєва Н. М. Функційне навантаження гіпонімів країн англосфери. *Österreichisches Multiscience Journal*. 2020. №27 (Vol. 1). С. 25–29.
15. Aleksieieva N. M. Word-building and motivational features of English official hipponyms. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2019. Вип. 71 (1). С. 235–247.
16. Aleksieieva N. Associative Identification of Proper Names: A Cognitive Approach. *WISDOM*, 2(18), Yerevan, 2021. P. 194–203.

## ЗМІСТ

ЗМІСТ .....	16
ВСТУП.....	17
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	23
1.1. Становлення ономастики як науки та сучасний стан ономастичних досліджень .....	23
1.2. Об'єкт ономастичних досліджень .....	29
1.3. Загальна характеристика зоонімного підполя .....	34
1.4. Місце гіпонімів в онімному просторі англійської мови.....	42
Висновки до Розділу 1 .....	56
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГІПОНІМІВ.....	59
2.1. Структура офіційних та неофіційних гіпонімів.....	59
2.2. Словотвірна специфіка офіційних та неофіційних гіпонімів.....	70
2.3. Мотивація офіційних та неофіційних гіпонімів .....	89
2.4. Функції офіційних та неофіційних гіпонімів .....	106
Висновки до Розділу 2 .....	120
РОЗДІЛ 3. МЕНТАЛЬНЕ БУТТЯ ГІПОНІМІВ.....	124
3.1. Гіпонім як об'єкт дослідження когнітивної ономастики .....	124
3.2. Асоціативне поле реальних офіційних гіпонімів .....	150
3.3. Асоціативне поле реальних неофіційних гіпонімів.....	179
3.4. Асоціативне поле віртуальних гіпонімів .....	201
Висновки до Розділу 3 .....	223
ВИСНОВКИ .....	228
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	238
ДОДАТКИ .....	259



## ВСТУП

Сучасна епоха характеризується різким збільшенням активності процесу номінації. З'являється необхідність систематизувати та класифікувати різні пласти пропріальної лексики задля визначення їх місця у динамічній системі власних назв. У фокус уваги вчених потрапляють не лише центральні розряди онімів, такі як антропоніми, топоніми та ергоніми, а й периферійні, які теж піддаються детальному опрацюванню. Пропоноване дослідження присвячене всебічному вивченню гіпонімів, які є власними назвами усіх коней реальної та віртуальної дійсності, з якими у той чи інший спосіб взаємодіє людина. Як особливий розряд зоонімії, вони тісно пов'язані з культурою людей на різних етапах її формування, а також з особливостями соціокультурних цінностей та норм, що обумовлюють взаємодію людини і коня, історія спільного існування яких сягає своїм корінням глибини віків.

Гіпоніміка є малодослідженою новітньою сферою ономастики, що виявляється в обмеженій кількості розвідок із цієї тематики. Значну увагу проблемам природи та специфіки гіпонімів різних мов присвятили такі дослідники, як Є. М. Варнікова [Варникова 2020], Т. П. Романова [Романова 1988], Т. М. Чібіров [Чиби́ров 2018], Р. Коутс [Coates 2012; Coates 2014], К. Ляйбрінг [Leibring 2016], Дж. Редмондс [Redmonds 2004], А. Рум [Room 1993], Дж. Швердт [Schwerdt 2007] та ін. У науково-теоретичну базу дослідження увійшли також напрацювання із зооніміки О. Л. Кирилюк [Кирилюк 2008], Н. Г. Рядченка [Рядченко 1988], О. В. Салміної [Салмина 2001], М. І. Сюська [Сюсько 2011], П. П. Чучки [Чучка 1964], Я. М. Шебештян [Шебештян 2008], А. Дамель [Dammel 2015a; Dammel 2015b] та ін.; роботи із когнітивної ономастики О. Ю. Карпенко [Карпенко О. Ю. 2006б, 2007в], С. Брендлера [Brendler 2016], Т. Валентайна [Valentine 2002] та ін.; роботи із загальної ономастики Д. Г. Бучка [Бучко 2012; Бучко 2013], О. Ю. Карпенко [Андрее́нко 1992], Н. В. Подольської [Подольская 1988], О. В. Суперанської [Суперанская 1973], М. М. Торчинського [Торчинський 2008; Торчинський 2010], Е. Ханзака [Hansack 2000], В. ван Лангендонка [Langendonck 2007] та ін.; роботи із загальної лінгвістики О. О. Селіванової [Селіванова 2011;

Селіванова 2017], Н. В. Уфимцевої [Уфимцева 2000], Д. Крістала [Crystal 1987], та ін.

**Актуальність** дисертаційної роботи визначається наявністю прогалин у системному дослідженні власних назв коней, а отже й потребою у комплексному та ґрунтовному вивченні особливостей номінаційних процесів у сфері гіпоніміки, як однієї з важливих, але досі малодосліджених ономастичних дисциплін, упорядкуванні її термінології, розширенні та збагаченні знань про гіпоніми шляхом аналізу їх структури, словотвору, мотивації, функцій, асоціативного потенціалу.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертацію виконано в межах планової наукової теми кафедри граматики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова «Когнітивно-дискурсивна категоризація різнорівневих мовних і мовленнєвих явищ у синхронії та діахронії» (державний реєстраційний номер 0113U002692). Тема дисертації затверджена Вченою радою Одеського національного університету імені І. І. Мечникова (протокол № 3 від 28 листопада 2017 року).

**Метою** роботи є визначення лінгвістичної та асоціативної природи гіпонімів у сучасній англійській мові, розробка їх структурної, словотвірної, мотиваційної та функціональної типологій. Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- 1) визначити статус та місце гіпоніма в системі онімного простору англійської мови;
- 2) розкрити структурну специфіку гіпонімів та проаналізувати словотвірні моделі, що характерні для їх творення;
- 3) дослідити мотиваційну типологію гіпонімів та виділити домінантні типи мотивації;
- 4) виокремити основні та опціональні функції гіпонімів у мові та мовленні;
- 5) висвітлити та схарактеризувати структуру асоціативного поля гіпонімів, форми та способи їх функціонування у ментальному лексиконі носіїв англійської мови.

**Об'єктом** дисертаційної праці є власні назви коней як специфічний різновид сучасного англійського зоонімікону, **предметом** – особливості їхнього функціонування у мові, мовленні та ментальному лексиконі носіїв англійської мови.

**Фактичним матеріалом** дослідження послуговували 2710 гіпонімів, з яких 2000 гіпонімів вилучені шляхом суцільного добору з електронного реєстрового списку американського Жокейського клубу, 500 – знайдені на англомовних Інтернет-форумах відповідної тематики, 210 – обрані для аналізу мотивації, а також 6458 асоціативних реакцій, отриманих під час проведення вільного асоціативного експерименту.

Для реалізації мети та поставлених завдань було застосовано комплексну **методику дослідження**, яка полягає у використанні сукупності загальнонаукових, загальнолінгвістичних та спеціальних ономастичних методів та прийомів дослідження: *дедуктивно-індуктивного методу* – для аналізу та синтезу теоретичних концепцій; *deskриптивного методу* – для опису та інтерпретації досліджуваних одиниць; *методів структурного, словотвірного, мотиваційного та функціонального аналізу* – для визначення структури, моделей творення, позамовних мотивів та функціонального навантаження гіпонімів; *методу вільного асоціативного експерименту* – для встановлення асоціативного наповнення гіпонімів; *кількісного методу* з використанням *математичної формули*  $K(AR) = \frac{n-1}{N}$  – для підрахунку та узагальнення отриманих результатів, а також для визначення індексу яскравості асоціативної реакції та встановлення меж ядра і периферії асоціативного поля. Використано також *прийом онлайн-анкетування інформантів*.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в тому, що в роботі уточнено й уніфіковано систему термінопозначень для опису процесу номінації коней; вперше досліджено вплив екстралінгвальних чинників на систему гіпонімів; вперше здійснено лінгвістичний аналіз широкого гіпонімного матеріалу, і, як наслідок, виявлено структурні, семантичні, словотвірні особливості цього класу

пропріативів та їх функціональне навантаження; проаналізовано специфіку ментального буття гіпонімів різної природи у ментальному лексиконі носіїв англійської мови.

**Теоретичне значення** дослідження полягає в застосуванні принципово нового когнітивно-дискурсивного підходу до вивчення гіпонімів крізь призму ментальних операцій категоризації та концептуалізації. Результати дослідження є внеском у розвиток вітчизняної та зарубіжної ономастики, адже вони розширюють наукові знання в області зооніміки й гіпоніміки та стимулюють створення нових зоонімних розвідок, присвячених вивченню процесу номінації свійських тварин як давніх та незмінних супутників людини.

**Практичне значення** дисертації полягає в тому, що результати роботи можуть бути використані в практиці викладання вишівських курсів із загального мовознавства, лексикології сучасної англійської мови, а також у спеціальних курсах психолінгвістики, когнітивної ономастики. Також можливе застосування результатів дослідження студентами та аспірантами для написання кваліфікаційних робіт.

**Апробацію** результатів дослідження здійснено на 13 наукових та науково-практичних конференціях, з яких *дев'ять* є міжнародними: Міжнародна наукова конференція «Мова в різних лінгвокультурних просторах» (Україна, Одеса, 2018), Шості міжнародні наукові читання пам'яті члена-кореспондента НАН України Ю. О. Карпенка (Україна, Одеса, 2019), Міжнародна наукова конференція «Гуманітарний простір міста і регіону» (Україна, Одеса, 2019), XVIII Міжнародна ономастична конференція (Україна, Львів, 2019), XII Міжнародна науково-практична конференція «Impact of modernity on science and practice» (Канада, Едмонтон, 2020), Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні наукові дослідження представників філологічних наук та їхній вплив на розвиток мови та літератури» (Україна, Львів, 2020), Міжнародна науково-практична конференція (із заочною участю) «Сучасні студії з романської і германської філології» (Україна, Одеса, 2020), Міжнародна науково-практична конференція «Theoretical and empirical scientific research: concept and trends» (Велика Британія, Оксфорд,

2020), Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Проблеми філології: історія та сучасність» (Україна, Хмельницький, 2021), Міжнародна науково-практична конференція «Міжкультурні комунікації в галузі освіти» (Україна, Хмельницький, 2021), а також 72-а, 73-я, 74-а наукові конференції професорсько-викладацького складу й наукових працівників ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна, Одеса, 2017-2019).

**Публікації.** Результати дослідження оприлюднено в 16 одноосібних публікаціях, з яких 8 статей, надрукованих у фахових виданнях України, 9 – у реферованих виданнях, 1 – у закордонному виданні, проіндексованому в базах даних Web of Science та Scopus, 1 – у закордонному періодичному виданні, 1 – у колективній монографії, 4 – тези доповідей на наукових конференціях.

**Структура роботи.** Загальний обсяг роботи становить 314 сторінки, із них 237 сторінок основного тексту. Дисертація складається з анотацій українською й англійською мовами, списку опублікованих праць автора, змісту, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Робота містить 32 таблиці та 7 діаграм. Список використаної літератури становить 237 позицій, з них 69 – іноземними мовами. Додатки містять список аналізованих офіційних та неофіційних гіпонімів, статті асоціативного словника, а також публікації за темою дисертації та відомості про апробацію.

У вступі сформульовані мета та завдання дисертаційної роботи, схарактеризовано об'єкт, предмет і матеріал дослідження, надано перелік методів, використаних у роботі, а також висвітлено актуальність, наукову новизну, теоретичне значення, практичну цінність, апробацію та загальну структуру роботи.

У першому розділі надано загальні відомості про зародження, становлення, сучасний стан та об'єкт ономастичних досліджень, висвітлено особливості зоонімного підполя як окремого сектору ономастичного простору, а також окреслено загальну характеристику гіпонімів, їх місце в системі власних назв.

У другому розділі запропоновано структурну, словотвірну, мотиваційну та функціональну класифікації гіпонімів різних сфер побутування з відповідними кількісними параметрами та інтерпретацією отриманих результатів.

У третьому розділі здійснено аналіз ментального буття реальних та віртуальних гіпонімів, досліджено структуру та наповнення їхнього асоціативного поля у ментальному лексиконі носіїв англійської мови.

У висновках підсумовано результати дослідження.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДґРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

### 1.1. Становлення ономастики як науки та сучасний стан ономастичних досліджень

Слово завжди супроводжувало людину на шляху пізнання ним Всесвіту. Всім своїм відкриттям та перемогам, важливим суб'єктам та об'єктам людина давала ім'я. Власних назв у лексичній системі будь-якої мови на декілька порядків більше ніж загальних. У процесі їх активного накопичення та використання з'явилася потреба у дослідженні та науковому осмисленні цього лінгвістичного явища.

Зародки ономастики було виявлено ще у давньоєгипетських ієрогліфах в епоху середнього та пізнього неоліту. П'ять-шість тисяч років тому власні назви богів та фараонів, записані на папірусі, виділяли червоним кольором та обрамляли в картуш (спеціальний округлий контур), тим самим надаючи їм особливого статусу серед інших слів. Багато так званих примітивних культур трактували ім'я як важливу частину особистості носія, як-от волосся, нігті, або інші частини тіла. Розкрити своє ім'я незнайомцю – означало ризикувати, що той використає магію через це ім'я. У Єгипетській міфології, в перші роки світової історії боги навіть не розкривали свої імена один одному. *Ра*, бог сонця, завзято захищав свої імена, і, як і інші боги, мав їх стільки, що використовував кожен день нове.

Пізніше увагу людей привернули й інші типи власних назв. Зокрема, у Стародавній Греції були створені перші списки імен, які перераховували і пояснювали, головним чином, назви місць та користувалися великою популярністю. Зв'язок між іменем та реччю залишався об'єктом філософського інтересу протягом довгого часу. У своєму діалозі «Кратил» Платон виклав ряд нагальних проблем, які продовжують обговорюватися й донині [Платон 1993].

В епоху Середньовіччя не вщухали дебати між номіналістами та реалістами з приводу денотативної здатності мови та зв'язку власних і загальних назв. Прибічники матеріалістичного підходу стверджували, що, оскільки слів для йменування було небагато, а кількість речей, що потребували назви, неупинно

збільшувалась, то спочатку всі речі мали лише власні назви, які пізніше, на основі схожості об'єктів, трансформувалися у загальні. Однак, сучасна лінгвістична думка спростувала цю ідею, надаючи перевагу більш раціональній теорії реалістів, згідно з якою, у будь-якій мові появі власних назв передувала поява загальних. Ідея значущості власного імені і, в то й же час довільність назв загальних знайшла своє відображення і в літературі. Одним з яскравих прикладів є відомі кожному рядки із п'єси В. Шекспіра, де Джульєтта риторично запитує: «Ромео! О, навіщо ти Ромео? Зміни своє ім'я, зречися батька». І одразу: «Та що ім'я? Назви хоч як троянду, не зміниться в ній аромат солодкий!» [Шекспір 1986]. Споконвіку, власне ім'я не тільки свідчило про родову приналежність людини, але засвідчувало місце його сім'ї серед інших, стверджувало його статус у суспільстві.

У XVII столітті філософ Т. Гоббс розмірковував з приводу того, за якими параметрами можна розділити всю сукупність імен, та врешті решт виокремив імена з «константним, або обмеженим значенням», тобто «індивідуальні імена, які стосуються однієї речі» (наприклад *Гомер*) [Суперанская 1973: 52].

Проблеми виявлення сутності імен знайшли відтворення в ідеях англійського логіка XIX століття Джона Стюарта Мілля. Його головна наукова праця була опублікована у 1865-му році і містила роздуми про відмінні риси власних та загальних назв. Порівнюючи їх, автор доводив, що власні назви не мають значення, адже вони «нічого не конотують» [Mill 2011: 37], тобто не можуть бути пояснені, адже не несуть інформації про об'єкт. Автор запропонував порівняти власну назву з хрестиком, яким розбійник відмітив дом Алі Баби, утверджуючи статус імені як «мітки» – пустої рамки, яка слугує виділенню об'єкта в ряді подібних, однак не передає жодних його властивостей [там само]. Пізніше цей приклад став класичним, а ідеї видатного науковця – фундаментом для подальших розвідок з теорії ономастики [Лосев 1990; Флоренский 1993].

В. Н. Бондалетов у 1983 році відмітив декілька основних етапів розвитку європейської ономастичної науки, відштовхуючись від кола інтересів науковців на кожному з них. «Донауковий період» закінчується на початку XIX-го століття і цілком присвячений проблемі розмежування власних та загальних назв. У кінці



XIX – на поч. XX-го століть широко використовується порівняльно-історичний метод для пояснення виникнення окремих розрядів онімів, що стає проміжним етапом становлення ономастики як науки. Цей етап характеризується великою кількістю «аматорських етимологій». На думку дослідника, наукового статусу ономастика набула у 20-х роках XX-го століття з усвідомленням онімного матеріалу як особливого розряду мови, наряду з лексикою, фонетикою, морфологією тощо. [Бондалетов 2016: 36-37]

Десять років потому, зовсім іншу історичну парадигму розвитку ономастики пропонує А. М. Зубко і називає XI ст. – середину XIX ст. періодом створення перших словників власних назв та проведення перших наукових розвідок із зазначеної проблематики. Початок академічних філологічних досліджень з ономастики (друга половина XIX ст. – перша половина XX ст.) та їх успішне проведення філологами та спеціалістами-істориками (друга половина XX ст. – початок XXI ст.) стали другим і третім етапом становлення ономастики як окремого розділу мовознавства [Зубко 2007: 264]. Такі різні періодизації є наслідком індивідуального осмислення процесу становлення ономастики окремими вченими з виділенням тих чи інших знакових поворотів наукового пошуку.

У сучасних мовознавчих колах все ж прийнято вважати, що поява самостійної лінгвістичної галузі датується 1930 р. з проведенням I-го Міжнародного ономастичного конгресу. У 1949 р. в Бельгії створено Міжнародний ономастичний комітет при ЮНЕСКО [The International Council of Onomastic Sciences], що видає журнал «Onoma» (з 1950), у якому публікується бібліографія з ономастики [Ярцева 1998: 346-347].

Отже, поступово оніми все більше цікавили науковців з лінгвістичної, а не суспільно-пізнавальної точки зору. Реалізована у ґрунтовних працях філософів і логіків проблема сутності власних назв прийшла до лінгвістів у цілому комплексі суперечливих положень, які чекали на своє вирішення. XX століття ознаменувалося створенням фундаментальних загальнотеоретичних праць В. В. Німчука [Німчук 1966], Д. І. Руденка [Руденко 1990; Руденко 1993], О. В. Суперанської [Суперанская 1973], де послідовно розглядаються особливості

онімної номінації, етимології та системності, виявляються специфічні риси, які впливають на методику вивчення власних назв різних типів. Системний підхід до вивчення власних назв у 50 – 90-х роках ХХ-го століття допоміг краще зрозуміти їх внутрішню організацію, структурувати іменослови різних народів та вивести закономірності їх функціонування.

У 1972 році опублікована монографія А. О. Білецького «Лексикологія та теорія мовознавства (Ономастика)» [Белецкий 1972], в якій автор описує можливі методики дослідження розмаїття лексичного матеріалу, що складається з власних назв та найменувань, порівнює їх з номенклатурними позначеннями та виділяє проміжні (переходні) групи слів-назв.

Становленню типології онімів присвячено ряд наукових праць, серед яких важливою віхою стала монографія О. В. Суперанської [Суперанская 1973], у якій детальному аналізу піддається більшість виконаних раніше класифікацій, виокремлено закономірності комплексного групування власних назв на основі різноаспектних критеріїв, описано чимало груп та підгруп різних розрядів пропріальної лексики. Відсутність пропріативів у стандартних словниках (яка лише підтверджує їх особливий статус) сприяє укладенню спеціальних ономастичних.

Перший систематизований перелік слов'янських ономастичних термінів представлений у праці «Основна система і термінологія слов'янської ономастики» [Основная система и терминология славянской ономастики 1983]. Значення цієї лексикографічної праці для становлення теорії пропріативів важко переоцінити. Не менш важливим здобутком у царині теорії ономастики вважаємо створений у 1978 році «Словник російської ономастичної термінології» Н. В. Подольської, у якому ономастика характеризується, як «розділ мовознавства, що вивчає будь-які власні назви» [Подольская 1988: 96]. Це твердження засвідчує, що об'єктом ономастичних досліджень є власні назви, наявні із самого початку у словниковому складі певної мови, або ж запозичені з інших мов. О. В. Суперанська зазначає, що ономастика досліджує «основні закономірності історії, розвитку та функціонування власних назв» [Суперанская 1973: 7]. Для позначення самих власних назв використовується термін **онім**.

Слушним та більш розгорнутим є визначення О. О. Селіванової, за яким ономастика розглядається як розділ лінгвістики, який досліджує власні назви невідривно від певного аспекту їх аналізу – географічного, лексикографічного, лексикологічного, текстового, логічного, психологічного, семіотичного, когнітивного чи соціологічного. На увагу заслуговує і заявлена класифікація залежно від методики дослідження, за якою розрізняють поетичну, прикладну та регіональну ономастику [Селіванова 2010: 517].

Початок ХХІ ст. ознаменувався публікацією низки значущих загальнотеоретичних праць з ономастики [Бучко 2012; Бучко 2013; Торчинський 2008; Торчинський 2009 та ін.], а також появою нового вектору ономастичних досліджень, а саме – когнітивного. На стику когнітології та ономастики народжується нова наука – когнітивна ономастика. Цей напрямок було започатковано у 2006 році спочатку в монографії [Карпенко О. Ю. 2006б], а потім й у докторській дисертації О. Ю. Карпенко «Когнітивна ономастика як напрямок пізнання власних назв» [Карпенко О. Ю. 2007в], де серед іншого висновується: «Якщо ономастика пізнає власні назви, то когнітивна ономастика з'ясовує, як це пізнання реалізується, якими є механізми пізнання власних назв» [там само: 359]. Існуючі ономастичні здобутки викладаються та доповнюються відповідно до принципів когнітивної наукової парадигми, яка є однією з домінуючих у сучасному мовознавстві.

У 2016 р. виходить друком перша хрестоматія з теорії питання [Cognitive Onomastics], в яку увійшли статті десяти провідних ономатологів з Австрії, Угорщини, Німеччини, Польщі та Фінляндії за період 2004-2014 рр. Так, наразі відбувається значна трансформація традиційних ономастичних студій, що пов'язано з утвердженням наукового статусу молодшої науки – когнітивної ономастики.

Загалом відмічаємо, що сучасна епоха характеризується різким збільшенням активності процесу номінації. Тому, у час своєрідного «номінативного напруження» визначення місця власних назв у системі мови, а також встановлення відношення ономастика / лінгвістика стало важливим завданням науковців і, на

нашу думку, потребує не менш глибокого аналізу, ніж різноманітні спроби їх категоризації та систематизації, які варіюються у різних мовах.

Як зазначає О. В. Суперанська, «на перший погляд, це відношення може бути охарактеризовано як відношення частини до цілого. Лінгвістика як широко розвинута наука про мову досліджує своїми методами й онімний матеріал» [Суперанская 1973: 7]. Безумовно, ономастика – частина лінгвістики, однак така, що виходить далеко за межі кола лінгвістичних інтересів.

Загальновизнаною в науці є теза про те, що ціле не можна звести до механічної суми його частин, а звідси, властивості цілого не зводяться до суми властивостей його компонентів. Відтак ономастичні дослідження не зводяться суто до розгляду специфічно оформлених мовних одиниць в їх лінгвістичному ракурсі. Виокремлення власних назв неможливе без залучення компонентів тієї дисципліни, до ведення якої належать іменовані об'єкти. Для лінгвістичного аналізу онімного матеріалу необхідним є виявлення ряду екстралінгвальних факторів, які впливатимуть на положення онімів в тому чи іншому ономастиконі. Екстралінгвальний компонент стає обов'язковим для ономастики та спричиняє її частковий вихід за межі лінгвістики. Оперування власними назвами акумулює наші знання різних екстралінгвальних даних, наш життєвий досвід. Окрім того, система понять ономастики та її методологічні засади можуть бути використані у різних сферах наукової діяльності, де об'єктом дослідження стають власні назви, як-от: географія, історія, етнографія, література, астрономія, когнітивістика.

Отже, ономастичні студії мають досить широке поле наукових пошуків, де власні назви стають об'єктом досліджень різних сфер знань. Однак, необхідно зазначити, що, оскільки ономастика кожної країни та території у ряді загальних проблем, висуває ще й індивідуальні питання, похідні від специфіки місцевих умов, у різних країнах теоретичні ономастичні дослідження мають свій індивідуальний характер.

Серед сучасних європейських ономастичних студій особливе місце за вагомістю, безперечно, посідає усебічне міждисциплінарне дослідження В. ван Лангендонка «Theory and typology of proper names», у якому автор

підкреслює необхідність саме лінгвістичного підходу до проблеми, адже «теоретичні лінгвісти схильні розглядати власні назви як бідну двоюрідну сестру інших граматичних категорій» [Langendonck 2007: 2]. Причини виникнення такого, на наш погляд, дотепного твердження вважаємо пов'язаними з відносно незначною кількістю ґрунтовних лінгвістичних праць, присвячених теорії ономастики у ХХІ-му столітті. Так, монографія В. ван Лангендонка має на меті заповнити лакуну в дослідженні пропріативів, яка виникла після публікації у 1973 році комплексної праці Дж. Алджео «On defining proper name» [Algeo 1973].

Мовознавці та ономатологи мають усвідомлювати той факт, що власні назви – це слова, які в першу чергу заслуговують на лінгвістичну увагу, бо ж власних назв, як зазначає О. Ю. Карпенко, у світі на чотири чи п'ять порядків більше порівняно із загальними [Карпенко О. Ю. 2006б: 7]. Розширення фронту спеціальних ономастичних досліджень у ХХ ст. та залучення нового наукового матеріалу визначає особливий статус пропріативів, а їх особлива специфіка та відмінність від назв загальних зумовлює появу не тільки окремого лінгвістичного розділу – ономастики, а й окремої науки, сурядної з мовознавством.

## 1.2. Об'єкт ономастичних досліджень

Провідну роль у розумінні сутності пропріальних одиниць відіграв Ф. де Соссюр, хоча власне ономастикою науковець ніколи не займався. Принцип «довільності», пов'язаний з його іменем і покладений в основу сучасної лінгвістики, є фундаментальним й на шляху осмислення сутності онімів. Згідно з концепцією дослідника, оніми визначаються як довільні, випадкові, хоча і не позбавлені мотиваційних ознак, лексичні одиниці. Принцип системності мови, запропонований науковцем, супроводжує кожен онім у процесі його виникнення, закріплення у словниковому складі та функціонування у мовленні, що дозволяє розглядати системний підхід до вивчення пропріальних одиниць як «необхідну та обов'язкову умову для сучасного дослідження мовних явищ» [Шестакова 2015: 232]. Усі наведені вище твердження справедливі як для власних, так і для загальних

назв. Тоді у чому ж неповторність та відмінність пропріальної лексики, що виводить ономастику в розряд «чистих» наук?

Спостереження пропріативів та аналіз їх суттєвих характеристик, встановлених протягом тривалого часу (понад дві тисячі років), дозволяє виявити та осмислити їхні диференційні особливості, які підкреслюють специфічність цього лексико-граматичного класу слів, і сформулювати його дефініцію. Так, у лінгвістиці існує стійке визначення власної назви, яке варіюється лише у зв'язку зі спробами вчених висвітлити багатоаспектність пропріативів з різних ракурсів та у різних наукових парадигмах. Класичним вважаємо узагальнене визначення **власної назви**, запропоноване О. В. Суперанською, у якому дослідниця трактує пропріатив як «індивідуальне позначення, надане об'єкту, який має, крім цього, загальні (родові, видові, підвидові, а іноді ще й сортові) найменування» [Суперанская 1973: 324]. На перше місце дослідниця ставить процес мовної індивідуалізації, результатом якого є утворення власних назв, у протиположності процесу узагальнення, який формує назви загальні.

Для проведення демаркаційної лінії між двома класами імен, О. В. Суперанська зазначає, що об'єкт іменування власних назв завжди «чітко окреслений» та «відмежований» від усіх інших, натомість загальні назви сприяють тому, що ми починаємо думати про групу предметів як про сукупність [там само].

Загальні назви представляють клас предметів, реальних чи уявних, і їх можна віднести до будь-якої речі з безлічі подібних. Власна ж назва такими властивостями не володіє і може бути застосована лише до одного предмету, який має бути унікальним та неповторним за своїми властивостями. Навіть якщо багато індивідів зветься одним ім'ям, їм не обов'язково мати спільні властивості, як це необхідно загальним назвам, які даються класу предметів на підставі загальних ознак.

В оніміконі кожної мови існують традиційні популярні імена. Для англійців, наприклад, такими будуть *Mary, Anna, Elizabeth, John, Thomas, William* та багато інших. Висока міра концентрації таких імен ставить під сумнів статус оніма як власного індивідуалізуючого знаку. О. В. Суперанська стверджує, однак, що «кількість повторюваних імен не впливає на їх якість. Скільки б ім'я не

повторювалось стосовно різних індивідів, статус його як імені зберігається, адже його знакова закріпленість залишається індивідуальною» [Суперанская 1973: 97]. Отже, в кожному окремому випадку ім'я закріплюється особливою домовленістю колективу, згідно з якою воно (хоч і може належати іншим) пов'язується з конкретною людиною. Коли ж акт номінації відбувся, у процесі комунікації це ім'я «обростає» різними значеннями – передбачає певні атрибути, чи характеристики, властиві його носію.

З огляду на ці положення, А. О. Пашкевич називає власні назви «категорією слів, спеціалізованих у функції репрезентації» і зазначає, що вони є «знаковим представником (замінником, субститутом) певної речі у висловлюванні» [Пашкевич 2006: 61]. Згідно з цим положенням, загальні назви тим принципово відмінні від власних, що вони не просто репрезентують, а й описують позначувану річ, вказуючи на її певні ознаки. Відсутність безпосереднього зв'язку з поняттям, а звідси й чіткої та однозначної конотації, робить власні назви категорією інтелектуальною. Тільки наші знання властивостей чи характеристик певного об'єкта йменування або індивіду формують значення самого імені.

Якщо на двох різних аркушах записати загальні та власні назви, то на першому буде весь відомий нам словниковий склад мови – віртуальна скарбниця з тисяч загальних назв, яку людина поповнює впродовж всього свого життя. Кожного разу, використовуючи слово з першого аркушу, людина керується єдиною незмінною соціальною умовою, згідно з якою, слово наділене однаковою для усього мовного колективу змістом. Т. Гаске у своїй публічній лекції, яка пізніше увійшла в його збірку під назвою «The Power of Naming», наводить цікаві рядки з класичної англійської дитячої казки Л. Керрола «Аліса в Задзеркаллі»: «Коли я використовую слово, [...] воно значить тільки те, що я хочу – не більше не менше» [Gasque 2000]. Комічний ефект цієї фрази досягається саме завдяки розумінню, що «усталений» зміст є невід'ємною складовою слова. Сукупність слів, що належать певній мові, називають її лексиконом і кожне з них має свої правила вживання.

На другому аркуші складемо список імен, що співвідносяться не з поняттями (лексичними або фразеологічними висловами) цієї мови, а с дискретними

об'єктами дійсності, як реальними, так і уявними. Ономатологи назвуть їх сукупність **ономастикомом**. Специфіка власних назв зумовлюється їх розмаїтими зв'язками з ідентифікованими реаліями, які А. О. Білецький назвав «просторово-часовим чи історико-географічним контекстом» [Белецкий 1972: 55], доповнюючи, що ці зв'язки можуть стосуватися як далекого минулого, так і сьогодення, однак саме вони привертають увагу вчених до вивчення власних назв.

При першій же спробі порівняти слова двох аркушів виявиться, що слова лексикону передають значення, а слова ономастикону – референцію. Ми не потребуємо, щоб імена мали закріплене значення, адже, в той час як вживання загальної мови завжди передбачає оперування змістом, вибір власної назви не залежить від її змісту і зумовлюється тим, що вона позначає.

Саме тому значна частина ономастичних студій присвячена дослідженню принципів структурування онімів, їх типологічному об'єднанню в певні класи та групи, тобто систематизації власних назв за характером іменованих об'єктів, яка в ономастичній науці отримала назву денотатно-номінативного класифікування [Торчинський 2008: 112-179].

Найостанніша спроба денотатно-номінативної класифікації власних назв належить М. М. Торчинському, який виокремлює в онімному просторі поля, підполя, сектори, підсектори, сегменти, підсегменти, елементи та піделементи. Найбільш об'ємними частинами онімного простору є онімні поля, які охоплюють всі інші структурні одиниці нижчого рівня і представлені шістьма категоріями [там само: 128-129]:

- **вітоніми** – назви об'єктів живої природи;
- **топоніми** – назви географічних об'єктів;
- **космоніми** – назви космічних об'єктів;
- **прагматоніми** – назви об'єктів, пов'язаних із матеріальною сферою діяльності людини;
- **ідеоніми** – назви об'єктів, пов'язаних із нематеріальною сферою діяльності людини;
- **ергоніми** – назви об'єднань людей.



Коли ми розглядаємо онімний простір окремої країни чи народу, то не можемо не констатувати відносний характер його меж, адже типи об'єктів, що підлягають номінації, не є усталеними і варіюються залежно від соціокультурних особливостей різних країн, а також розвитку самої науки про власні назви.

Ономастика останніх десятиріч характеризується тенденцією до стрімкого розширення обсягу об'єкта дослідження, що проявляється у появі низки наукових робіт, присвячених розробці конкретних питань щодо малодосліджених та зовсім недосліджених онімних класів, результатом чого є публікація монографій за підсумками досліджень, а також представлення новітніх розробок на наукових конференціях з ономастики. На стрімке розширення репертуару об'єктів ономастичних досліджень вказують дослідники сучасних ономастичних студій [Колесник 2019: 214-215; Купчинська 2019: 25; Лучик 2009: 144-146 та ін.].

IV Міжнародна ономастична конференція (Бая-Маре, 2017) містила окрему секцію «Сакральне і профанне в ономастиці», вектор наукових пошуків якої відображає зростаючу зацікавленість ономатологів у соціально-культурному вимірі процесу номінації. Презентувалися ономастичні студії щодо багатьох розрядів та підгруп онімів, зокрема, новітні дослідження агіонімів (імен святих) та агіотопонімів (назви священних місць) – розрядів, які ще досі не набули окремого статусу в українському мовознавстві [Vicario].

З'являються також ґрунтовні комплексні дослідження, присвячені ряду онімних розрядів, об'єднаних спільною тематикою. Прикладом може слугувати монографія польського вченого П. Томасика [Tomasik 2016], присвячена аналізу різних онімних розрядів, пов'язаних з діяльністю залізниці: антропонімів, зоонімів, топонімів, хрематонімів, порейонімів.

Саме наявність маловивчених класів онімів, а також впровадження нових підходів до вивчення власних назв визначають динамізм, характерний для ономастичних досліджень останніх десятиліть.

### 1.3. Загальна характеристика зоонімного підполя

Цей розділ присвячений опису окремого онімного сектора – зоонімії. Зоонімна лексика є однією з мікросистем мови, яка відображає специфіку світосприйняття особи, маніфестує усвідомлену, а часом і суб'єктивну об'єктивізацію зовнішнього світу. Зооніми входять до складу багатьох фразеологізмів, в них закодована матеріальна і духовна культура, традиції та вірування, фантазія та історія певного етносу. Звернення до подібного роду мовних одиниць дає можливість збагатити уявлення так званої «онімної картини світу», що актуально для сучасної когнітивної лінгвістики.

Д. Крістал виділяє чотири найбільш виразні категорії для номінації – люди, місця, тварини та дома. Використовуючи okazionalizm *nameability*, тобто «здатність до називання», науковець представляє уявну шкалу, за якою номінація тварин займає третю позицію [Crystal 1995: 154]. Справді, зооніміка, порівняно з антропонімікою, топонімікою та декількома іншими розрядами онімної лексики, займає периферійне положення і залишається найменш дослідженою галуззю ономастики.

У 30-х – 40-х рр. ХХ ст. вивчення імен тварин в радянських країнах, можна сказати, ще не починалася, хоча саме в цей час ономастика утвердилася як фундаментальна наука. За кордоном вже були роботи про клички коней, корів, собак, кішок і навіть окремих птахів, риб та комах, наукове значення більшості з яких, було мізерним.

На Другій московській ономастичній конференції П. Т. Поротников вказує на зооніміку як «найменш досліджений пласт побутової лексики», а Л. М. Щетинін зазначає: «Сучасна зоонімія, незважаючи на наявність ряду стійких національних і інтернаціональних традицій, залишається відкритою онімною системою. У цю сферу широко залучається національна лексика, мотивація імен різноманітна, динаміка інтенсивна. Може бути виділено багато етимологічних шарів» [МОК II]. Дослідження зоонімікону сприяють розумінню як історії розвитку мови в цілому, так і окремих її класів [Суперанская 2009: 28].

Досить багатою є традиція дослідження зоонімів перш за все в українській науці. Серед українських ономатологів дослідженню місця зоонімів в онімній класифікації присвячені праці М. І. Сюська [Сюсько 1985; Сюсько 1988; Сюсько 1989], З. І. Волосевич [Волосевич 1995] та ін.

Разом із тим, з'являється ряд вузьконаправлених робіт, які системно досліджують народний зоонімікон певної території. Зокрема, праця П. Т. Поротникова [Поротников 1972] є, по суті, першою спробою комплексного опрацювання російського зоонімікону (вивчено 3685 найменувань тварин різних видів). О. В. Салміна зібрала та опублікувала у своїй праці багатий зоонімний матеріал Самарської області [Салміна 2001], а С. Вархол дослідив значення зоонімів в дослідженні проблем етногенезу слов'ян [Вархол 2001].

Онімну специфіку найменувань тварин Закарпаття було розглянуто у роботах П. П. Чучки [Чучка 1964; Чучка 1971], а також у фундаментальному дослідженні М. І. Сюська [Сюсько 2004]. Фактичним матеріалом для останнього послуговували зооніми із 118 сел України, зібрані впродовж 6 років. Перший (і найбільший) розділ монографії присвячений лексико-семантичному аналізу сучасного українського зоонімікону. Способи номінації тварин на території Кіровоградщини дослідила С. С. Флорінська [Флорінська 2017]. Одним з укладачів першого українського словника зоонімів є Г. Л. Аркушин. Охоплення найменувань словника досить різнопланове і містить фіксацію назв волів, корів, коней, кіз, кроликів, собак, баранів, свиней, котів та птахів [Словник зоонімів північно-західної України 2016].

Протягом останніх десятиліть деякі ономатологи виявили зацікавленість вивченням мотивації зоонімів, вбачаючи специфіку зоонімної номінації саме в доборі мотиваційних ознак для найменування тварини. Зокрема, С. Вархол аналізує та систематизує протягом 40 років понад 120 000 одиниць зоонімної лексики, зібраної на територіях проживання слов'янських народів, та створює п'ятитомний словник під назвою «Етимологічно-мотиваційний словник слов'янської народної зоонімії» [Warchoł 2007-2016]. Власні назви коней, особливості яких буде розглянуто у наступному підрозділі, включені до першого тому словника і супроводжуються мотиваційними коментарями інформантів.

Свій внесок у дослідження українського зоонімікону зробила К. Д. Долбіна, присвятивши окрему статтю аналізу його мотиваційної структури [Долбіна 2013]. Т. В. Шмельова дослідила мотивацію зоонімів і відповіла на три питання, які, на її думку, найбільш цікаві відносно усіх видів зоонімів: чим мотивуються клички, звідки черпаються лексичні ресурси і яка мовна техніка при цьому використовується [Шмелева 2013: 56-60].

Наприкінці ХХ ст. ономатологи виокремлюють як об'єкт свого дослідження співставне вивчення окремих розрядів власних назв обґрунтовуючи схожість сучасних онімних категорій. Порівняльному аналізу зоонімів та фітонімів присвячене дисертаційне дослідження Ю. Г. Завалишиної [Завалишина 1998], а також стаття А. В. Моргун [Моргун 1990]. Описуючи російську зоонімію, ономатологи досліджують її подібність з антропонімами. Цій темі присвячена стаття Є. М. Варнікової, де розглядаються основні особливості та відмінності між російськими зоонімами та антропонімами на лексико-семантичному, структурно-граматичному та функціональному рівнях [Варникова 2011]. В. М. Топтун дає короткий порівняльний аналіз антропонімів та зоонімів, описує взаємозв'язки двох онімних класів в українських говорах Чернігівщини [Топтун 2010].

Способи функціонування найменувань тварин у художніх творах розглянуто в працях Я. М. Шебештян [Шебештян 2000; Шебештян 2008], Г. В. Шотової-Ніколенко [Шотова-Ніколенко 2005] та ін.

У 2015 році з'являється двотомна колективна монографія німецьких вчених «Tiernamen – Zoonyme» [Dammel 2015a; Dammel 2015b], присвячена темі номінації тварин, що об'єднує перспективи лінгвістичної ономастики та соціокультурних дисциплін. Автори роблять спробу відповісти на ряд магістральних питань сучасної зооніміки, зокрема: що свідчить найменування тварин про відносини між людьми та тваринами; за яких умов взагалі даються імена; чи зміна відносин між людьми та тваринами, яка пов'язана, наприклад, з промисловим тваринництвом, також призводить до змін у методах найменування тощо.

Отже, наявність великої кількості наукових праць свідчить про те, що цей вид власних назв чітко сформувався як окремий клас онімної лексики і заслуговує

подальшого вивчення. В. М. Топтун, характеризуючи зоонімну лексику, зазначив, що «зоонімія – не хаотична безліч і не окремо розрізнені факти, а цілісні взаємопов’язані між собою групи, які при перевірці виявляють такий зв’язок, що зумовлює їх системний опис» [Топтун 2010: 77]

У цілому, зооніміка є недостатньо дослідженим розділом науки про власні назви. Помітна тенденція до розширення кола спостережень, адже питання про межі зооніміки не є вирішеним, а наявні наразі розвідки не мають спільного термінологічного апарату, хоча робиться спроба охопити всі аспекти номінації тварин.

На сучасному етапі становлення науки рівноправно побутують слова *кличка* та *зоонім*. Усталеним та класичним є визначення Н. В. Подольської, згідно з яким **зоонім** (від грец. ζῷον – «тварина») – це власна назва «тварини, зокрема домашньої, утримуваної в зоологічному саду, “працюючої” в цирку, в охороні, піддослідної або дикої» [Подольская 1988: 59]. Як зазначає М. І. Сюсько, «в сучасній українській зооніміці **зоонім** як термін закріпився остаточно» [Сюсько 2014: 105], натомість слово **кличка** мовознавець називає «національним відповідником», який «здавна функціонує в російській та українській мові на означення найменування, імені тварини» [там само: 105]. Погоджуючись із таким визначенням, зауважимо, що на сучасних наукових засадах деякі дослідники схиляються до думки, що слово **кличка** не можна вважати придатним для позначення назв тварин. Так, Я. М. Шебештян говорить про необхідність заміни слова **кличка** на термін **зоонім** у літературно-художньому вжитку [Шебештян 2008], а О. Ю. Карпенко називає термін **кличка** «образливим, явно пейоративним» [Карпенко О. Ю. 2008].

Отже, ми стоїмо на досить поширеній позиції, що термін **кличка** по відношенню до номінації тварин є побутовим та неприпустимим для науки. Тому, схиляємося до думки Я. М. Шебештян про необхідність заміни слова **кличка** на термін **зоонім**, однак не тільки у літературно-художньому вжитку (як пропонує дослідниця), а й у науковому та позанауковому. Саме термін **зоонім** є похідним для утворення ряду інших термінів, які функціонують у науковому полі зооніміки, як-от: **антропозоонім, топозоонім, зоонімне поле, зоонімікон, зоонімна основа**

тощо. Крім того, фіксуємо неоднозначне розуміння терміна **кличка**, адже у вітчизняній антропоніміці він має зовсім інше значення, а саме – конспіративне або жартівливе прізвисько [Торчинський 2008: 87].

Ще одним невирішеним питанням зооніміки є вживання терміна **зоонім** у широкому значенні на позначення апелятивних найменувань тварин. Наприклад, у дисертаційній роботі «Комплексное мотивологическое исследование зоонимов русского языка» [Шевчик 2011] поняття **зоонімна лексика** трактується як найменування ссавців російської літературної мови, а фактичним матеріалом слугують назви родів та видів тварин певних сімейств: *носуха*, *губач*, *ракоед*, *полоскун*. З таким значенням цю термінолексеми вживають Л. Ф. Миронюк [Миронюк 1987], Н. В. Солнцева [Солнцева 2004], Ю. Г. Юсіфов [Юсіфов 1985], та ін. В ономастичній терміносистемі фіксуємо однозначне трактування терміна **зоонім**, який вживається для позначення власних назв тварин (*Ginger*, *Сірко*, *Шарик*). Цієї ж думки дотримуються такі провідні ономатологи, як В. Д. Бондалетов [Бондалетов 2016: 7-8], О. Суперанська [Суперанская 1973: 178], М. І. Сюсько [Сюсько 2014: 104] та інші. Разом із тим, С. Л. Ковтюх пропонує терміни **зооназва**, чи **зоолексема** як більш придатні для використання для позначення загальних назв тварин [Ковтюх 2005: 102]. Отже, досі немає єдності щодо визначення мовного статусу терміна, однак абсолютна більшість учених-ономатологів схильні трактувати зоонім як «власну назву домашньої чи дикої тварини» [Бучко 2012: 92].

Отже, зоонімія є самостійним та своєрідним сектором онімного простору зі своїми традиціями та ознаками, що відрізняють її від інших різновидів власних назв. М. І. Сюсько, аналізуючи особливості функціонування зоонімів, пояснює їх периферійний характер, порівняно з іншими розрядами власних найменувань, тим, що «реальна зоонімія більшою мірою, ніж інші класи *nomina propria*, належить побутовій сфері, а отже, й реалізується звичайно в умовах усної традиції» [Сюсько 2011: 5]. Погоджуючись із такою характеристикою зоонімів, водночас варто визнати, що окрім народної, або ж реальної зоонімії, існує ще й офіційна, яка є кодифікованою. Для останньої властиве функціонування у діловій сфері, а також

адміністративне та законодавче врегулювання. На нашу думку, обидва сектори зоонімного простору однаковою мірою важливі у системі власних назв тварин, а наявність унормованої (офіційної) сфери зооніміки розкриває різноплановість і багатокomпонентність зоонімів, а також виводить цей розряд онімів на новий рівень ономастичних досліджень. Водночас, все-таки, необхідно зауважити, що ці два пласти не варто розглядати як чітко розмежовані, полярні класи, оскільки офіційні та неофіційні зооніми дуже часто взаємозв'язані між собою.

Все частіше власні назви породистих кішок, собак та коней не просто фіксуються у їх родовідних, а й мають відповідати ряду вимог та правил реєстрації: повинні бути тематично пов'язані з іменами їхніх батьків, містити назву розплідника тощо. Такі вимоги висувають міжнародні організації, такі як Міжнародна Кінологічна Федерація, Міжнародна Асоціація Любителів Котів, Жокейський клуб та десятки інших. Офіційні зооніми як власні назви тварин з родовідною характеризуються розмаїттям організацій, регулюючих процес номінації (нерідко й на міжнародному рівні), що передбачає унормування зоонімного іменослову, його систематизацію, активний збір та збереження фактичного матеріалу, а головне для лінгвістів – відбувається поступова заміна периферійного положення зооніміки на одне з провідних у рамках загального розвитку ономастики. У будь-якому разі висновок може бути однозначним: якщо у 70 – 80-х роках Ю. О. Карпенко образно зазначав, що зооніми «ведуть себе скромніше» [Карпенко Ю. О. 1974: 8], ніж інші онімні розряди, то сьогодні цей розряд ономастики жадає голосно заявити про себе.

Н. В. Подольська вводить в ужиток нові термінопозначення зооніміки [Подольская 1988: 65]: **кіноніми** (від грец. *κύνος* – «собака» – «кличка собаки»): *Дік, Пушок, Шарик*, **гіпоніми** (від грец. *ἵππος* – «кінь» – «кличка коня»: *Булат, Ягода, Шайтан*) [там само: 51], **бізонтоніми** – клички бізонів, **орнітоніми** – клички птахів, **інсектоніми** – імена комах тощо [там само: 59]. Хоча авторка і відмічає недостатню ґрунтовність теоретичних знань зооніміки, а звідси й недолугість цих термінів як самостійних, бачимо, що 30 років потому термін **кінонім**, наприклад, закріпився в ономастичній номенклатурі, увійшов у науковий обіг та активно

використовується лінгвістами у ряді наукових студій. Зразками таких робіт можна вважати, наприклад, дисертацію «Кінонімія в сучасній українській мові: принципи номінації та способи творення» [Кирилук 2008], однойменну монографію дослідниці [Ковтюх 2010] тощо.

В зоонімічних дослідженнях останніх років з'являються нові видові терміни. Найбільш повний ряд термінопозначень для номінації різних видів тварин надає М. М. Торчинський, поділяючи зооніми на **пеконіми** (власні назви свійських тварин) та **фероніми** (власні назви диких тварин). Виокремлення **пеконімів** передбачає їх поділ на 13 підвидів (крім гіпонімів та кінонімів), серед яких: **анасоніми** – власні назви качок; **ансероніми** – власні назви гусей; **асіноніми** – власні назви ослів та віслюків; **бовісоніми** – власні назви корів; **галліноніми** – власні назви курей і півнів; **індиконіми** – власні назви індиків; **камелоніми** – власні назви верблюдів; **капоніми** – власні назви кіз; **кунікулоніми** – власні назви кролів; **овісоніми** – власні назви овець; **порконіми** – власні назви свиней; **тауроніми** – власні назви волів і биків; **фелоніми** – власні назви кішок [Торчинський 2008: 148-149].

Окрім назв домашніх тварин, мовознавець виділяє групу зоонімів, яка номінує диких тварин, де вже функціонують терміни **бізонтоніми**, **інсектоніми** та **орнітоніми**, введені Н. В. Подольською, а також виокремлюється ще 18 підгруп: **вультоніми** – власні назви лисиць; **леоніми** – власні назви левів; **лупусоніми** – власні назви вовків; **урсоніми** – власні назви ведмедів; **пардусоніми** – власні назви леопардів, барсів, пантер; **тигроніми** – власні назви тигрів; **лепоніми** – власні назви зайців; **мусоніми** – власні назви мишей; **драконіми** – власні назви ящерів; **серпеноніми** – власні назви змієподібних; **буфоніми** – власні назви жаб; **тестудоніми** – власні назви черепах; **дельфіноніми** – власні назви дельфінів та інших морських ссавців; **елефантоніми** – власні назви слонів; **іхтіоніми** – власні назви риб; **мустангоніми** – власні назви диких коней; **реноніми** – власні назви оленів; **сіміоніми** – власні назви мавп [там само: 150-152].

Отже, що стосується об'єкта досліджень зооніміки, то можна стверджувати, що обсяг наукових пошуків є досить широким, а терміносистема – розгалуженою.



Активізація номінативного процесу по відношенню до того чи іншого виду тварин безпосередньо пов'язана з традиціями та соціальною структурою певного суспільства. В культурі саамів (фіно-угорського народу Північної Європи), наприклад, важливу роль відіграють північні олені, тому вони нерідко отримують власні імена, у той час як в інших культурах коні та верблюди використовуються як транспорт у повсякденному житті, тому й потребують іменування [The Oxford Handbook of Names and Naming 2016: 617].

Функції, які виконують тварини, теж можуть вплинути на номінаційний потенціал. В Ісландії, наприклад, вівці, які дають молоко, мають індивідуальні назви, натомість у культурах, де овець утримують у великій кількості для отримання вовни та м'яса, немає необхідності їх іменувати [Leibring 2016: 617]. Індивідуальній номінації підлягає худоба Скандинавії та Південної Африки, власні назви якої детально досліджені у праці К. Ляйбрінг [Leibring 2015]. З огляду на це, активне функціонування у слов'янській ономастиці терміна **кінонім**, у англомовній – **гіпонім**, а у скандинавській – **бовісонім** є цілком виправданим та обґрунтованим екстралінгвальними чинниками.

Введення у науковий обіг терміна **зоонім** у 60-х рр. ХХ століття свідчить про відносну новизну цього поняття. Однак, огляд робіт, присвячених питанням функціонування зоонімів у різних мовах, доводить, що все більше лінгвістичних досліджень присвячено саме цьому розряду онімів, хоча подекуди вони характеризуються недостатньою ґрунтовністю та поверхневістю (за винятком досліджень Г. Л. Аркушина, М. І. Сюська, П. П. Чучки, у яких вивчено назви, що функціонують на території Карпат). Сучасна зоонімна термінологія є повною та вичерпною, проте певний різнобій у використанні термінів все ще наявний. Відкритими залишаються також і питання детального вивчення окремих зоонімних підкласів, виділення корпусу найменувань тварин окремих регіонів та дослідження їх специфіки, визначення прагматичних чинників, що лежать в основі створення та функціонування зоонімів. Ономастика не стоїть на місці, активно поповнюючи скарбницю знань про різні пропріативи, а дослідження зоонімного спектру поступово виходять на перший план.

## 1.4 Місце гіпонімів в онімному просторі англійської мови

У попередньому підрозділі було висвітлено особливості зоонімного підполя та зазначено, що все більше уваги приділяється спеціальним дослідженням зоонімів, а окремі їх розряди викликають особливу зацікавленість ономаатологів та стають об'єктом широких лінгвістичних досліджень.

Таким, вкрай поверхнево представленим в ономастиці, однак значним та суттєвим, є клас власних назв коней. У минулому столітті їх вивчення займало периферійне положення порівняно з дослідженнями інших розрядів власних назв зооніміки. Сьогодні ж із розширенням об'єкту досліджень в ономастиці, багатовікове розповсюдження конярства як виду діяльності, його важлива роль у культурі та соціальному житті людей спонукає вчених до вивчення творення та поширення найменувань коней як окремого розряду власних назв.

Наше дослідження зосереджено на зоонімах, що номінують коней різних видів та призначення, з якими взаємодіє людина. Ці оніми термінуємо як **гіпоніми** (від грец. *ἵππος* – «кінь» – «назва коня»). Вперше термін був введений в ужиток радянським лінгвістом Н. В. Подольською [Подольська 1988: 51]. Перші вагомні праці, які описують та вивчають гіпоніми у зв'язку з дослідженнями зоонімії як класу онімної лексики, були представлені у 90-х роках ХХ століття – на початку ХХІ ст. ономаатологами Н. Г. Рядченко [див. докладніше Рядченко 1988; Рядченко 1994], О. В. Салміною [див. докладніше Салміна 2001], М. М. Торчинським [див. докладніше: Торчинський 2008].

Перші спроби структурувати російські гіпоніми робить Т. П. Романова у дисертаційному дослідженні «Система русских официальных иппонимов и формирование ее типологических черт» [Романова 1988], де вказує на зв'язок гіпонімії з антропонімією.

В європейській ономастичній традиції появу терміна **гіпонім** можна датувати 2014 роком у збірнику під назвою «We are surrounded by onymies» британського лінгвіста Р. Коутса, в якому автор досліджує найрозвинутіші класи онімів (антропоніми, топоніми тощо) та виокремлює гіпоніми, які позначає як власні

назви коней [Coates 2014: 9-12]. Культивація коней, їх розведення та утримання займає особливе місце в англомовному світі. Цим пояснюється наявність великої кількості суспільно-пізнавальних праць (радіше ніж лінгвістичних), присвячених вивченню кінних пропріативів.

У праці Т. А. Веара «The Horse's Name Was...: A Dictionary of Famous Horses from History, Literature, Mythology, Television and Movies» опис коней, які відіграли величезне значення в історії, культурі та житті людей, неодмінно супроводжується поясненням появи самого імені [Wear 1993].

Окрім задокументованих реєстрових списків коней, з'являються й аматорські нелінгвістичні іменослови, якими не знехтує жодний спеціаліст-ономатолог. На особливу увагу заслуговує перший неофіційний словник імен коней, опублікований під назвою «The Incredible Little Book of 10,001 Names for Horses», в якому авторка пропонує техніки підбору гіпоніма залежно від типологічних ознак коня [Mannis 1999]. Посібник містить імена для поні, великих і високих коней, коней з «гарячим» норовом та спокійних, а також представників різних порід. Окремий розділ систематизує матеріал в алфавітному порядку і містить власні назви всесвітньовідомих коней. Коні, які беруть участь в офіційних змаганнях (серед них виїздки, конкурні, скакові) не можуть отримувати раніше зареєстровані імена, що робить цю книгу незамінною для селекціонерів, нових власників коней, людей, які шукають оригінальне ім'я, а також вона слугує безцінним джерелом фактичного матеріалу для ономатологів.

Загалом, гіпоніми представлені досить різновекторними та неузгодженими між собою розвідками вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, кількість яких досі незначна. Під час усебічного аналізу здобутків дослідників нам видається доцільним визначити такі завдання у царині вивчення власних назв коней, розв'язання яких слугуватиме своєрідним відправним пунктом детального дослідження гіпонімів:

- унормування системи термінопозначень гіпонімів;
- опис основних характеристик власних назв коней як складників англійського онімного простору;

- розробка загальної класифікації гіпонімів за матрицею параметрів.

Отже, далі ми будемо розглядати гіпоніми з точки зору заявлених вище питань. По-перше, варто зазначити, що розвідки, присвячені гіпонімам, характеризуються відсутністю сформованої термінології та розбіжностями у використанні існуючих термінів. У минулому підрозділі вже було вказано на те, що слово *кличка* поступово детермінологізується і стає все менш уживаним на позначення імен тварин (у тому числі і коней). У дослідженні пропонується використовувати термін **гіпонім** для посилання на ім'я коня. Разом із тим, в українській мові фіксується розбіжність у написанні самого терміна **гіпонім**, що потребує роз'яснень.

Оскільки цей термін, утворений від грецького слова ἵπλος – «*hippos*», він має відповідне графічне оформлення: фіксується один варіант такої назви – з подвоєною «п» (пор. *hipponut* – англ. мова, *иппоним* – рос. мова). За правилами ж українського правопису в загальних назвах іншомовного походження літери, що позначають приголосні звуки, не подвоюються. Написання цього терміна без подвоєння фіксуємо у найновішому «Словнику української ономастичної термінології», укладеному провідними ономатологами Д. Г. Бучко та Н. В. Ткачовою [Бучко 2012: 73]. Однак, не всі науковці дотримуються вимог чинного правопису. М. М. Торчинський найменування коней ідентифікує як *гіпоніми* [Торчинський 2008]. Термін з подвоєнням фіксуємо в різних ономастичних працях [Горбач 2017: 162; Колоїз, 2020: 6]. Це, гадаємо, пов'язано з бажанням дослідників уникнути небажаної омонімічності у мовознавчій термінології, адже термін *гіпонім* вже давно існує у мовознавстві на позначення «видового поняття одного класу об'єктів» [Селіванова 2011: 87]. У нашому дослідженні вживаємо термін без подвоєння з дотриманням норм українського правопису. Розділ ономастики, який вивчає функціонування власних назв коней пропонуємо позначити окремим терміном **гіпоніміка**, дотримуючись загальної моделі побудови термінопозначень [Подольская 1988: 12].

Невід'ємною частиною кінного світу є власний ономастикон, витлумачуваний як сукупність усіх власних назв коней, які завжди йменуються в індивідуальному

порядку. Наразі в ономастиці немає усталеного термінозначення для опису кінного іменослову, тому, використовуючи типову для ономастичного термінотворення морфему -ія, виокремлюємо й **гіпонімію** (також **гіпонімікон**) для позначення сукупності різнорідних імен коней (не плутати із загальнолінгвістичним терміном *гіпонімія*, що означає родо-видову ієрархію позначень понять, наявну в мовній системі [Селіванова 2011: 87]).

Термін **гіпонімія** (англ. **hipponymy**) є новим для вітчизняної ономастики, у той час як за останнє десятиліття вже закріпився в зарубіжній ономастичній номенклатурі, увійшов у науковий обіг окремих ономастичних студій та активно використовується європейськими дослідниками [Coates 2012; Coates 2014]. Пов'язуємо цей факт з широкою популярністю кінного спорту саме в англосфері, що визначає нагальну необхідність вивчення назв коней як окремої, автономної єдності у межах загального ономастикону, а значить, і необхідність удосконалення термінологічного апарату.

Не дивлячись на наявність кінних заводів та клубів по всьому світу, розведення коней та їх культивування концентрується здебільшого в англосфері, як сукупності англосферних країн, де проводиться більшість відповідних змагань. У Вебстерському словнику *англосферою* термінуються «країни світу, в яких превають англійська мова та культурні цінності» [Merriam-Webster Dictionary]. До таких англосферних країн зі схожою культурною спадщиною традиційно зараховують Велику Британію, Сполучені Штати, Канаду, Австралію та Нову Зеландію. Наявність єдиного міжнародного керуючого органу кінного спорту (Міжнародна федерація кінного спорту) з англійською мовою як офіційною регулює процес номінації усіх племінних коней та підводить його під єдиний стандарт, що передбачає загальні риси номінації.

Допустимим та науково обґрунтованим вважаємо спільне дослідження гіпонімів Великої Британії та США, підкріплюючи власну думку твердженням С. Хантінгтона: «З точки зору раси, національності, культури та мови американці та британці – один народ» [Хантінгтон 2004: 86]. Окрім етнічної близькості двох англосферних народів сукупному дослідженню гіпонімів країн англосфери сприяє й

уніфікованість правил та традицій, пов'язаних з процесом номінації, які майже не варіюються як на територіях Великобританії та США, так і у Новій Зеландії, Канаді та Австралії. А. Рум пояснює спільне дослідження британських та американських гіпонімів подібністю традицій та принципів номінації коней в усьому англомовному світі [Room 1993: 12].

Гіпоніми як самостійний підклас зоонімів мають свої характерні риси та особливості. Аксиоматичним став той факт, що гіпоніми формують значну частину зоонімікону англійської мови, що зумовлюється широким розповсюдженням конярства в країнах англосфери, а також динамізмом самого процесу номінації.

Обов'язковою є наявність двох імен у кожного коня з родовідною. Офіційна назва (*show name*) заноситься у паспорт тварини і використовується для її ідентифікації (у тому числі під час змагань), а неофіційні імена (*barn/stable/call/informal names*) активно використовуються у домашньому житті та побуті, більш придатні для щоденного вживання і часто ніяк не корелюють з офіційною назвою.

Наявністю лише одного імені, яке використовується для називання тварини у повсякденному житті, характеризується категорія так званих **barn horses**, тобто коней хобі-класу, а також коней, що використовуються у сільському господарстві та не мають родовідної. Відмітимо, що останні групи є менш поширеними, адже в досліджуваних країнах частка коней, що не є зареєстрованими і утримання яких не підпорядковується міжнародним правилам та стандартам, є дуже малою. Незалежно від цілі придбання та утримання коня, його, в першу чергу, реєструють, що надає власнику низку прав та можливостей у використанні тварини, якими він за бажанням може послуговуватися. На офіційному сайті реєстру коней арабської породи США та Канади зазначається, що «реєстрація підвищує вартість коня, робить його привабливішим для покупців і відкриває двері для багатьох місцевих, регіональних і національних подій, доступних лише для зареєстрованих коней» [Arabian Horses Registration].

Суттєвою відмінністю гіпонімів від інших підкласів зоонімів є тісний зв'язок офіційної паспортної форми імені зі спортивною сферою. Жоден інший вид тварин

не використовується так активно у спортивних змаганнях як коні. Власні назви всіх племінних тварин записують у спеціальну племінну книгу, ведення якої регулюється на національному та міжнародному рівнях. Американська племінна книга, наприклад, є власністю Жокейського клубу, який є найбільшою організацією у США, що регулює кінний спорт в країні та контролює процес номінації всіх чистокровних лошат, виведених у Сполучених Штатах, Канаді та Пуерто-Ріко. Книга також містить назви усіх чистокровних коней, що імпортуються з інших країн. Аналогічний Жокейський Клуб головує у Великій Британії. Як бачимо, в англійському племінному конярстві ключову роль у процесі номінації відіграють спортивні організації, які й затверджують паспортне ім'я, яке у майбутньому може функціонувати як спортивне.

Стає зрозумілим, що виокремлення гіпонімів як цілісного підкласу зоонімів неможливе без залучення компонентів кінного спорту, як дисципліни, до функціонування якої належать іменовані суб'єкти. На думку дослідників, «сучасна наука в и к л ю ч а є (розрядка наша) ізольований розгляд окремих імен і висуває у якості попередньої умови для їх вивчення врахування різних факторів, які так чи інакше впливають на формування іменних систем» [Суперанская 2009: 14]. Отже, для лінгвістичного аналізу фактичного матеріалу необхідно визначити ряд екстралінгвальних факторів у вигляді правил регулювання кінного спорту, які впливають на положення гіпонімів у англомовному ономастиконі.

Чисельність офіційних гіпонімів вкрай важко визначити через значну кількість реєстрових списків, орієнтованих на різні породи. Водночас відмічаємо схильність цього розряду власних назв до поліонімії, тобто багатойменності, яка проявляється у наявності різних видів офіційних назв на позначення одного денотата на кшталт *birth name, current name, national sport name*, хоча, як правило, ці назви збігаються. Інформація про найменування тварини на офіційному веб-сайті Міжнародної федерації кінного спорту виглядає так:

HORSE DETAIL	
	<b>105YT20 - PIONEER ARCHIBALD (USA)</b>
 Name	
Birth Name	PIONEER ARCHIBALD
Current Name	PIONEER ARCHIBALD
Commercial prefix or suffix	
Complete Name	PIONEER ARCHIBALD
Shorten Name	

Рис. 1. Інформація про офіційні назви коня, яку надає Міжнародна федерація кінного спорту

Така варіативність офіційної номінації зумовлюється суто екстралінгвальними чинниками і не є суттєвою для дослідження гіпонімікону. Для ономанологів важливо те, що усі офіційні найменування створюється за уніфікованими правилами номінації, встановленими такими магістральними організаціями, як Міжнародна федерація кінного спорту (*International Federation for Equestrian Sports*), Всесвітня федерація спортивних студбуків (*World Breeding Federation for Sport Horses*), Жокейський клуб (*The Jockey Club – США*), Жокейський клуб (*Jockey Club – Великобританія*), Британська рада скакового спорту (*British Horseracing Authority*) та ін.

За правилами вищезазначених міжнародних та національних організацій заборонено створювати такі імена, що складаються з більш ніж 18 літер для коней чистокровної англійської породи (ім'я *Eighteencharacters* допустиме, але ім'я *Eighteen Characters* – вже ні) та більш ніж 21 літери для коней арабської, англо-арабської порід тощо. Гіпоніми, які за структурою не перевищують 28 літер з пропусками, допустимі в Австралії.

В залежності від країни реєстрації тварини, номінатор має вказати від чотирьох до шести назв у порядку уподобань у спеціальному реєстраційному документі, який відправляється на огляд комісії, яка й визначиться з остаточною назвою. Наприклад, серед варіантів найменувань для популярного скакуна *California Chrome*, який двічі (у 2014 та 2016 роках) отримував найпрестижніше звання у США «Американський кінь року» (від англ. *American Horse of the Year*),



були назви *Lucky at Love*, *Big Chapter*, *Chrome* та *Seabisquik*. Усі вони були відхилені реєстраторами.

**Horse Name** (required fields) **5 HORSE NAMES MUST BE SUBMITTED** or supply a copy of breed registration papers if in the same name to be registered. Horse names not to exceed 28 characters including spaces.

1 <sup>st</sup> preference																														
2 <sup>nd</sup> preference																														
3 <sup>rd</sup> preference																														
4 <sup>th</sup> preference																														
5 <sup>th</sup> preference																														

Рис. 2. Фрагмент реєстраційної форми власної назви коня

Заборонені імена, що складаються з більш ніж сімох складів, чи чотирьох слів, тільки з цифр, або, повністю, з ініціалів. Заборонені імена, що мають вульгарне або нецензурне значення, можуть бути образливими чи лайливими для певних релігійних, політичних чи етнічних груп, на кшталт *The Great Farter*. Імена-запозичення відомих торгівельних марок та брендів також заборонені. Неприпустимим є використання імен відомих людей, коней-призерів або активних учасників кінних змагань, як-от: *Giakomo*, *Secretariat*, *Seattle Slew*, *Affirmed*, *Smarty Jones*. Якщо на розгляд подано ім'я іноземного походження, повинен бути наданий англійський переклад. Пояснення повинно супроводжувати штучно створені імена з непрозорою семантикою.

Забороняється повторне використання імен, які знаходяться у міжнародному або вітчизняному списку захищених імен, або використання вже зареєстрованої назви, якщо власник цього імені народився не раніше ніж за 10-ть років до народження того коня, якому обирають ім'я. Повторно можна використовувати зареєстровані імена з проміжком від 10-ти до 35-ти років.

За правилами британських асоціацій до новоствореного імені, яке співпадає з уже зареєстрованим раніше, має бути додана римська цифра. Таким чином, нові імена коней, схожі на ті, що знаходяться в активному вжитку, не реєструються без

римської цифри, що унеможлиблює повторюваність імен. Загалом існує 15 класів імен, які категорично заборонені для реєстрації.

Разом із тим, О. В. Суперанська відмічає, що процес номінації нерідко супроводжується глибокими традиціями йменування: «Наприклад, давня традиція розведення верхових коней, спеціальні кінні заводи, індивідуальне виходжування та виїздка кожної особини призвели до появи спеціальних канонів їх іменування: пріоритет гучних назв, що містять, до того ж, (орфографічно) літеру з імені батька та літеру з імені матері й нерідко починаються на ту ж літеру, що й ім'я матері» [Суперанская 1973: 179]. Вдалим прикладом традиційного словотворення вважаються назви на кшталт *Sticky GI*, як похідне від *Lost Soldier* та *Super Glued*. Сучасні гіпоніми часто утворюються злиттям скорочених основ імен батька та матері коня (*Alysheba* ← *Alydar* + *Bel Sheba*), або ж злиттям двох повних основ (*Midnight Jewel* ← *Midnight Lady* + *Crown Jewel*). Одне й те саме родовідне ім'я (*bloodline name*) може слугувати своєрідною «локальною» **гіпонімною основою** (**гіпоосновою**) – за аналогією до антропооснов в антропоніміці – для продуктивного творення нових гіпонімів: *Wind* → *March Wind*, *Blue Wind*, *Gamble with the Wind* та *Tag The Wind*.

Традиційний спосіб номінації активно використовується й сьогодні, що не відмінняє дотримання офіційних правил, оскільки обидва способи йменування є сумісними, а не взаємовиключними. З цього слідує, що значний пласт англomовного гіпонімікону викристалізувався завдяки синтезу багатовікових традицій іменування та офіційних правил реєстрації племінних коней. Разом із тим, власники все частіше обирають нові нетрадиційні шляхи номінації, наприклад, одну тематичну лінію для йменування усіх представників окремого поголів'я: *First Night Out*, *At Night*, *Rare Night Out*, *Emmy Night*, *It's At Night*; називають усіх коней в честь міст певного штату: *Arkansas* – *Fort Larned*, *McPherson*.

Заміна імені є допустимою, однак, практикується не часто, оскільки керуючі органи вимагають виплати чималих коштів за надання цієї послуги, що дозволяє уникнути хаосу та безсистемності, а також надає можливість керувати процесом номінації. Реєстратор Жокейського клубу Р. Бейлі зазначає: «Цілісність племінної

книги – наш пріоритет» [The Science of Naming a Racehorse]. Отже бачимо, що офіційний гіпонімikon формується та розширюється за чітко визначеними правилами та принципами, що корегуються відповідно до сучасних потреб та віянь у світі конярства.

Кожного року американський Жокейський клуб розглядає близько 65 000 заявок з власними назвами племінних коней, з яких більше 15 000 – відхиляються, оскільки заявлені найменування ідентичні або аналогічні іменам, які вже використовуються [Horse names released by Jockey Club]. Нове ім'я перед затвердженням проходить перевірку на повторюваність та вводиться в електронну базу найменувань. Схожі фонетичні характеристики є приводом для заборони реєстрації заявленої назви: всесвітньо відомий чистокровний кінь з іменем *Easy Goer* є володарем «Потрійної корони» (переможцем найвідоміших скакових змагань), а отже його ім'я є «недоторканим» і не може використовуватися вдруге, так само як і однакове за звучанням *Eazy*. Схожі за орфографією та однакові за вимовою імена *Black Knight* та *Black Night* також вважаються занадто подібними задля «співіснування» в одному реєстрі.

Кожного року на поточному реєстрі у США знаходиться близько 450 000 власних назв. Майже 40 000 імен щороку вилучаються зі списку заборонених та стають придатними для нових реєстрацій. Близько 3000 найменувань захищені на міжнародному рівні – наприклад, *Frankel* – що означає, що їх ніколи не можна буде використати повторно. Поточний реєстр британського Жокейського клубу складає 250 000 назв. Зазначені клуби опікуються тільки чистокровними конями англійської породи.

Асоціація арабських коней, що є єдиною племінною книгою США для чистокровних та полукровних коней арабської та англо-арабської порід, налічує в цілому близько одного мільйона імен. Подібних племінних книг у Великобританії та США існує величезна кількість. Підрахуємо та зазначимо, що на сучасному етапі формування власного онімного простору офіційний англomовний гіпонімikon країн англосфери складає більше декількох мільйонів власних назв.

Процес номінації коней породжує тисячі нових слів, адже офіційні правила йменування виключають вибір вже існуючого імені для нової номінації, якщо пройшло менше п'яти років з того часу, як кінь завершив свою спортивну кар'єру або використовувався для розведення. Тому, в офіційному вжитку одиничне, штучно створене ім'я ніколи не перетворюється на шаблонне, «штамповане», як це властиво антропонімам, а також іменам коней-домашніх улюбленців, які не мають ветеринарного паспорта.

Неофіційні імена, навпаки, часто повторюються, адже формуються під впливом моди природним шляхом для використання в мовленні як альтернатива складним та рідкісним, нестандартним офіційним назвам, закріпленим на письмі. Нерідко неофіційна назва, що використовується при зверненні до тварини, не має нічого спільного з її паспортним іменем. Наприклад, всесвітньовідомий чистокровний англійський скакун *Man O' War* був відомий загалу своїм повсякденним ім'ям *Big Red*, яке також функціонувало і в ролі популярного нікнейму в мас-медійному просторі. Перехід імені у неофіційну сферу часто супроводжується вживанням зменшувальної форми: *Taliban* → *Tilly*, *Bengiman* → *Ben*. Зважаючи на їх неофіційний характер, кількість гіпонімів, що не закріплені документально, важко визначити навіть приблизно.

Головною причиною виникнення неофіційних найменувань, на нашу думку, є економія мовних засобів, прагнення пристосувати офіційне найменування до розмовно-побутового стилю. Підтвердженням цьому є той факт, що гіпонімна модель неофіційного словотворення майже завжди однослівна, наприклад *Ladybug*, *Cisco*, *Lacey*, *Sugar*, *Cash*, *Fancy*, натомість офіційна номінація представлена здебільшого двослівними та багатослівними гіпонімами, як-от: *Lloyd Braun*, *Fire Affair*, *Longtermrelationship*, *Bitey McRed Buck*, *Of Course You Can* та ін.

Через новітність розвідок цієї сфери, гіпоніми були включені до наявних денотатно-номінативних класифікацій відносно нещодавно. Перша спроба класифікації гіпонімів у рамках загальної класифікації власних назв була зроблена М. М. Торчинським. Пропонована класифікаційна схема ґрунтується на їх

денотатно-номінативних особливостях і дозволяє більш чітко і послідовно структурувати цю частину онімного простору.

Науковець розподіляє тварин на свійських та диких, привласнюючи першим термінозначення **пеконім**, у ведення яких, власне, і входять усі гіпоніми. Останні ж, на думку вченого, «класифікуються за семантикою, генетикою і структурою» [Торчинський 2008: 51], де одразу ж знаходимо застереження автора про неповноту і несистематизованість подібної дистрибуції [там само: 51].

Посилаючись на відомі факти про те, що у деяких господарствах притримуються принципу називання тварин за місяцями, коли вони народилися (січневі – на **с**-, лютневі – на **л**- і т. д.), а породисті коні часто отримують назви, складені зі складів, взятих від імен «батька» і «матері», М. М. Торчинський поділяє гіпоніми на узвичаєні для певної породи і неузвичаєні, тим самим ігноруючи екстралінгвальний аспект (правила офіційної номінації), який є вкрай важливим для гіпоніміки. Автор вводить ряд нових термінозначень: **гіпопоетоніми** – імена коней, засвідчені в художніх творах [там само: 240]; **балетогіпоніми** – імена коней як персонажів балетної вистави: кінь *Росінант* із балету «Дон Кіхот» [там само: 263], а також наводить поодинокі приклади запозичених в українську мову гіпонімів (*Шайтан* – з араб. *šaitân* – чорт, дідько) [там само: 329]; гіпонімів, створених шляхом штучної номінації (*Сивко*) [там само: 351]; шляхом конверсії прикметникових форм (*Гнідий*, *Буланій*) [там само: 393]; шляхом власне семантичного (найбільш продуктивного) способу творення (*Стріла*) [там само: 394]; відприкметникові гіпоніми мотивовані прикметниками (*Гнідко*) [там само: 433], патронімічні гіпоніми, в яких засвідчений активний зв'язок з особовими назвами (*Рема* ← гіпоніми *Рекорд* та *Альма*) [там само: 472].

Загалом, маємо змогу виділити дві магістральні класифікаційні схеми, запропоновані М. М. Торчинським: 1) вітоніми → зооніми → пеконіми → гіпоніми; 2) ідеоніми → поетоніми → вітопоетоніми → зоопоетоніми → гіпопоетоніми. Автор розглядає гіпоніми як власні назви денотатів двох багатокomпонентних сфер – об'єктів живої природи, тобто сфери реальної дійсності з одного боку та розумової, ідеологічної, художньої сфери людської діяльності – з іншого.

Безперечно, заявлене типологічне об'єднання гіпонімів у певні класи та групи стало важливим внеском у розвиток цього сегменту зооніміки та ономастики в цілому, однак з огляду на класифікацію автором гіпонімів в рамках усебічної та загальної класифікації онімів, а також фокусування на семантичній та формальній структурі без залучення екстралінгвального фактору, вважаємо здобутки автора проривними та актуальними, але все ж такими, які потребують розширення, доповнення та деталізації.

Розпочинаючи роботу над будь-яким фактичним матеріалом, окрім володіння ґрунтовними теоретичними знаннями, дослідник повинен виробити загальну класифікацію досліджуваного матеріалу за матрицею параметрів, використовуючи загальнонауковий метод таксономії. Вважаємо доцільним виокремити такі типи класифікації гіпонімів:

- 1) Класифікація у зв'язку зі сферою вживання гіпонімів, що базується на позалінгвальних чинниках;
- 2) Структурна та словотвірна класифікації гіпонімів, що ґрунтуються на морфологічному аналізі структури гіпонімів, установленні поширених словотвірних моделей та джерел поповнення гіпонімікону;
- 3) Мотиваційна класифікація гіпонімів залежно від екстралінгвальних чинників, що послугували причиною підбору певної назви;
- 4) Функціональна класифікація гіпонімів, що дозволяє встановити основні функції, які виконують кінні пропріативи;
- 5) Класифікація гіпонімних типів за ступенем реальності: встановлення їх розподілу на реальні (узуальні), віртуальні та сакральні.

Варто зазначити, що деякі з наведених класифікацій будуються на позалінгвальних особливостях гіпонімів та виконують допоміжну роль у лінгвістичній розвідці. Окрім цього, запропонована схема дослідження не претендує на універсальність у межах усієї ономастики, а навпаки, видається нам найбільш придатною саме для аналізу гіпонімів.

Для порівняння уявімо, приміром, застосування найпродуктивнішої в топоніміці історичної (хронологічної) класифікації у вивченні гіпонімів. Так, при

класифікації імен коней можливо виходити з їх приналежності до певної території, хронологічних відрізків чи соціальних формацій, однак таке дослідження, на нашу думку, буде або досить локальним, або (що ще гірше) псевдонауковим, через неможливість зібрати достатню кількість фактичного матеріалу при порівнянні гіпонімів різних епох. Безумовно, допустимими є дослідження гіпонімів окремих історичних зрізів, що тільки допоможе розширити межі ономастики, а також знання про культуру та соціальне життя у цей період, проте, ми не вважаємо за необхідне виділяти історичну класифікацію для дослідження гіпонімів, як окрему, на цьому етапі наукових пошуків. Отже, діахронічний аспект аналізу стає другорядним з огляду на специфіку цього класу онімів, а синхронне їх вивчення виходить на перший план.

Підсумовуючи і доповнюючи все вищесказане, можемо виокремити такі особливості, які визначають виділення гіпонімів в окремий підклас власних назв:

1. Кінь – одна з найулюбленіших тварин як британців, так і американців, а традиція конярства є невід’ємною частиною матеріальної та духовної культури країн англосфери;
2. Гіпоніми формують значну частину зоонімікону англійської мови, а динамізм процесу номінації підтверджується даними про близько 65 000 заявок на нове ім’я кожного року лише у США;
3. Головною опозицією в гіпонімії є опозиція назв офіційних та неофіційних, яка об’єднує денотатну номінативну класифікацію гіпонімів з їх поділом за вжитком у мові та мовленні. До однієї тварини, як правило, застосовуються декілька імен, що надаються різними соціальними групами: спортивною організацією, тренером, власниками. Варіативність найменувань підтверджується наявністю в англійській мові великої кількості лексичних одиниць на позначення власної назви коня, наприклад: *birth name, barn name, stable name, national name, show name, posh name, call name, nickname*;
4. Особливістю офіційного гіпонімікону є домінантна позиція спортивної сфери у формуванні власних назв коней як регулюючої їх творення; процес

номінації контролюють органи міжнародного формату, які уніфікують правила та здійснюють відбір найменувань;

5. За своєю природою офіційні гіпоніми є найбільш систематизованим та уніфікованим парадигматичним розрядом зоонімів: жоден інший розряд зоонімів не має подібної врегульованості творення та затвердження найменувань;
6. Творення неофіційних найменувань коней має свою специфіку і зумовлюється функціями, які неофіційна назва покликана виконувати в мовленні. Активне поповнення лексичної групи офіційних найменувань через неможливість повторюваності імен протиставляється помірному розширенню групи назв неофіційних, які мають більш-менш сформований традиційний репертуар.

Усі вищезазначені ознаки гіпонімів, характерні для англomовного середовища, уможливають подальше більш ґрунтовне вивчення цих пропріальних одиниць як окремого самостійного підкласу зоонімів.

### **Висновки до Розділу 1**

Клас зоонімів чітко сформувався як окремий клас онімної лексики вже давно, однак став об'єктом детального вивчення нещодавно, про що свідчить відносно невелика кількість наукових праць, присвячених дослідженню зоонімікону. Не зважаючи на те, що вже у 30-х – 40-х рр. ХХ ст. ономастика остаточно утвердилася як фундаментальна наука, вивченням імен тварин у радянських країнах в цей час ще не займалися, хоча за кордоном вже були роботи про клички коней, собак і кішок. У II пол. ХХ ст. радянські ономатологи створюють загальнотеоретичні праці, присвячені, в тому числі, семантиці та структурі зоонімів, а наприкінці ХХ ст. провідні позиції займають компаративні дослідження, направлені на співставне вивчення зоонімів та інших розрядів власних назв з метою виявлення їхньої специфіки та універсалій.



На сучасному етапі розвитку ономанології у зооніміці рівноправно побутують два апелятиви – кличка та зоонім, перший з яких, ми вважаємо, є неприйнятним для вживання у науковому дискурсі, оскільки він реалізує пейоративне значення та містить небажану категорію оцінки.

Малодослідженою новітньою сферою ономастики є сфера кінного світу. Науковці вперше поставили ім'я коня у центр наукового пошуку наприкінці ХІХ – на початку ХХ століття. Сучасні ж ономатологи сходяться у думці, що власні назви коней заслуговують на спеціальну увагу, тому що вони формують особливий підклас зоонімів з власними правилами словотворення, які потребують спеціального опису.

Розділ зооніміки, присвячений вивченню власних назв коней, ще зовсім молодий, що зумовлює появу нових термінів та пильну увагу до вже існуючих дефініцій. Ми використовуємо термін **гіпонім** для посилання на власну назву коня, який є омонімом до загальнолінгвістичного терміна **гіпонім** на позначення поняття, що виражає окрему сутність, яка входить до класу іншого, більш загального поняття. Використання вітчизняними дослідниками терміна з подвоєнням при посиланні на власні назви коней з одного боку вказує на бажання уникнути небажаної омонімічності термінопозначень, а з іншого – є суттєвим порушенням норм українського правопису.

Для посилання на розділ ономастики, який вивчає функціонування власних назв коней, пропонується використовувати термін **гіпоніміка**. Зокрема, виділено таку складову гіпоніміки, як **гіпонімія** або **гіпонімікон**, що охоплює сукупність усіх власних назв коней, які йменуються в індивідуальному порядку.

Гіпоніми є специфічним класом власних назв зі своїми характерними ознаками. Магістральною опозицією гіпонімії є опозиція назв офіційних та неофіційних. Спортивні міжнародні та національні організації уніфікують правила та супроводжують процес номінації. Правила йменування сприяють організації та узгодженню хаотичного та стрімкого процесу номінації коней. Усебічна кодифікація офіційних форм найменувань, властива антропонімам, топонімам, космонімам та іншим магістральним розрядам онімів, стає характеристикою й

гіпонімів, що підкреслює їх значущість та необхідність дослідження. Не менш важливою складовою гіпонімікому є неофіційні назви, які використовуються у повсякденному житті, складають народну (реальну) гіпонімію, однак побутують як адміністративно й законодавчо нерегульовані одиниці.

На сьогодні відсутня систематизована загальна класифікація гіпонімів, оскільки запропоновані ономотологію класифікації носять вибіркового характеру, бо ж охоплюють тільки певні характеристики чи типи гіпонімів. Такі класифікації акцентують увагу або на морфологічному аспекті аналізу (поділяючи гіпоніми на прості та складні; аналізуючи похідні форми в залежності від їх основ), або на семантичному (досліджуючи мотивацію іменних основ у зв'язку із соціальними, культурними та іншими факторами). На основі проаналізованих класифікацій пропонуємо узагальнену та деталізовану класифікацію гіпонімів, що дозволить ґрунтовніше ознайомитися з фактичним матеріалом та його структурою. Виділяємо структурну, словотвірну, мотиваційну та функціональну класифікації гіпонімів, а також їх поділ за ступенем реальності та у зв'язку зі сферою вживання.

Основні положення Розділу 1 відображено в 2 публікаціях [Алексеева 2017а, Алексеева 2017б].

## РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГІПОНІМІВ

### 2.1. Структура офіційних та неофіційних гіпонімів

Останнім часом дедалі більше уваги дослідників-ономатологів привертають питання структурної організації власних назв різних розрядів. Це пояснюється невідомим збільшенням категорій явищ сучасного світу, які потребують автентичних (неповторюваних, нетрадиційних) найменувань, що в свою чергу ускладнює і без того трудомісткий процес назвотворчості, який потребує все більшої винахідливості для створення унікального за своєю структурою оніма.

Дотепер немає єдиної структурної класифікації онімів, яка б повної мірою окреслила особливості кожного розряду, адже ономатологи керуються різними принципами групування елементів у структурі власних назв. Для систематизації та вивчення англійського онімастичного В. ван Лангендонк на прикладі топонімів виділяє оніми: з **нульовою флексією** (zero marking), наприклад, ойконіми *London, Berlin*; з **афіксами** (suffixation), наприклад, хороніми *Bulgar-ie, German-y*; у **сполученні з артиклем** (article usage), наприклад, гідроніми *the Thames, the Rhine*; у **сполученні з класифікатором** (classifiers), наприклад, пелагонім *the North Sea*, гідронім *the Atlantic Ocean* [Langendonck 2007: 205-206].

Вітчизняна онімастика характеризується наявністю єдиної, більш-менш стандартизованої, структурної класифікації різних розрядів онімів, розробленої М. М. Торчинським, який узагальнив усі раніше представлені дослідження і виокремив три типи власних назв: прості, складні та складені.

У сучасній англійській офіційній системі номінації коней використовуються різні види гіпонімів у їх різноманітному поєднанні, тобто неможливо виділити стабільні (обов'язкові) компоненти, що входять у структуру окремого гіпоніма. Структурний характер гіпонімів малодосліджений: наявна єдина праця Р. Коутса, у якій робиться спроба класифікувати гіпоніми за їх частиномовною співвіднесеністю, однак не розглядаються їхні структурні типи [Coates 2014: 10].

В попередньому розділі було наведено основні правила офіційної номінації (див. докладніше Розділ 1.4), які слугують доказом того, що гіпонімна система багато в чому залежить від регулювання на рівні державних та міжнародних кінних організацій. Для поглиблення запропонованого нами опису перелічимо заборонені класи власних назв, які є неприпустимими і тому відсутні серед зареєстрованих гіпонімів: 1) складні слова з похідними *filly, colt, stud, mare, stallion*, або будь-яким аналогічним терміном, пов'язаним з конярством (це виключає вживання апелятивної лексики, яка може супроводжувати назву за відомою в ономастиці номінаційною формулою «термін + онім» і характеризує цей розряд онімів як такий, якому не властива наявність елемента у структурі назви, що ідентифікує денотат, пор. серед прикладів Р. Коутса дендронім *Beacon Hill Country Park* [Coates 2014: 9], де до оніма *Beacon Hill* додається експліцитний класифікатор, що вказує на розряд власної назви, або топонім *Заячья Гора* (на позначення гори, на якій водиться багато зайців) [Матвеев 1991: 18], що ілюструє класичну структуру онімів цього розряду – прикметник + географічний термін; 2) назви, що складаються повністю з ініціалів, як-от: *S.O.D., F.O.B.*; 3) назви, що складаються повністю з чисел (при цьому числа понад тридцять можуть бути використані, якщо вони прописані).

Взявши за основу аналізу структурну класифікацію власних назв М. М. Торчинського і враховуючи специфіку власних назв коней, у полі офіційної гіпонімії пропонуємо поділ, що дозволяє виявити морфологічні ознаки гіпонімів, за трьома типами: прості, складні та складені [Торчинський 2009: 158-171].

**Прості** гіпоніми, тобто назви з однією основою, мають такі структурні різновиди:

- **прості безафіксні** (4,8%), тобто ті, що утворені шляхом переосмислення без усякого словотвірного акту та характеризуються відсутністю афіксів, наприклад, *Amen, Cure, Insult, Never*;
- **прості афіксальні** (5%), тобто ті, що мають словотвірчі афікси чи закінчення, наприклад, *Designer, Cupidity, Legislature* (суфіксальний спосіб творення), *Recycle, Deblue, Proactivo* (префіксальний спосіб

творення), *Unambiguous*, *Invulnerable*, *International* (конфіксальний спосіб творення). Окрім вищеназваних афіксів, словотворчим у гіпонімній номінації є афікс множини «-s», наприклад, *Rogers*, *Simps*, *Sneaks*, який у гіпонімній номінації не сприймається як ознака плюраля (множинності);

- **усічені** (0%), тобто ті, що зазнали скорочення при утворенні дериватів на початку (**афареза**), у середині (**синкопа**) та в кінці вихідного імені (**апокопа**). Зазначимо, що у вибірці офіційних гіпонімів подібні модифікації кореневих основ та їх компонентів виявлені лише серед гіпонімів **складеного** типа та представлені апокопою, наприклад, *Vero's Hero* (*Veronica's Hero*), *Deb's Wild Tale* (*Debora's Wild Tale*).

Наступним структурним типом є **складні** гіпоніми, тобто однокомпонентні двохосновні або багатоосновні власні назви, які поділяються на:

- **власне композити** (1%), тобто багатокореневі слова без афіксів, наприклад, гіпонім *Moonrush* є композитом, що складається з основ «*moon*» та «*rush*»; або гіпонім *Snapshot*, що складається з основ «*snap*» та «*shot*»;
- **афіксальні композити** (0,2%), тобто композити, що окрім двох або більше коренів утворюються за допомогою афіксів, наприклад гіпонім *Networking*, який є поєднанням основ «*net*» та «*work*» та дериваційного афікса «*-ing*»; або гіпонім *Woodburner*, який є поєднанням основ «*wood*» та «*burn*» та дериваційного суфікса «*-er*»;
- **складні скорочення** (1,4%), що утворюються шляхом **телескопії** (основного способу традиційної гіпонімної назвотворчості), наприклад іспанське ім'я *Alysheba*, що було створене шляхом злиттям скорочених основ імені батька «*Alydar*» та матері коня «*Bel Sheba*»; або назва *Majesto*, яка є поєднанням імен батька «*Jesus*», матері «*Mauro*» та іспанського слова «*todos*», яке перекладається як «*всі*» (маючи на увазі усіх інших коней власника). Такий традиційний спосіб передачі походження тварини повторенням частин імен батька та матері визначає

специфіку офіційного гіпонімікону. Виникають штучні, спеціально створені назви, які складно аналізувати на основі діючих в мові моделей утворення слів, але які все ж зараховуємо до категорії складних скорочень. Необхідно зазначити, що приклади гіпонімів, наведені вище, не входять до нашої вибірки, а є іменами всесвітньовідомих коней, що досягли визначних успіхів у спорті. З нашої вибірки до цієї категорії зараховуємо однослівні оказіональні утворення, не створені безпосередньо від апелятива чи шляхом трансонімізації, наприклад, *Xurette*, *Shoshoon*, *Kendro*. Можемо лише зробити припущення про їхнє утворення з використанням телескопії, оскільки для перевірки цього необхідно мати важкодоступну інформацію про умови створення гіпоніма.

Третім структурним типом виокремлюємо **складені** гіпоніми, тобто дво- і багатослівні власні назви. Варто зазначити, що спортивні правила номінації не забороняють наявність пропусків та деяких знаків пунктуації у власних назвах коней. Однак форма гіпоніма може бути й такою, в якій відсутні пропуски між словами. У дослідженні такі гіпоніми не виділяються в окрему підгрупу «**юкстапозити**» [пор. Подольська 1978; Бучко 2012], тобто складені власні назви, які виникли внаслідок об'єднання декількох слів, адже двох однакових гіпонімів з різницею у наявності чи відсутності пропусків між словами не може бути зареєстровано, а значить і вживання, наприклад, гіпоніма *Pretty Darn Quick* з нашої вибірки без пропусків – *Prettydarnquick* – не призведе до появи нового гіпоніма, натомість автор останнього отримає відмову під час реєстрації. Це пояснюється заборонаю використання назв з однаковою вимовою чи навіть схожими фонетичними характеристиками, з метою уникнення непорозумінь під час оголошення імені спортивним коментатором. Причиною ж утворення назв без пропусків часто слугує екстралінгвальний чинник – обмеження на кількість буквених позначень та пропусків, що, як правило, не має перевищувати 18 одиниць. Таким чином, наприклад, гіпонім *Tellme All Aboutit* з усіма необхідними пропусками між словами не був би зареєстрований, оскільки вже складається з 18

елементів, що, вочевидь, змусило автора вдатися до часткового опущення пропусків. Отже, **складені** гіпоніми поділяються на:

- **словосполуки** (3,8%), утворені поєднанням повнозначної частини мови зі службовою. До цієї категорії зараховуємо прийменниково-іменникові словосполуки, наприклад, *World Beyond, Before Taxes, Thru the Field*; займенниково-іменникові словосполуки, наприклад, *My Colleague, Our Performer, My Cosmo*; фразові дієслова, наприклад, *Stirred Up, Color Out, Knuckle Up*; словосполуки, утворені вживанням іменника з артиклем, наприклад, *The Thinker, La Bendiga, El Intochable*; вигуки, наприклад, *No Please, Hey Kayleigh*. Так, гіпонім *Onceuponadecember* є відповідною словосполученням «*once upon a December*», яка передана без пропусків між словами;
- **словосполучення** (69,6%) – це безприсудкові структури сурядного чи підрядного типу, що складаються з двох чи більше слів, які належать до самостійних частин мови, наприклад, гіпонім *Gifted Leader*, який є поєднанням прикметника «*gifted*» та іменника «*leader*», або багатоконпонентні гіпоніми *My Bull's Wild, Music for the Soul*. Також до цієї групи належать словосполучення з прикметниками вищого та найвищого ступеня порівняння, наприклад *Greatest of Ease*; конструкції за моделлю «іменник + of + слово в присвійному відмінку», наприклад, *Image of the Star, Knight of Fire*. Не менш поширеним типом словосполучень, що вказують на приналежність, є присвійні конструкції, утворені за допомогою апострофізації з додаванням форманта «s», наприклад, *Drummer's Punch, America's Idol*. Як уже вище зазначалося, словосполучення також можуть складатися з лексем, написаних з порушенням орфографічних норм – без пропусків, наприклад: *Fireinmyeyes, Formoreinformation*;
- **фрази** (10,4%), що на відміну від словосполук та словосполучень, є предикативними конструкціями, структура предикації яких може бути експлікованою у повному чи неповному вигляді або абсолютно відсутня

(у цьому разі, коректність інтерпретації неексплікованої частини речення, що формує гіпонім, забезпечується завдяки наявності у свідомості носіїв мови однакової моделі вихідного повного речення з дотриманням граматичних норм) [Образцова 2015: 16]. Спираючись на типології, що побутують нині в лінгвістиці у межах напряму семантико-структурного синтаксису, при аналізі сукупності синтаксичних побудов, вживаних у складених гіпонімах, можемо виділити відособлені речення всіх комунікативних типів: **розповідного**, наприклад, *Jordysgotagun, Victoriahasasecret, My Dad's a Bully, Love Grows Wild*; **питального**, наприклад, *R U Smokin, Donncha, Who's Sorry Now, Why Not Spring, Whougotyoureyeon*; **наказового**, наприклад, *Behappy Don'tworry, Trust Your Luck, Markyour Territory, Bet On Buddy*; **окличного**, наприклад, *Whatasenseofhumor, Burnbernieburn, O Sing to Me*. Також у вибірці засвідчені **стверджувально-заперечувальні речення**, наприклад, *Yes He Is Brave, Yes It's the Boy, Need Not Apply, Kristys Not Shy*; **вигуківі речення**, наприклад, *Atta Girl Boo Boo, Atta Callie, Hey Sugar Sugar*; **складнопідрядні речення**, наприклад, *Noisy When Hot*; **фрази-кліше**, наприклад, *Lots of Love Mom* (кінцева фраза у листуванні); **еліптичні речення**, представлені такими прикладами: *Nearly Was Mine, All I Want, Cause I Said, Thequestionis*. Фіксуємо гіпоніми зі свідомим порушенням зв'язності слів у їх структурі, наприклад, *Tellumyouthemayor*, а також із порушенням граматичних норм, наприклад, *This Ones for Izzi, I Really Got to Go, I No Wanna*, хоча подібних прикладів мало;

- **комбіновані абревіатури** (2,2%), утворені поєднанням одного чи декількох слів з літерами інших слів словосполучення. Прикладами з нашої вибірки слугують абревіатурні утворення словесно-ініціального типу різних комбінацій, як-от: *G. H. Victoria, H and B S, Miss Betty P, Dubai You X Y Z*. На нашу думку, комбіновані абревіатури можуть бути додатковою підгрупою у самій цій градації гіпонімів, адже, враховуючи правила номінації (неприпустимими є назви, що складаються повністю



з ініціалів), ініціали обов'язково мають супроводжуватися словом. Це виключає зарахування гіпонімів цього типу до групи складних онімів, як це пропонує М. М. Торчинський, класифікуючи власні назви [Торчинський 2009: 152]. Необхідно також зазначити, що у найновішому словнику ономастичної термінології Д. Г. Бучко та Н. В. Ткачова [Бучко 2012: 31, 35, 110] виділяють окремим класом скорочення онімів, які розділяють на **абрєвіатурні** чи **складноскорочені** назви, характеризуючи їх як «форми онімів, які виникли в результаті об'єднання окремих елементів кількох онімів», та називають ряд інших типів скорочень [там само: 31]. Намагаючись при градації гіпонімів враховувати їх специфіку, з метою кращого упорядкування їх структури, пропонуємо все-таки чітко розмежувати складні скорочення та абрєвіатури: перші – як різновид складних гіпонімів; другі – як різновид складених, відповідно до наведеної вище класифікації;

- **гіпонімні зсуви** (0,1%) обіймають специфічні для номінації коней утворення без пропусків, що характеризуються навмисною компресією структури назви, зі збереженням можливості відновити її вихідний зміст, наприклад, гіпонім *Yamassee* є спресованим варіантом фрази *You must see*, а гіпонім *Woodudance* експлікується у питальне речення *Would you dance?*, гіпонім *Shudabinajumper* приховує фразу *Should have been a jumper*. Гіпонімні зсуви, як правило, утворюються з використанням всіляких фонетичних і граматичних спотворень, властивих швидкому усному мовленню, однак відрізняються від графонів. Специфіка гіпонімних зсувів полягає в тому, що, по-перше, вони завжди є новотворами і, по-друге, хоча й виглядають як одночленні назви через відсутність пропусків, структурно завжди є фразами, утвореними у результаті злиття та компресії компонентів. Функцію твірної основи виконує ціле висловлювання і новотвори у сконденсованій формі вживаються як номінативні одиниці: *Uknowiaintlying* ← *You know I am not lying*, *Uaintseenmecrazyet* ← *You haven't seen me being crazy yet*,

*Luvurita* ← *Love you Rita*. Тенденцію до творення таких назв помічено також у топонімії [див. докладніше Габдрамханова 2016: 79]. Їхнє проникнення в офіційний кінний іменослов пояснюється обмеженою кількістю допустимих знаків у творенні назви, складністю підбору оригінального імені та майже повною онімною свободою. Експресивно-стилістичний гіпонімікон викликає особливий інтерес у лінгвістичному відношенні та представляє яскраву палітру емоційно-експресивної пропріальної лексики;

- **редупліковані назви** (1,5%) характеризуються повторенням цілого слова або римуванням компонентів у межах словосполучення, на кшталт *Kris Kross, Macarena Macarena, Picky Picky, Ring Bling, Rinka Dinka Doo*.

У досліджуваному матеріалі співвідношення різних структурних типів гіпонімів можемо унаочнити у такий спосіб:

Табл. 2.1.

Співвідношення кількісних показників структурних підтипів офіційних гіпонімів

Структурний тип	Структурний підтип	Кількість	%
Простий (9,8%)	афіксальний	100	5%
	безафіксний	96	4,8%
	усічені	0	0%
Складний (2,6%)	складне скорочення	27	1,4%
	власне композит	19	1%
	афіксальний композит	4	0,2%
Складений (87,6%)	словосполучення	1392	69,6%
	фраза	209	10,4%
	словосполука	75	3,8%
	комбінована аббревіатура	45	2,2%
	редуплікована назва	30	1,5%
	гіпонімний зсув	3	0,1%
<b>Всього</b>		<b>2000</b>	<b>100%</b>

Як бачимо з проведених підрахунків, не дивлячись на аналітичну природу англійської мови, серед структурних підтипів гіпонімів доміантними є словосполучення (69,6%) та фрази (10,4%). Превалювання багатоконпонентних гіпонімів пов'язане з підвищеною потребою в оказіональному словотворенні.

Незважаючи на те, що в якості онімів різні структурні типи набувають граматичні характеристики іменника, гіпоніми характеризуються варіативністю в залежності від частиномовної приналежності слів, що входять до їх складу. Однослівні назви представлені здебільшого іменниками. Найпоширенішим типом дволексемної номінаційної формули є структура прикметник + іменник.

З точки зору форми, в гіпонімії спостерігаються дві протилежні тенденції: з одного боку, прагнення до лексикалізації розчленованих найменувань – невживання пропусків (*Maroonwhiteandfast*, *Journeyoftheyear*), з іншого – сегментація окремих слів шляхом порушення звичної сполучуваності морфем у їх складі (*Tri Polar*, *Miss Spelling*). Однак, варто підкреслити, що ця особливість не викликає значних ускладнень при аналізі цього розряду пропріальної лексики, адже, як уже зазначалося вище, слугує різновидом графічного оформлення, що не впливає на фонетичні характеристики власних назв, які відіграють ключову роль у функціонуванні гіпонімів.

У цьому ключі розглянемо й структурні особливості неофіційних гіпонімів. Взагалі, поділ гіпонімів на офіційні та неофіційні перш за все зумовлений їх лексичною варіативністю – наявністю різних іменувань в офіційному спілкуванні та в побуті, які називають одну і ту ж тварину. Наприклад, офіційна, паспортна назва *Kirb Appeal* перетворюється у розмовно-побутове ймення *Kirby*, а коня з офіційним іменем *Sudden Addiction* підкликають неофіційним *Addy*. Ця ситуація певною мірою нагадує антропоніми з їх офіційними та повсякденними іменами людини, а також прізвиськами. Визнаючи необхідність розрізнення офіційних та неофіційних назв, водночас наголосимо на тому, що така опозиція не є контрадикторною, тобто не виключає можливості належності гіпоніма до кожної з категорій одночасно, а лише виступає різними гранями одного і того ж феномену. Однак, досить часто неофіційна назва, що використовується при зверненні до

тварини, не має нічого спільного з її паспортним іменем – між цими двома групами відсутня площина перетину (наприклад, кінь з паспортним ім'ям *Morello Noir* вдома йменується *Cherry*, а офіційне *American Idol* у побуті перетворюється на *Jeffrie*).

Аналіз відповідної вибірки неофіційних гіпонімів дозволяє констатувати, що домінантні позиції займають такі структурні типи (у порядку від більш продуктивних до менш продуктивних):

- **прості афіксальні** гіпоніми (40,6%): *Alfie, Stinky, Harriette, Question, Stormy*;
- **прості безафіксні** гіпоніми (37%): *Bill, Myrtle, Chief, Jack, Star*;
- **прості усічені** гіпоніми (10,6%), що втрачають звуки у межах слова (зазвичай при переході назви з офіційної сфери вжитку в повсякденну):
  - **апокопа**: *Sol* ← *Probably Solvable*, *Ben* ← *Benjammin*, *Premi* ← *Premiere*, *Will* ← *Willberry*, *Ronde* ← *Rondeveau*;
  - **афареза**: *Cane* ← *Hurricane*, *Tello* ← *Donatello*, *Dino* ← *Caradino*, *Zuri* ← *Senszuri Overload*, *Mony* ← *Harmony*;
  - **синкопа**: *Ilen* ← *Silent Debut*, *Timi* ← *Always the Optimist*;
- **складені словосполучення** (3,8%): *Funny Face, Boy Toy, Grey Bird, Bobby Ray, Mrs Mozart*;
- **складні власне композити** (3,4%): *Knightman, Holiday, Cowboy, Butterball, Sunshine*;
- **редупліковані гіпоніми** (1,8%): *Yum-Yum, Walla Walla Bing Bang, Smelly Ellie, Pukey Lukey, Skinny Vinny*;
- **складні афіксальні композити** (1,2%): *Streetwalker, Wakerdoodles, Strawberry, Elliemay, Winniebago*;
- **складені фрази** (0,4%): *What a Face, Fly Boi*;
- **складні скорочення** (0,4%): *Cobbo, Fridge*;
- **складені словосполуки** (0,4%): *НАНАНАН, Hopalong*.

Порівняно із загальною тенденцією, серед неофіційних гіпонімів засвідчені одиничні приклади абрєвіатури (гіпонім *DJ*) та гіпонімного зсуву (гіпонім *Waikikamiukau*), натомість комбінованих абрєвіатур у вибірці неофіційних гіпонімів не зафіксовано.

Окремо варто сказати, що серед простих афіксальних, було виявлено лише один приклад гіпоніма з додаванням префіксу (***Premed***), абсолютну більшість гіпонімів цього підтипа складають назви, утворені за допомогою суфіксації, наприклад, *Ugly, Silence, Bikini, Harriette, Charlie*, менш поширеними є плюралізовані гіпоніми, наприклад, *Giggles, Traps, Snickers, Checkers, Twinkles*.

Що ж до частиномовної приналежності гіпонімів, то виокремлено значну кількість іменників, наприклад, *Potato, Fireman, Dillon*, та прикметників на кшталт *Happy, Curly, Stinky*. Крім того, зафіксовано два випадки вживання вигука (*Oops* та *НАНАНАН*) та лише один випадок вживання займенника (*Whatever*).

З-поміж складених гіпонімів засвідчені речення наказового типу *Fly Voi*, окличне речення *Whataface*, словосполучення атрибутивного характеру (сполучення іменника з прикметником) *Funnyface*, вигук *НАНАНАН*, фразове дієслово *Hopalong*.

Отже, неофіційні назви на позначення коней характеризуються не меншою варіативністю структурних типів, ніж офіційні. Унаочнюємо результати аналізу в таблиці:

Табл. 2.2.

Співвідношення кількісних показників структурних підтипів неофіційних гіпонімів

Структурний тип	Структурний підтип	Кількість	%
Простий (88,2%)	афіксальний	203	40,6%
	безафіксний	185	37%
	усічений	53	10,6%
Складний (5%)	власне композит	17	3,4%

	афіксальний композит	6	1,2%
	складне скорочення	2	0,4%
Складений (6,8%)	словосполучення	19	3,8%
	редуплікована назва	9	1,8%
	фраза	2	0,4%
	словосполука	2	0,4%
	абревіатура	1	0,2%
	гіпонімний зсув	1	0,2%
<b>Всього</b>		<b>500</b>	<b>100%</b>

З наведеного вище можемо висновувати, що складені гіпоніми є значно менш поширеними в народній гіпонімії через їх складну структуру та важкість вимови, натомість кількісно найбільшу групу формують структурно однослівні прості гіпоніми, які стають виразниками розмовно-побутового колориту.

Парадоксальною, на перший погляд, видається стандартизована структура неофіційних гіпонімів порівняно з розмаїттям структурних особливостей більш формальної, офіційної номінації. Під час детального аналізу гіпонімів обох типів стає зрозуміло, що структура офіційних назв така варіативна, тому що кожна назва має вирізняти одного коня з великої кількості подібних, системі властиве безперервне оновлення, що вимагає від власників креативності у творенні нових цікавих онімних комбінацій. Неофіційні гіпоніми, навпаки, не складають такої динамічної, мобільної системи, тому що мають бути простими за формою, легко вимовлятися і швидко запам'ятовуватися. Цим і пояснюються найважливіші особливості неофіційних гіпонімів – превалювання простих за структурою назв і низька частотність вживання характерних для офіційної гіпонімії складених назв.

## 2.2. Словотвірна специфіка офіційних та неофіційних гіпонімів

В цілому, словотвірна специфіка власних назв у порівнянні з назвами загальними – досить широка та різнопланова сфера лінгвістичного пошуку. Велика

кількість ономастичних досліджень присвячена особливостям творення онімів, які послуговуються ширшим спектром словотвірних типів, ніж при творенні апелятивів.

Специфічно-ономастичні словотвірні моделі детально опрацьовуються в теоретичних працях та дериватологічних студіях І. І. Ковалика [Ковалик 1960; Ковалик 1965; Ковалик 1969], Н. В. Подольської [Подольская 1990], В. Е. Сталтмане [Сталтмане 1986: 162-173], М. М. Торчинського [Торчинський 2008: 335-407] та ін. Багато наукових праць присвячено дериваційним процесам у зоонімії – Є. М. Варнікової [Варникова 2011], О. Л. Кирилюк [Кирилюк 2006], М. І. Сюська [Сюсько 1989; Сюсько 2014: 257-289], П. П. Чучки [Чучка 1964], Я. М. Шебештян [Шебештян 1999] та ін. Варто сказати, що сучасна ономастична література все ж демонструє відсутність усталених поглядів з цього питання, що виражається в наявності різнорідних класифікацій власних назв за способом словотворення.

Словотвір гіпонімів є одним із найменш досліджених аспектів вивчення власних назв коней, який і досі залишається поза увагою ономатологів. Епізодично способи словотворення власних назв коней розглянуто в працях Є. М. Варнікової [Варникова 2020], Б. М. Гопки [Гопка 2017], Р. Коутса [Coates 2012: 127-129], К. Ляйбрінг [Leibring 2016], А. Рума [Room 1993: 1-66]. Однак, на жаль, ні в українській, ні в зарубіжній ономастиці досі не запропоновано єдиної словотвірної класифікації гіпонімів, що додає актуальності цьому дослідженню.

За словами К. Хью, аналізуючи онімний простір, можна виділити найбільш та найменш обмежені категорії назв за кількістю варіацій у їх творенні та структурі. До перших дослідниця зараховує давні назви річок, що завжди утворювалися від кореня з додаванням суфікса, чи астроніми, зокрема, назви комет, утворювані за дво- чи трилексемною формулою – «детермінатив *Комета* + прізвище його відкривача (зазвичай не більше двох імен)» [Hough 2016: 18-19]. Ілюстрацією других слугують якраз гіпоніми, які, за словами дослідниці, характеризуються «повною онімною свободою», у той час як усі інші онімні розряди займають проміжну ланку між цими двома полярними категоріями [там само: 18-19].

Р. Коутс підтримує справедливість цього твердження, зауважуючи, що «якщо ми на мить зосередимось на гіпонімії, або, у всякому разі, на фактично записаних іменах коней, то помітимо, що абсолютно будь-який лінгвістичний матеріал може слугувати іменем коня» [Coates 2014: 10]. Аналізуючи різні класи власних назв, дослідник виокремлює інші категорії онімізованих об'єктів з такою ж свободою підбору власної назви, як при називанні коней, наприклад, нікнейми користувачів соціальних мереж чи назви підприємств, для номінації яких «прийнятним є будь-який мовний об'єкт – слово, фраза чи довільна комбінація слів» [Coates 2016: 646].

Такі ж особливості гіпонімів виокремлює Т. П. Романова у дослідженні російської офіційної гіпонімії, говорячи про «практичну необмеженість іменника (гіпонімікону – Н. А.)» та описуючи «строкатість і зовнішню невпорядкованість лексики», що використовується для номінації коней [Романова 1991: 151]. При цьому дослідниця говорить про можливість виділити загальні тенденції, яким підпорядковується «виробництво» гіпонімів, зокрема: субстантивація онімізованих частин мови (до речі, обов'язковість цього процесу як невід'ємного складника онімізації відзначається у словнику Н. В. Подольської [Подольская 1988: 122-123]) та вказівка на статеvu приналежність у формі граматичного роду слова [Романова 1991: 152].

Коментуючи ці положення, зауважимо, що в англійській мові відсутня відповідність граматичного роду гіпоніма реальній статі тварини через практичну відсутність в англійській мові такої граматичної категорії як «рід». У нашому випадку при укладанні словотвірної типології гіпонімів варто врахувати такі диференційні ознаки, що визначають специфіку їх творення:

- офіційні назви коней формуються не за тими ж принципами, що й інші власні назви: суттєвою відмінністю гіпонімів від інших підкласів зоонімів є тісний зв'язок офіційної паспортної форми імені зі спортивною сферою, яка регулює та регламентує номінативний процес. За своєю природою офіційні гіпоніми є найбільш систематизованим та уніфікованим розрядом зоонімів;



- кожна назва повинна чітко відрізнятися від вже існуючих: офіційні правила йменування виключають вибір вже існуючого імені для нової номінації, тому, в офіційному вжитку одиничне, штучно створене ім'я ніколи не перетворюється на шаблонне, «штамповане», як це властиво, наприклад, антропонімам. Звідси слідує й відсутність сформованого традиційного репертуару гіпонімів (активного гіпонімного фонду), а також неможливість гіпонімів бути спадковими, їх приналежність лише одному поколінню;
- процес творення гіпонімів є безперервним і ніколи не буде завершеним, що є підставою говорити про незамкнутість гіпонімного простору та високу варіативність іменослову.

Т. П. Романова з цього приводу зазначає, що «офіційна гіпонімія є одним з тих розрядів онімної лексики, де утворення нових імен є живим процесом, що породжує тисячі нових слів. Її вивчення дає можливість на масовому матеріалі розглянути процес формування ономастичної системи, проаналізувати семантико-стилістичні критерії вибору слова для власної назви» [Романова 1991: 151].

Отже, офіційна гіпонімія як лексична підсистема англійської мови має нестабільний характер, їй властиве постійне оновлення. Причини, що спонукають власників створювати особливі імена, екстралінгвальні – нові гіпоніми придумують задля уникнення повторень. Офіційні правила номінації слугують водночас як стабілізуючою, так і дестабілізуючою силою, яка не розрахована на стримування притоку нових найменувань (в тому числі запозичень) та не здатна закріпити усталений характер функціонування системи. Створюються комфортні умови для творення множинних різновидів гіпонімів, саме тому цей розряд представлений практично усіма можливими способами словотворення, поширеними в сучасній англійській мові, а завданням дослідників якраз і є виявлення більш частотних словотвірних моделей та продуктивних способів творення.

Необхідно сказати, що зарубіжні дослідники пропонують декілька способів членування гіпонімікону за джерелами його поповнення. А. Рум виділяє гіпоніми з

прозорою семантикою (зі зрозумілим значенням), до яких зараховує гіпоніми англійської мови, та назви з відсутнім значенням, до яких належать гіпоніми, запозичені з інших мов [Room 1993: 82]. К. Ляйбрінг, узагальнюючи результати дослідження Д. Нюблінга [Nübling 2012], дещо по-іншому трактує сукупність гіпонімів і виділяє три групи приблизно однакового розміру: назви коней, що походять від інших онімів (де антропоніми та ергоніми є найпоширенішими); назви коней, утворені від апелятивів, та okazіональні гіпоніми [Leibring 2016: 619]. Варто зауважити, що в основу наведених вище, на перший погляд спрощених, типологій покладено основні можливі способи поповнення гіпонімікону, лише представлені у дещо іншому вигляді, ніж це прийнято у словотвірній класифікації традиційної вітчизняної ономастики.

Наслідуючи розробкам М. М. Торчинського [Торчинський 2008: 377-399] та враховуючи специфіку гіпонімів, виокремлюємо два основні словотвірні типи власних назв – **лексико-семантичний** та **морфологічний**, кожен з яких представлений різними підвидами, а також окремо розглядаємо специфічні способи словотворення, що сприяють творенню okazіональних назв.

Серед лексико-семантичних шляхів утворення гіпонімів виділяються **онімізація**, **трансонімізація** та **запозичення**. Значна частина гіпонімів (90%) утворена на основі готових лексичних одиниць шляхом онімізації, тобто переходу апелятива в онім. Використання апелятивів у якості власних назв на позначення коней має свою особливість – будь-яка частина мови може брати участь у творенні гіпонімів. Ті частини мови, які є неномінативними апріорі, а саме: займенники, прислівники часу, місця, дієслова руху, прийменники, сполучники, частки, активно використовуються для номінації у гіпонімії. Цю думку ілюструють такі приклади з вибірки: *Never* (прислівник часу), *Heuman* (вигук + іменник), *On Any Sunday* (прислівникова фраза), *Wow* (вигук), *Would You* (модальне дієслово + займенник), *Sooner* (прислівники у формі вищого ступеня порівняння), *W Two* (числівник), *Hand B S* (сполучник). Гіпоніми відапелятивного походження складають основну частку нашої вибірки і є найбільш поширеними у царині гіпонімії, ймовірно, у

зв'язку з тим, що вони повною мірою відповідають вимогам такого собі «конвеєра з виробництва гіпонімів», у який перетворюється весь номінативний процес.

При **трансонімізації** джерелом нового гіпоніма слугує будь-який інший онім. Серед аналізованих гіпонімів в більшості випадків засвідчена модель трансонімізації **гіпонім** ← **антропонім**, у якій антропонім, як правило, є частиною складених гіпонімів різних комбінацій, наприклад, *Ms Tallulah Belle, Debora Ann, B Marie, Wendy Darling, Victoria Pool, Maria's Dream, Lindalouville, Sebastian Inlet, Van Tassel, Pedro Del Valle*. Продуктивними є також моделі **гіпонім** ← **топонім**, наприклад *Lady Lexington, Smokie River, Frogtown, Cyclone Canyon, Camelot de Cat, America's Idol, Abu Dhabi Champion, Seattle Cypress, Pearl Lake, Ottawa, Great Barrier Reef, Montanas Ala Mar*; **гіпонім** ← **ідеонім**, зокрема, музиконіми *Shahdaroba, Fingal's Music*, фільмонім *Sextette*; **гіпонім** ← **порейонім**, наприклад *Lady Lamborghini*; **гіпонім** ← **ароматонім**, наприклад, *Vent Vert* тощо. Процес трансонімізації в гіпонімії більш детально дослідив Р. Коутс, який охарактеризував процес називання живої істоти іменем іншої живої істоти як природній, позбавлений будь-яких категоріальних обмежень [Coates 2012: 128]. Цю думку підтверджує дослідження, проведене вченим: «4 серпня 2011 року я зібрав і проаналізував імена всіх скакових коней, що брали участь цього дня у шести британських кінських перегонах. Я виявив, що 90 коней з 309 (близько 29%) носили імена, які історично були власними назвами чогось іншого: людини, території, гори, художнього твору тощо» [там само: 128]. Автор підтверджує існування англійського культурного коду, згідно з яким форма будь-якого типа онімів підходить для називання коней.

Досить поширеним для англомовного гіпонімікону є зворотній процес, коли гіпонім трансонімізується та стає основою для творення інших онімів. Серед загальновідомих прикладів – давня традиція називання потягів та локомотивів іменами спортивних коней-чемпіонів. У 1923 році пасажирські локомотиви Лондона *Brown Jack, Hermit, Victor Wild, Pretty Polly, Tagalie, Hyperion* та *Airborne* були названі так на честь відомих скакових коней XIX – початку XX століття з метою вшанування їх пам'яті [Coates 2016: 649-653]. Іншими прикладами слугують

американська школа *Northern Dancer Public School*, павільйон *Nothern Dancer Pavilion* в Торонто, а також одна з житлових вулиць мегаполісу, названі на честь коня-переможця найвідоміших кінних перегонів – *Northern Dancer*. Шоколадне печиво *Tim Tam*, що виготовляється в Австралії, назване так на честь легендарного коня. Героями однойменних фільмів стають коні *Secretariat* та *Seabiscuit*, що допомагає увічнити імена скакунів. Переможець Кентукського дербі 2013 року, кінь з ім'ям *Orb* перетворюється на персонажа декількох епізодів американського комедійного подкасту «Мій брат, мій брат і я», популярні американські перегони *The Risen Star Stakes* отримують свою назву на честь скануна-переможця *Risen Star*, так само як і перегони *The Count Fleet Stakes* в штаті Массачусетс, які увічнюють пам'ять про легендарного коня *Count Fleet*.

Прикладом багатоступінчатої трансонімізації є назва *Flying Dutchman*, яка спершу належала легендарному вітрильному кораблю привида з нідерландської легенди, і, хоча з часом деонімізувалася і стала крилатим висловом, що у переносному сенсі означає непосиду-мандрівника [Енциклопедический словарь крылатых слов и выражений 2005: 392], пізніше була запозичена Р. Вагнером (опера «Летючий голландець»). В історії збереглися відомості й про потяг *Flying Dutchman* напрямом Лондон-Ексетер, названий так у 1849 році на честь скакового коня, популярного в тому році. Трансонімізовані гіпоніми складають загалом 10% у досліджуваному матеріалі, причому враховувалися й багатоконпонентні гіпоніми, які містять у своєму складі онім іншого розряду як один з компонентів назви.

Ще один продуктивний спосіб творення гіпонімів, який часто є елементом класифікації онімів за походженням, це **запозичення**, яке Н. В. Подольська називає третім основним процесом, завдяки якому здійснюється поповнення ономастикону [Подольская 1990: 43]. Найбільш частотними серед аналізованих гіпонімів є одно- та багатоконпонентні іншомовні відапелятивні назви та оніми, запозичені з іспанської (*Despreocupado, El Hombre Grande, Uno Caliente, Truco de Amor*), французької (*Vent Vert, Trois Vallees*) та італійської (*Dolce Far Niente, Achi Bonakkorsi, Ragazzi, Cattivo Attore*) мов. Серед досліджуваних онімів засвідчені

також запозичення з арабської мови (*Shahdaroba, Simadartha*), латини (*Vena Amoris, Pro Domo Tua*), ацтекської мови, або науатль (*Yaretzi*); одиничні випадки запозичень з китайської (*Sinheungdaedolpung*), фарсі (*Farahani*), транслітеровані засобами англійської графіки. Така різноманіть напрямків запозичень в англomовний гіпонімікон пов'язана з міжнародним характером функціонування офіційних найменувань – запозичені гіпоніми складають загалом 6% у досліджуваному матеріалі.

Також, М. М. Торчинський окремим видом **лексико-семантичного** типа словотворення виділяє **акцентуацію** – зміну наголосу для утворення нового оніма. Однак, хоча вона теоретично може використовуватися у творенні офіційних гіпонімів, які, як відомо, існують не лише у письмовому вигляді, а й озвучуються під час змагань, на цьому етапі досліджень практично неможливо ідентифікувати зміну наголосу, через складність збору інформації щодо вимови назв під час спортивних змагань.

До **морфологічного** словотвірного типа М. М. Торчинський зараховує конверсію, безафіксні назви, афіксацію та складання.

**Конверсія** – це перехід слів з однієї частини мови в іншу (у випадку з онімами – в іменники), тобто їх субстантивація. На нашу думку, гіпоніми не можна кваліфікувати як ті, що утворені шляхом конверсії, оскільки конверсія сама по собі передбачає зміну морфологічної парадигми назви, яку ми не можемо виявити, через відсутність її включення в текст. Водночас потрібно пам'ятати, що «предметність, як головна властивість категорії власних назв, *потребує* від слів, які їй належать, субстантивності» (курсив наш – Н. М.) [Суперанская 1973: 109].

**Прості безафіксні** гіпоніми функціонують без спеціальних формантів і способом їхнього творення слугує власне семантизація, яка охоплює процеси онімізації, трансонімізації та запозичення. Сюди зараховуємо й оказіональні утворення з непрозорою етимологією на кшталт *Abidjan, Erbeia, Tydro, Vavazoom*. Пропонуємо термінувати такі гіпоніми як **одноосновні назви**, що дозволить розглядати подібні випадки як окрему категорію задля збереження об'єктивності словотвірного аналізу. Зафіксовано 4,8% гіпонімів цього типа.

В залежності від словотвірних формантів, що використовуються у творенні назви, **афіксація** (5%) охоплює префіксальний, суфіксальний та конфіксальний та способи словотворення, приклади яких наведено у минулому підрозділі. Виокремлюємо також такі квалітативні форми гіпонімів, як **демінутивни** – імена, що «виражають значення зменшення та переважно мають відтінки позитивної оцінки, пестливості» [Селіванова 2011: 114], а також **аугментативи** – імена, що «виражають значення збільшення й нерідко мають відтінки негативної оцінки, зневажливості, згрубілости» [там само: 48]. Семантика демінутивності виражається за допомогою зменшено-пестливого форманту *-ie*, наприклад, *Sayannie, Ernie, Jokie*, та пом'якшувальних суфіксів іспанської мови *-ita*, наприклад *Charlita*; та *-illo*, наприклад, *Peccadillo*. Семантика аугментивності твориться шляхом додавання форманту *-mega*, наприклад, гіпонім *Megacode*. Як бачимо з отриманих даних, гіпоніми, утворені за допомогою афіксації, складають загалом 5%. Таку малопродуктивну словотвірну модель як **плюралізація**, тобто утворення одноклексемного гіпоніма з додаванням афікса множини, також зараховуємо до морфологічного способу творення онімів та пропонуємо вважати випадком афіксації.

Відмітимо, що неможливо виділити спеціальний набір словотворчих афіксів, характерних саме гіпонімній номінації, оскільки гіпоніми утворюються за допомогою усіх можливих афіксальних дериватів, властивих апелятивам.

Словотвірна модель **складання** є найбільш продуктивною у творенні гіпонімів (88,9%) і розподіляється на **власне складання**, тобто творення власне композитів; **афіксальне складання**, тобто творення композитів з додаванням афіксів; **абревіацію**, тобто творення комбінованих абревіатур шляхом ініціалізації; **редуплікацію**, тобто повторення або римування компонентів гіпоніма та **лексикалізацію** словосполук, словосполучень та фраз. Отже, похідними складання можуть бути як складні гіпоніми (морфологічний спосіб), так і складені (синтаксичний спосіб), що підтверджує широку варіативність структурних типів цього способу словотворення.

Незначна частка аналізованих гіпонімів (2,2%) утворена шляхом комбінації апелятива чи оніма з абрєвіатурою, оскільки повна абрєвіація заборонена: *M B F Bridal Lace*, *K J Pride*, *J P Express*, *B L's One Like Mom*, *Sam's X S*. Бачимо, що в усіх вищенаведених прикладах буквенні позначення використовуються не як самостійний, а як додатковий компонент, що може слугувати, з одного боку, специфічним графічним засобом виділення назви, а з іншого, – елементом мовної гри: гіпонім *M B F Bridal Lace*, наприклад, передбачає оригінальне декодування *My Boyfriend's Bridal Lace*, гіпонім *Dubai You X Y Z* відтворює три останні літери англійського алфавіту. Є й зовсім оригінальні випадки, наприклад, гіпонім *R U Smokin*, який структурно виглядає як комбінована абрєвіатура, а фонетично збігається з питальною конструкцією *Are you smoking?*. Г. Чармесон метафорично називає оніми такої структури «вінегретом з алфавіту» і радить уникати вживання цієї словотвірної моделі через складність морфо-семантичної структури подібних назв, яка викликає й складність їх запам'ятовування [Чармессон 1999: 59-60]. Ми усвідомлюємо слухність цієї думки, однак, можемо припустити, що частотне використання комбінованих абрєвіатур пов'язано з епатажністю, яка стає невід'ємною характеристикою назв, що потребують дешифрування.

Звичайно, така словотвірна модель, як **скорочення**, тобто усічення основ різних типів, є продуктивним способом творення гіпонімів. Зокрема, усіченню підлягають компоненти комбінованих абрєвіатур, наведених вище, а також гіпоніми-словосполучення з усіченими елементами, кількість яких у цілому незначна (2,3%). Як бачимо, в офіційній номінації скорочення є продуктивним лише при творенні складених гіпонімів, тому воно не виділяється нами в окрему категорію.

Відносно невелику кількість (1,5%) складають **редупліковані** назви різної природи на кшталт *Hankhankmcclank*, *Macarena Macarena*, *Picky Picky*, *Pico Perico*, *Rinka Dinka Doo*, *Yabba Dhaba Do*. Іноді тавтологічний повтор побудований на принципах асонансу й алітерації: *Horn High Hugo*, *Wynn Willie Wynn*, *Macho Muchacho*, *Handy Andy*. Вживання редуплікації у процесі називання сприяє

створенню креативної назви, незвичність та оригінальність який досягається шляхом поєднання тотожних лексем, їх обігрування, римування.

Одним із основних шляхів лексико-синтаксичних шляхів творення гіпонімів є вживанням словосполук, словосполучень або фраз у функції окремої, цілісної номінативної одиниці, тобто їх **лексикалізація** (83,8%). Зауважимо принагідно, що синтаксична структура таких найменувань стає все складнішою, тому що ім'я коня має відрізнятися від великої кількості інших, подібних назв, бути неповторним. Внаслідок дії цієї тенденції кількість лексем у структурі гіпоніма нерідко сягає чотирьох, формуючи багатослівні (часто описові) конструкції. При цьому наявність пропусків між компонентами складеної назви довільна і зумовлена специфікою гіпонімної номінації.

Цікавою видається думка Р. Коутса, який дотепно констатує (курсив усюди наш – Н.А.): «Ми не можемо виділити окремий синхронічний лексикон (наприклад) антропонімів або зоонімів. Все, що можемо сказати, це те, що типи імен, як правило, пов'язані з певною категорією. Якщо я скажу вам, що мене звать *Richard*, ви можете зробити висновок (без спеціального дослідження), що я, ймовірно, людина чоловічої статі, англієць або володію англійською, але нічого більше. Якщо я скажу вам, що мене звать *I left my heart in the highest mountains*, будьте обережні: я можу бути скакуном» [Coates 2014: 12]. Наведення цієї досить великої за обсягом цитати має на меті підкреслити основну особливість словотвору гіпонімів, порівняно з іншими класами онімів – гіпонімна номінація здійснюється як словосполученнями, так і синтаксичними конструкціями. Найбільшу кількість гіпонімів нашої вибірки становлять дволексемні найменування (58,6%), також фіксуємо 21,5% трилексемних та 7,7% назв, що складаються з 4 і більше компонентів, а також комбінованих аббревіатур. Отже, кількість полікомпонентних гіпонімів сумарно становить 87,8% від загальної кількості гіпонімів вибірки.

Штучними за походженням є складні скорочення та гіпонімні зуви, утворені шляхом **стягнення** (1,3%), тобто усічення та об'єднання в одне слово багатоконпонентної назви з можливим накладанням спільних літер як точки



зрощення. Прикладом є гіпонім *Marketime*, у якому остання літера основи «*market*» слугує початком другої основи «*time*», а подвоєння літери «*t*» уникається.

Важливо підкреслити, що телескопічне міжслівне накладання займає окрему нішу в творенні гіпонімів, оскільки у племінному конярстві існує традиція, за якою ім'я повинно складатися з елементів імен матері та батька коня, однак потрібно зауважити, що «родове словотворення» на сучасному етапі розвитку конярства втрачає свою популярність. Окремі гіпоніми нашої вибірки з незрозумілою етимологією та непрозорою семантикою їхніх твірних основ кваліфікуємо як такі, що утворені шляхом стягнення (наприклад, до неясних імен належать *Madaad*, *Mariokaronskipgulf* тощо). Звичайно, це тільки припущення, здогадка, оскільки з'ясувати інформацію про спосіб творення таких офіційних найменувань практично неможливо.

Описані вище моделі словотворення комбінуються зі **специфічними способами словотворення**, що характеризуються онімною грою з залученням наведених нижче процесів та стилістичних фігур, при називанні яких в основному використана термінологія роботи Т. П. Романової [Романова 2007: 208-213]:

- **сегментація** (0,2%) – «поділ окремого слова на частини з метою актуалізації нового змісту» [там само: 211], наприклад, *Tri Polar*, *Miss Spelling*;
- **семантичний каламбур** (0,6%) – «заміна будь-якого компонента слова в мету відобразити об'єкт номінації, внаслідок чого оживає і переосмислюється його внутрішня форма» [там само: 211], наприклад, *Victoriahasasecret* (*Victoria's Secret* – одна з найбільш відомих компаній жіночої білизни у світі), *Olivia Twist* (*Oliver Twist* – головний герой роману Чарлза Дікенса), *Nocknonheavensgate* (*Knockin' on Heaven's Door* – відома пісня Боба Ділана), *Linderella* (*Cinderella* – одна з найпопулярніших казок у світі), *Filly Pepper* (*Red Hot Chili Peppers* – американський рок-гурт), *U Kay* (*United Kingdom*); гіпоніми *Prestariat*, *Annabellatariat* та *Shadowfaxable* утворені за аналогією з іменами скакуна-легенди *Secretariat*, а також коня-персонажа твору Дж. Толкіна

– *Shadowfax*. У названих вище прикладах загальновідомі власні назви підлягають певним структурним трансформаціям, а гіпоніми *Hoof Ain't It (Who fainted?)*, *Risen in Deed (Risen Indeed)*, *Rade In The Knight (Rade In The Night)* також мають двопланову семантику, хоча зберігають єдине фонетичне наповнення. Т. П. Романова кваліфікує такі назви як «слова з подвійною мотивацією» [там само: 208];

- **стилізація** (6%) – «творення імен за моделлю власних назв інших розрядів» [там само: 212], наприклад, гіпоніми *Ms Tallulah Belle*, *Madam Storm*, *Sir Allison*, *Don Sings Ramona* утворюються шляхом використання гоноративу – особливого звертання для позначення статусу особи – як першого компонента назви, що повністю корелює з моделлю ввічливого звернення до людини; гіпоніми *Market Street*, *Smokie River*, *Pine Mountain*, *Honey Gulch* утворені за традиційною топонімною моделлю – двокомпонентне словосполучення, стрижневим елементом якого виступає географічний термін;
- **гібридизація** (1,7%) – «творення власних назв з компонентів різних мовних систем» [там само: 212], що також поділяється на такі типи: поєднання кореневої морфемі англійської мови з іншомовним суфіксом, наприклад, *Imaginetta* (італ.) *Charlita* (ісп.); вкраплення іншомовних артиклів та сполучників, наприклад, *Le Flying Monkey* (франц.), *Fresh Et Sharp* (франц.), *La Chiky* (ісп.), *El Intochable* (ісп.); утворення композитів з двома кореневими морфемами різного походження, наприклад, *Salutenshoot* (нім.); вживання іншомовних слів та словосполучень у поєднанні з англомовними на кшталт *Our Bandida* (ісп.), *Sunny Sol Rio* (ісп.), *Rojothemagnifico* (ісп.), *Dressedforthecopa* (ісп.), *Sweet Deja Vu* (франц.); транслітерації з російської мови, наприклад, *Intelligentsia*, *Kournakova*, *Tsarskaya*, *Russyskia*. Як зазначають окремі дослідники, «це цілком природно для одного імені мати частини, які походять з двох або навіть більше мов» [Sjöblom 2016: 463]. Аналогічна думка запрошується

і для висновку про офіційні гіпоніми, які нерідко є комбінацією англійських елементів з елементами інших західних мов;

- **графон** (3,8%) – «навмисне порушення норм орфографії слова чи словосполучення з метою передачі автентичності вимови» [Кухаренко 2009: 14], наприклад, неформальні скорочення *Gimmeanotherwink*, *Gimme Gold*, *Gimmenosass*, *Donncha*, *Daylite N Darkness*, *Sorta Smart*, *Wegonahavagoodtime*. В окремих випадках знаком скорочення слів слугує апостроф: *Love Life 'n Beers*, *Runnin' John*, *Stamp n' Go*, *Knock'em Out Joe*. Парадоксальним є те, що хоча графони активно вживаються в літературі, журналістиці, рекламі та неформальному спілкуванні, вони стали затребуваним способом словотворення саме в офіційній гіпонімії. До графону зараховуємо й інші порушення норм орфографії, зокрема, неправильний правопис компонентів назви, наприклад, *Souper Four*, *Front Paige Gal*, *In Speight of It*. У найновітнішому (2016 року видання) оксфордському довіднику з ономастики за редакцією К. Хью також зазначається, що для привернення уваги до назви правописні правила часто можуть порушуватися. Прикладами, що ілюструють це явище, слугують назви, написані з початкової малої літери, або вживання великих літер у середині слова, а також такі граматичні відхилення, як уникнення присвійного відмінку чи інші флективні випадки. Ці види відхилень пропонують термінувати як «атрактори», залучення яких науковці пояснюють «привабливістю, асоціативністю, запам'ятовуваністю» таких назв, що робить їх «унікальними, юридично захищеними» [Sjöblom 2016: 459];
- **анаграма** (0,1%) – «графічне шифрування слова шляхом перестановки літер, складів, зворотного прочитання» [Селіванова 2011: 25]. Так, okazionalnі utvorenня *Nemrac* та *Premeditatedredrum* – це записані у зворотному напрямку лексеми *carmen* та *murder*.

Постійна необхідність більш вигадливого словотворення визначає використання усіх вищеназваних словотвірних моделей.

Варто вказати і на те, що насправді далеко не кожену назву можна однозначно пов'язати з певним способом словотворення, тому що гіпоніми досить часто створюються з комбінуванням одразу декількох моделей. Пор. з нашої вибірки: *Premeditatedredrum* (складання з вживанням анаграми), *Yawanna Duet* (складання з вживанням графону). У нашому дослідженні зроблено спробу створити таку типологію гіпонімів, яка б виявила та інкорпорувала усі наявні словотвірні типи.

Кількісні характеристики поділу офіційних гіпонімів за словотвірною моделлю можна унаочнити у такий спосіб:

Табл. 2.3.

#### Дистрибуція словотвірних моделей офіційних гіпонімів

Словотвірна модель	Кількість	%
Складання	1777	88,9%
Афіксація	100	5%
Одноосновна назва	96	4,8%
Стягнення	27	1,3%
<b>Всього</b>	<b>2000</b>	<b>100%</b>
Специфічні способи словотворення	248	12,4%

Як бачимо, творення офіційних гіпонімів шляхом складання займає домінуючу позицію. Великий відсоток використання складання можна пояснити тим, що багатокомпонентні гіпоніми дозволяють винести більше інформації про коня у назву, створюють яскравий та незвичний образ, часто мають спонукальний характер, апелюючи до кожного, хто почує таку назву. Більшу частину англійської гіпонімної системи складають багатослівні назви з дво- та трилексемною (здебільшого відапелятивною) структурою, що характеризується значною варіативністю форм. Нагромадження в назві великої кількості слів теж можна вважати елементом онімної гри.

Розглянемо детальніше дериваційну специфіку неофіційних гіпонімів. Серед лексико-семантичних шляхів утворення розмовних назв так само виокремлюємо **онімізацію, трансонімізацію та запозичення.**

Онімізація апелювальної лексики є найбільш продуктивним шляхом збагачення народного гіпонімікону – 70% власних назв коней є похідними від загальних.

Продуктивним у неофіційній номінації є творення гіпонімів шляхом трансонімізації (30%). Низку гіпонімів відантропонімного походження було утворено від типових жіночих чи чоловічих особових імен англійської мови на кшталт *Katie, Patricia, Harry, Ben, Felix*. Рідкісними є випадки використання найменш реальних людей, які є публічними особами, наприклад, *Madonna, Monroe*. Також фіксуємо певну кількість гіпонімів відтопонімного походження, які номіновано за стародавніми та сучасними географічними об'єктами, наприклад, *Troy* (старовинне місто, де за епосом відбулася Троянська війна), *Delphia* (скорочений варіант назви американського міста *Philadelphia*), *Lester* (місто в Англії), *Hampton* (популярна назва населених пунктів в англійських країнах), *Caribbe* (острова в Карибському морі). Поодинокими є випадки використання власних назв музичних гуртів у гіпонімах на кшталт *Hopalong*, транспортних засобів, як-от: *Sienna* ← *Toyota Sienna*; напоїв, як-от: *Frappucino*; фіксуємо також декілька трансонімізованих ергонімів, наприклад, *Disney, Starbucks*. Гіпонім *Sheena* сформовано шляхом трансонімізації ідеоніма, а саме – власної назви на позначення популярної британсько-американської пригодницької драми з повною назвою *Sheena: Queen of the Jungle*.

Іншомовний вплив на творення неофіційних гіпонімів є менш суттєвим порівняно з офіційними – зафіксовано 8 запозичень з іспанської мови: *Vida, Picante, Fuego, Chic, Bella, Chico, Juan, Taco*; 2 оніми, запозичені з італійської мови – власна назва напою *Amaretto* та антропонім *Donatello*; гіпонім *Harriette* є запозиченням з французької мови; гіпонім *Vodka* є єдиним прикладом запозичення з російської мови, записаного латиницею. Отже, запозичення складають 2,4% у досліджуваному матеріалі.

Продуктивними словотвірними моделями у творенні неофіційних гіпонімів є:

- **афіксація** (40,6%), представлена суфіксальними та флексійними дериватами. Так, зменшено-пестливі назви побудовані за двоскладовою моделлю «гіпокористика з демінутивними суфіксами *-eu, -y, -ie*» та бувають узвичаєними для англійської мови, наприклад, гіпонім *Ellie*, утворений від офіційної назви *Redcarr Lady Ellie Rose*, або повсякденне *Bertie* від *Abetterplacetobe*, та okazіональними, на кшталт гіпоніма *Nudey*, утворений від похідної офіційної назви коня *In the Nude*, гіпонім *Tilly* від офіційного – *Taliban*, гіпонім *Maddie* – демінутивний варіант офіційної назви *Amahashi Madeleine*. Високу продуктивність виявляє словотворчий формант *-er*: *Dancer, Falmer, Ginger, Painter, Mister*. Зафіксовано також гіпоніми, утворені шляхом **плюралізації**, наприклад, *Bagels, Lips, Sweets*. І все ж найбільш поширеними є суфіксальні відіменні деривати: приклади гіпонімів, утворених за допомогою афіксального словотворення демонструють напрочуд розмаїті трансформації зменшено-пестливих форм особових імен;
- **одноосновна назва** (37%): *Diamond, Blaze, Frog, Spirit, Apple, King, Storm, Star, Sky, Bay*;
- **складання** (11,2%), яке, за аналогією з офіційною номінацією, охоплює такі різновиди морфологічного способу деривації: **власне складання, афіксальне складання, редуплікацію та лексикалізацію** словосполук, словосполучень та фраз. Іноді назви, утворенні шляхом складання, при більш детальному розгляді є гіпонімами комбінованого утворення, адже складання може поєднуватися з різними способами словотворення: усіченням (гіпонім *Lil Bastard*), плюралізацією (гіпонім *Wakerdoodles*);
- **скорочення** (10,8%), тобто втрата похідним словом окремих елементів, яке обіймає три словотвірні процеси: **власне усічення, безсуфіксальні гіпокористики та абревіацію**. Власне усічення представлено афарезою, синкопою та апокопою, частотність вживання яких у відсотках у межах вибірки приблизно однакова. Безсуфіксальні гіпокористики – це неофіційні скорочені назви, утворені від повного особового імені, які

використовуються для звертання до особи та характеризуються відкиданням кінцевих елементів твірної лексеми без суфіксального дооформлення, наприклад, *Sam* замість *Samuel*, *Ben* ← *Benjamin*, *Phil* ← *Phillip*, *Buzz* ← *Busby*, *Jim* ← *Jimmy*, *Zak* ← *Zachariah*, *Lisa* ← *Elisabeth*. До цього ж способу словотворення можна помилково віднести гіпоніми *Will* (від *William*) та *Jen* (від *Jennifer*), які також є типовими демінутивними чоловічими та жіночими іменами, однак у нашому випадку додаткові знання про паралельні офіційні найменування *Willberry* та *Wyedean Jensen* розкривають «механізм» утворення наведених скорочень і визначають їх зарахування не до суфіксальних гіпокористик, а до власне усічення, хоча межа між ними є дещо розмитою. Зафіксовано один гіпонім, утворений шляхом аббревіації – *DJ*.

Значно меншими у нашій вибірці є частки **стягнення** (0,4%) та **специфічних способів словотворення** (1%). Варто зазначити, що ці способи взагалі є малопродуктивними при творенні неофіційних найменувань. Шляхом **стягнення** утворені одноклексемні гіпоніми *Fridge* та *Cobbo* через об'єднання багатоклексемних офіційних назв *Fatal Ridge* та *Bob the Cob* відповідно, а також засвідчено лише один випадок гіпонімного зсуву: гіпонім *Waikikamiukau* розшифровується як фраза «*Why-kick-a-too-cow*».

**Специфічні способи словотворення** (1%) представлені одиничними випадками індивідуально-авторських переосмислень лексичних одиниць у вигляді капіталізованого вигуку з оказіональним подовженням форми *НАНАНАН*; гіпоніма-паліндрома *Otto*; гіпоніма *Mrs Mozart*, утвореного шляхом стилізації за моделлю антропоніма; гіпоніма *Al Capony* каламбурного типу з двоплановою семантикою, твірною лексемою для якого обрано ім'я відомого американського гангстера *Al Capone*, яке зазнало трансформації в результаті мовної гри. Цікавим є єдиний випадок уживання анаграми у гіпонімі *Derf*, донором для якого став антропонім *Fred*, тобто маємо справу з особливим типом відантропонімного гіпоніма.

Незважаючи на виразне протиставлення офіційних та неофіційних назв у структурі гіпонімії, іноді засвідчуємо й зовсім іншу ситуацію: кінь отримує однакове ім'я для реєстрації та повсякденного вжитку, прикладами чого в нашій вибірці є гіпоніми *Davina*, *Toby*, *Badger* та *Galaxie*. Як бачимо, наведені приклади назв короткі, звучні та легкі для вимови, що й визначає їх успішне перенесення з офіційної сфери в побутову, де завжди присутнє прагнення до економії мовних зусиль.

Зафіксовано також випадки, коли одного й того самого коня в побуті називають по-іншому, тобто спостережена варіативність неофіційних найменувань. Приміром, кінь з паспортною назвою *Billara Beersheba* в усній побутовій практиці йменується як *Bill*, *Billy Boy* або *Billy Baby*, тобто використовується один із компонентів повної назви у скороченому вигляді з додаванням нових компонентів. Варто зауважити, що така варіативність найменувань у повсякденному житті спричинена низкою екстралінгвальних чинників, таких, наприклад, як особисте бажання мовця, суб'єктивне ставлення до тварини членів родини або самого власника тощо.

Унаочнюємо результати розподілу вибірки неофіційних гіпонімів за словотвірною моделлю у такий спосіб:

Табл. 2.4.

Дистрибуція словотвірних моделей неофіційних гіпонімів

Словотвірна модель	Кількість	%
Афіксація	203	40,6%
Одноосновна назва	185	37%
Складання	56	11,2%
Скорочення	54	10,8%
Стягнення	2	0,4%
<b>Всього</b>	<b>500</b>	<b>100%</b>
Специфічні способи словотворення	5	1%



Аналіз вибірки показав, що найбільшою продуктивністю у творенні гіпонімів характеризується афіксація. Не менш продуктивним є творення одноосновних безафіксальних назв, що, на нашу думку, зумовлено їхньою компактністю, звучністю та легкістю для вимови та запам'ятовування.

В цілому, набір неофіційних народних гіпонімів відзначається багатством та різноманітністю форм, низьким ступенем повторюваності (зафіксовано 2 випадки назв, повторюваних двічі: *Bertie, Jasmine*), а значить, і складністю виявлення моди на імена, тобто фактичною відсутністю традиційного «репертуару» гіпонімів. Ця особливість неофіційних гіпонімів порушує наявні стандарти йменування тварин у побуті, які включають відсутність фантазії у процесі номінації та одноманітність, та стає спільною ознакою офіційних та неофіційних найменувань, зближуючи ці протилежні категорії.

### 2.3. Мотивація офіційних та неофіційних гіпонімів

Наступним питанням, що вимагає розгляду, є вивчення екстралінгвальних умов, що впливають на вибір власної назви, тобто питання мотивації гіпонімів. Їхня природа і мотиваційна сутність принципово відмінні від найбільш типових об'єктів, які входять у будь-який онімний простір. Для аналізу зібраного матеріалу за розробленою мотиваційною класифікацією треба спочатку сказати взагалі про лінгвістичну опрацьованість питання мотивації ученими-ономатологами.

Мотивація може розглядатися з двох позицій: традиційного словотвору, де вона розуміється як «процес формування семантичного та формального зв'язку похідного слова із твірним у межах знакового коду мовної системи» [Селиванова 2001: 480], тобто втілює асоціативний зв'язок між словами як знаками, та з позиції науки про власні назви, де вона тлумачиться як той самий «семантичний та формальний зв'язок», але вже «між словами як знаками і їхніми позначуваними, що встановлюється при творенні слів» [там само: 480], тобто, у другому випадку, вона втілює асоціативний зв'язок між словами та їхніми денотатами. Мотивацію першого типу прийнято вважати **відносною**, другого – **абсолютною**. Дослідники

Г. Бучко та Д. Бучко обґрунтовують розмежування мотивації апелятивів і мотивації власних назв різною природою цих двох груп лексики [Бучко 2013: 223]. Обидва терміни стосуються лінгвістики, але ми зосередимо свою увагу на мотивації як екстралінгвальному явищі – мотивації власних назв.

Н. В. Подольська пропонує таке визначення: «Вмотивоване ім'я – це будь-яка власна назва, яка має прозору семантичну структуру, чітко виокремлену кореневу морфему, через що в ній можна визначити мотив номінації» [Подольская 1988: 85]. У примітках дослідниця пояснює, що зазвичай кожне ім'я є вмотивованим, однак іноді мотив номінації «може бути прихований від усіх, крім вузького кола ознайомих людей» [там само: 85]. М. М. Торчинський розширює розуміння мотивації і вводить поняття **приводу** виникнення власної назви та **мотиву** для утворення чи вибору назви, тим самим конкретизуючи узагальнюючий термін слов'янської ономастики «**ситуація номінації**» та виводячи аналіз мотиваційних процесів за межі мовного середовища [Торчинський 2008, 450-451]. У найновітнішому «Словнику української ономастичної термінології» зазначається, що **мотив** – це «екстралінгвальний привід вибору чи створення конкретної власної назви для конкретного об'єкта» [Бучко 2012: 124]. Так, приводом для створення гіпоніма *I'll Have Another* є реєстрація коня в державній книзі племінних тварин, а мотивом номінації у цьому разі слугує відповідь власника на питання дружини, чи хоче він з'їсти ще трохи тільки що випеченого печива. Весь процес від появи причини номінації до втілення певного мотиву в конкретній власній назві можна назвати **ситуацією** номінації.

Варто зауважити, що хоча усі вищезазначені фактори є позамовними, ономатологи активно досліджують **мотиви**, що породжують імена, адже вони дають ключ до розуміння типу словотворення, походження та етимології онімів – явищ суто лінгвістичних.

О. О. Селіванова вказує на різноманітність термінів, які використовують науковці для найменування досліджуваного явища та називає терміни **мотивованість**, **мотивування** та **мотивізація** дублетами, що викликають термінологічну надмірність та лише ускладнюють проблему аналізу мотиваційних

відношень [Селиванова 2011: 480]. Не є науково достовірним ототожнення терміна **мотивація** з такими поняттями, як **внутрішня форма слова** чи **словотвірна семантика**, на яке науковці вже давно звернули увагу [Бучко 2013: 223], оскільки мотиваційне значення відрізняється від словотвірного, хоча М. М. Торчинський, посилаючись на О. В. Суперанську, все ж говорить про взаємозв'язок та взаємодоповнення типологій, які ґрунтуються на мотивах номінації та семантиці твірного слова [Торчинський 2008: 445]. Така різноманітність термінів, на нашу думку, лише підтверджує складність та багатоаспектність цього феномену.

Основні критерії мотивування в гіпонімії вже ставали об'єктом спеціального вивчення. Так, досліджуючи семантику російських гіпонімів, Т. П. Романова виокремлює традиційні «прямо мотивовані» гіпоніми, які «безпосередньо відображають певні властивості тварини або дають їй загальну оцінку» та найбільш частотні у тогочасній радянській гіпонімії «опосередковано мотивовані» гіпоніми, які «не називають безпосередньо якостей тварини, однак завдячуючи компоненту позитивної оцінки, абстрактно передають ідею краси та шляхетності» [Романова 1991: 156].

Т. М. Чібіров опублікував велику статтю, присвячену порівняльному аналізу гіпонімів російської та англійської лінгвокультур, де встановлено спільні ознаки, покладені в основу йменування коней, а саме: масть (*Пегаш, Black Fury*), частини тіла (*Атласный, Grey Leg*), схожість з іншими тваринами (*Барс, Tiger*), розмір (*Крохотный, Big Red*), швидкість (*Гром, White Lightning*), зв'язок з небом (*Самолет, Sky Fly*), порода (*Арабчик, Darley Arabian*), міць (*Кремень, Granite*). Окремі гіпоніми виражені також за допомогою «пташиних назв» (*Сокол, Irish Eagle*), антропонімів фольклорного і міфологічного походження (*Галиаф, Calypso*), етніонімів та географічних об'єктів (*Казачка, Miss America*) та ін. [Чібіров 2018: 11-16].

Як бачимо, у встановленні мотивів номінації, дослідники не відходять від аналізу семантики твірної лексеми, яка, як відомо, не завжди є втіленням тих мотиваційних відношень, які виникають в момент номінації між назвою та її денотатом.

Особливо цікавими та важливими є декілька ґрунтовних праць зарубіжних дослідників, зокрема монографія Дж. Редмондса «Names and History: People, Places and Things» [Redmonds 2004]. Окремий підрозділ дослідження [там само: 139-144] присвячено історико-культурному опису процесу номінації коней Британії у XIV-XVII століттях, починаючи з часів середньоанглійського періоду, у якому систематизовано безцінні знання про мотиваційну структуру власних назв коней періоду розвитку та становлення ранньої сучасної англійської мови. Стає відомо, що впродовж XIV-XV століття для називання коней вороної, темно-руді та світло-солової мастей обирали дво- і трилексемні структури комбінованої мотивації, як-от власні назви давньофранцузької мови: *Lyardum de Ebor* (або середньоангл. «*Lyard of York*») (1347), *Morrellum de Tyrweyn* (1347), *Bayard Nesfeld* (1393), *Lyard Gib* (1452), *Lyard Otteley* (1495), *Lyard Banys* (1503), в яких одна лексема, як правило, вказувала на колір шерстяного покриву тварини, наприклад, *Morrellum* (англ. *black* – «чорний»), *Bayard* (англ. *reddish-brown* – «червонувато-коричневий»), *Lyard* (англ. *silvery-grey* – «сріблясто-сірий»), а друга – походила від імені або прізвища реальної особи, що мала відношення до тварини, як-от: ім'я *Gib* (від *Gilbert*), прізвища *Nesfield*, *Otteley*, *Banys*, рідше – була мотивована територіальною віднесеністю тварини або власника, наприклад, *York*, *Tyrweyn*. Цікаво, що залучення антропонімів у структуру найменувань мало суто прагматичний характер: власники часто стикалися з проблемою крадіжки коней і намагалися таким чином пов'язати тварину з власним прізвищем або з назвою кінної ферми, яку теж часто називали за прізвищами власників. Дослідник зазначає, що «колір та особове ім'я (йдеться про імена та прізвища – Н. А.) завжди були важливими темами» [Redmonds 2004: 142]. Ця тенденція залишалася незмінною й у XVI-XVII століттях, доказом чого слугують такі приклади з описів різних власників, наведені автором: *Gray Taillor* (1557), *Bay Coittes* (1557), *Whit Fletcher* (1562), *White Smythefeild* (1605), *Gresseld Evers* (1617), *Sander Maire* (1672) [там само: 141]. У другій половині XVII століття вперше засвідчуємо субстантивні словосполучення атрибутивного характеру (часто плюральні), мотивовані фізичними та фізіологічними властивостями тварини: *Long Legs*, *Thick Knee*, *Mad Brains*. В

останнє десятиліття XVII століття з'являються такі назви як *Smithson*, *Pudsey*, *Tempest*, *Dun Nag*, *Strawberry*, *Nipping Nell*, *Hollow Back*, які, вочевидь, характеризуються більшим мотиваційним розмаїттям та суттєво відрізняються від усталених на той час власних назв [там само: 142]. Отже, на прикладі великого масиву середньовічних гіпонімів досліднику вдалося досить повно розкрити мотиваційні особливості номінації того періоду.

У змістовній монографії А. Рума об'єктом студіювання також є власні назви тварин [Room 1993]. Виокремлюючи назви коней, кішок та собак дослідник в кожному типі виділяє і більш дрібні категорії (наприклад, скакові коні, домашні коні, коні для розведення, поні тощо). Основну увагу в науковій праці приділяється причинам виникнення назв. Так, дослідник виокремлює чотири основні групи гіпонімів за характером мотивації: **описові** назви (англ. *descriptive names*), мотивовані фізичними властивостями (*Misty Mountain* – кінь світло-сірої масті, *Shadow* – темно-сірої, *Domino* – із світлими підпалинами, що виділяються на чорному тлі, а *Socks* – темної масті з білим кольором кінцівок), якостями характеру тварини (*Lady* – спокійне та виховане поні), її звичками (*Romany* – кінь, який любить десь блукати), ходою (*Tarantella* – кінь, який завжди пританцює), породою (*Malik* – арабський скаковий кінь (від араб. *malik* – «король»)) [там само: 23-35]; **випадкові** назви (англ. *incident names*), мотивовані випадком, що трапився незабаром після народження або придбання тварини, наприклад, ім'я коня *Follyfoot*, який в перший же день застряг ногою в кошику на подвір'ї власника [там само: 37-44]; **асоціативні** назви (англ. *link names*), тобто власні назви інших розрядів з носіями яких, асоціюється тварина (підбір таких назв часто є довільним і власники не мають чіткого пояснення свого вибору), наприклад, поні *Rupert*, кінь *Bramble* [там само: 45-55]; **групові** назви (англ. *group names*), мотивовані спорідненою тематикою, наприклад, поні *Topic* та *Picnic*, які отримали імена за назвами шоколадних батончиків [там само: 57-64].

Хоча дослідник наводить й інші приклади мотивів, що не входять в зазначені групи, однак, на нашу думку, така градація є лише частковим описом мотиваційних ознак гіпонімів та не характеризується всеохопленістю та впорядкованістю,

оскільки не всі наведені приклади мотивації класифіковані за групами, а до складу найменувань, які кваліфікуються на основі певних мотиваційних ознак, часто зараховуються гіпоніми, мотиви при творенні яких були зовсім іншими (так, до описових назв автор зараховує гіпонім *Baboushka*, який був обраний власником помилково, бо він вважав це слово російським варіантом англійського *sweetheart*).

Досліджуючи природу номінації, Г. Є. Бучко та Д. Г. Бучко схематично зображають процес виникнення власних назв у вигляді таблиці, яку ми відтворили нижче, лише замінивши приклади українських онімів на оніми англійської мови, властиві кожній із зазначених категорій апелятивного рівня [Бучко 2013: 221]. Цікаво, що усі наведені приклади взяті з вибірки офіційних та неофіційних гіпонімів, що використовується в нашому дослідженні:



Рис. 2.1. Візуалізація процесу виникнення власних назв

Цей експеримент дозволив підтвердити відсутність визначальних соціально-психологічних критеріїв при йменуванні коней, які б діяли в англomовному світі, як це, наприклад, властиво антропонімам чи топонімам (навіть чи можна говорити про людину з іменем *Pearl Lake*, або про місто під назвою *Lusy*). Хоча структура гіпонімів регламентується низкою правил і традицій, неможливо виділити узвичаєні, традиційні назви коней, а, навпаки, серед розмаїття гіпонімів, можна дібрати низку традиційних для інших розрядів назв.

Описане явище, по-перше, суперечить думці В. ван Лангендонка, що «на рівні сформованої лінгвістичної конвенції власні назви мають категоріальну співвіднесеність, без якої їхнє використання неможливо уявити» [Langendonck 2007: 79], яку пізніше повністю спростовує Р. Коутс, констатуючи, що «жодна назва не містить логічної здогадки чи припущення про категорію особи, якій вона належить, як багато лінгвістів та логіків хотіли б вірити» [Coates 2012: 125], а по-друге – лише ускладнює виявлення мотивів номінації, адже дозволяє кваліфікувати офіційні гіпоніми як штучно створені імена, породжені цілеспрямованим словотворчим актом, а не природним відбором у результаті мовної практики.

Не володіючи особистою інформацією від власників про мотив кожної окремої номінації, ми не можемо «підлаштовувати» гіпоніми під традиційну для сучасної ономастики мотиваційну класифікацію, робити підрахунки та оперувати відсотковими показниками, адже, діючи таким чином, неодмінно «скотимось» до аналізу внутрішньої форми гіпоніма, тобто первинної (догіпонімної) семантики основи, що на момент номінації не обов'язково відбивала його мотивувальну ознаку. Пропонуємо укласти мотиваційну класифікацію списку офіційних гіпонімів зі встановленим мотивом номінації, користуючись термінологією М. М. Торчинського.

Дослідник виокремлює власні назви з **простою мотивацією** (з одним мотивом номінації), **комбінованою мотивацією** (з декількома мотивами номінації) та **невідомою мотивацією** (з мотивом, який не вдалося виявити). Серед власних назв з простою мотивацією виділяються апотропейні, асоціативні, ідеологічні, квалітативні, локативні, меморіальні, номінальні, патронімічні, посесивні, символічні, ситуативні, сутнісні та темпоральні оніми [Торчинський 2008: 455-485].

В англomовному гіпоніміконі частотними є **патронімічні** гіпоніми (28,6%), до яких зараховуємо назви, мотивовані іменами предків. За основу мотивації таких назв беруться родинні зв'язки тварини. Реєстратор Жокейського клубу Р. Бейлі зазначає, що «існує безліч способів вибору назви, однак найпоширенішим – є назва коня за його родоводом» [Bruni]. Виділяємо декілька технік створення таких назв,

ілюструючи їх прикладами: **телескопія** – поєднання частин імені батька та матері, наприклад *Alysheba* ← *Alydar* + *Bel Sheba*. Як справедливо зазначає Т. В. Шмельова, «в такому підборі смислові зв'язки слів практично не враховуються, мотивація є чисто зовнішньою (буквеною)» [Шмелева 2013: 57]; **лексичне заміщення** – використання частини або повного ім'я когось з батьків як основи нового імені, наприклад, *Crème Fraiche* ← *Rich Cream* + *Likely Exchange*; **синонімічна заміна** – використання лексем, подібних за змістом до імен батька та/чи матері, їх креативне переосмислення, як-от: *Cutting Humor* ← *First Samurai* + *Pun*. Також фіксуємо інтерпретацію назв «батька» чи «матері», що пов'язана з перекладом з одного мовного коду на інший, наприклад, *Animal Kingdom* – назва, що виникла внаслідок перекладу та переосмислення імені батька – *Leroidesanimaux* (від франц. *le roi des animaux* – «цар звірів»). Патронімічні мотиваційні відношення широко представлені серед офіційних гіпонімів через те, що збереження в імені певного відношення до предків є давнім і традиційним способом номінації коней.

Широкого розповсюдження набули **номінальні** гіпоніми (16,7%) – відапелятивні назви, що присвоюються без будь-якого мотиву і підбираються лише за принципом відсутності подібного імені. Наприклад, назва відомого переможця перегонів, коня *Maximum Security*, виникла суто через необхідність іменувати коня і була довільно обрана. Відсутність ряду популярних назв та неможливість повторень у процесі офіційної номінації стимулює проведення онлайн-конкурсів з підбору імен з подальшим використанням онлайн-генератора, який довільно обирає серед десятків мікрономінацій остаточне ім'я коня. Таким чином, сотні людей включаються у процес створення імені. Із більш ніж тисячі потенційних назв, обирається остаточна назва багатьом коням.

**Меморіальні** гіпоніми теж досить розповсюджені (11%), адже мотивом для їх виникнення стає бажання увічнити пам'ять про певних людей, події, місця тощо. Прикладами з нашої вибірки слугують гіпоніми *Rachel Alexandra* (ім'я онуки власника), *Temperence Hill* (назва методистської церкви в Арканзасі, яку в XIX столітті відвідували предки власника коня), *Riva Ridge* (назва улюбленого гірськолижного курорту власника у штаті Колорадо).



Варто зазначити, що якщо власник бажає назвати коня на честь знаменитості, необхідно спершу отримати письмовий дозвіл цієї особи. Реєстратор Жокейського клубу згадує у своєму інтерв'ю (курсив наш – Н.М.): «У нас була кобила на ім'я *Барбара Буш*, коли пані Буш була ще першою леді. Ми отримали лист-дозвіл на офіційному бланку Білого дому...» [The Science of Naming a Racehorse]. Для того, щоб використати в якості назви ім'я вже померлої відомої особи, необхідно додати пояснювальну записку з детальним обґрунтуванням свого вибору, яке зможе задовольнити реєстраційну комісію. Так отримав своє ім'я кінь *Nyquist*, названий на честь гравця «Детройт Ред Вінгс» – однієї з найвідоміших команд у Національній Хокейній Лізі.

**Локативні** гіпоніми номіновано за певними географічними об'єктами, місцем народження, проживання або придбання коня. Наприклад, легендарний британський скакун кінця XVIII століття *Beningbrough* був названий на честь сусіднього села у графстві Північний Йоркшир, де й народився, а коня *Venetian Way* номіновано так на честь вулиці Маямі-Біч. Локативні гіпоніми складають 7,6% у досліджуваному матеріалі.

**Ситуативні** гіпоніми містять прихований мотив номінації, який можливо встановити тільки шляхом отримання роз'яснень. Такі гіпоніми мотивуються певними епізодами дійсності і, як слушно зазначає М. М. Торчинський, «виникають спорадично, на основі певної життєвої ситуації, яка була актуальною в певний момент» [Торчинський 2008: 482]. Наприклад, мотивом для створення гіпоніма *Needles* послугували численні ветеринарні ін'єкції, які робили коню, коли він був лошам, для подолання болю в ребрах та пневмонії. Цікавою є історія створення гіпоніма *Promises Fulfilled*: власник Роберт Барон подав заявку з цим іменем на річницю свого одруження як нагадування про всі обіцянки, які він давав своїй родині, і виконував, враховуючи й обіцянку придбати колись хорошого коня [Frakes]. Серед гіпонімів цей тип мотивації є продуктивним (5,2%) у зв'язку з необхідністю уникнення повторень у процесі номінації, а значить – необхідністю підбору нових та цікавих лексичних одиниць, словосполучень та речень.

**Апотропейні** гіпоніми пов'язані з бажаною поведінкою чи характеристиками, які повинен мати денотат. А. Рум з цього приводу зазначає: «Коні змагаються, щоб виграти перегони (довести свою силу, швидкість, витривалість, елегантність, кмітливість), а також, щоб виграти гроші (довести свою перевагу, клас та цінність). Іншими словами, вони уособлюють три амбіції, яких більшість із нас прагне, якщо ми чесні, досягти: слави, багатства та здоров'я» [Room 1993: 82]. Так, апотропейні гіпоніми не є рідкісними (4,8 %), адже, з одного боку, втілюють людське прагнення до перемоги, а з іншого, маніпулюють свідомістю прихильників кінних перегонів, навіюючи їм бажання робити грошові ставки на певного коня. Як правило, цю групу формують словосполучення, побудовані за схемою «іменник + іменник» з атрибутивним значенням, на зразок *Game Winner*, *Master Derby*, або дієслівні конструкції, на зразок *Strike the Gold*, *Bet Twice* тощо.

Поширеними в номінації тварин завжди були **квалітативні** назви (4,8%), номіновані за певними характерними рисами денотата – зовнішніми, на зразок *Flying Ebony* (спритний кінь вороної масті); або внутрішніми (особливостями характеру чи поведінки), на зразок *Charismatic*, *Personality*, *Unbridled*. Іноді засвідчуємо квалітативи, мотивовані рисами жокея, наприклад, ім'я коня *Fast and Accurate*, що позначає медичні навички власника, спеціаліста зі знеболення.

Не зважаючи на уявну прозорість мотиваційної ознаки, що лежить в основі квалітативів, такі гіпоніми також буває складно виявити, не володіючи додатковою інформацією про умови створення назви. А. Рум наводить різні приклади, серед яких: назва коня *Cornflake*, який при народженні мав маленькі вуха, що «стирчали, як хрусткі кукурудзяні пластівці» [Room 1993: 28]; *Quest* – «з відмітиною на голові у формі знаку питання» [там само: 28]; *Lightning* – «з відмітиною у формі зигзагу» [там само: 28]; гіпонім *Lady* неочікувано мотивований не жіночою статтю коня, а відмітиною у формі вишуканого жіночого силуету на його голові [там само: 28]. Зазначені приклади свідчать про неможливість виявлення мотиву квалітативних гіпонімів, керуючись аналізом їх внутрішньої семантики, оскільки, досить часто, внутрішній зміст назви не експлікує характеристики об'єкта номінації, що послуговували мотивом для називання.

**Асоціативні** гіпоніми (3,3%) мотивовані назвами творів мистецтва (книжок, фільмів, картин тощо), або окремих компонентів цих творів. Наприклад, коня *Drosselmeyer* номіновано так на честь персонажа з балету «Лускунчик», а гіпонім *Lemon Drop Kid* пов'язаний з однойменною американською комедією.

**Символічні** гіпоніми (2,9%) завжди пов'язані зі змістом твірної основи, значення якої має символічну природу, та покликані створити певний образ, що асоціюватиметься з денотатом. Гіпоніми такого типу часто є іншомовними запозиченнями, наприклад, *Sarava* (від браз. «щастя»), *Leroïdesanimaux* (від франц. «цар звірів»).

**Ідеологічні** гіпоніми не є поширеними (2,3%) і безпосередньо пов'язані з політичними реаліями та особами, філософськими та релігійними поглядами, військовими реаліями чи подіями, наприклад: *Battle Colors*, *Honor*, *Courage*, *Patriotic*, *Soldier*.

Основним мотивом для виникнення **посесивних** гіпонімів є ім'я чи прізвище власника коня, тренера або вершника. Фіксуємо різні форми вираження приналежності: вживання ініціалів у назві на кшталт *Lil E. Tee*, де *Lil* – це ініціали власника коня – Л. І. Літмана; вживання іменників з закінченням -'s або ж апострофом «'», на зразок *Jess's Dream*, названого в честь власника Джеза Джексона; використання імені у ролі форманта, наприклад, *Bodexpress*, або як окремого слова в різних комбінаціях, наприклад, *Afleet Alex*. Посесивні гіпоніми формують кількісно найменшу групу (0,9%).

Варто сказати, що серед гіпонімів нашої вибірки не було виявлено жодного з **темпоральною** мотивацією, що пов'язана з часом народження чи придбання коня. За офіційними правилами номінації усім чистокровним коням, незалежно від фактичної дати народження, призначається офіційний день народження – 1 січня, щоб без ускладнень формувати вікові групи для перегонів. Назви коней мають бути зареєстровані в Жокейському клубі і потрапити в міжнародний реєстр протягом року від фактичної дати народження, інакше власники будуть змушені сплатити штраф. Тому, така характеристика, як час народження, нівелюється в офіційній

номінації, хоча, цей критерій теж може бути покладений в основу мотивації англомовних гіпонімів.

Мінімальною кількістю в англомовному секторі характеризуються **сутнісні** гіпоніми, які «безпосередньо пов'язані з тими функціями, які повинен виконувати денотат», тобто «вказують на тип денотата» [Торчинський 2008: 467]. Назви з формантами *filly, colt, stud, mare, stallion*, або будь-яким аналогічним терміном, що пов'язаний з типологічними ознаками тварини чи її функціональним призначенням, заборонені правилами номінації, встановленими офіційними міжнародними організаціями. У нашій вибірці такі гіпоніми відсутні.

Пропонуємо також доповнити класифікацію М. М. Торчинського ще декількома типами мотивації, специфічними саме для гіпонімної номінації.

Кількісно незначну групу формують гіпоніми з **тематичною** мотивацією (2,3 %), що передбачає іменування одразу декількох коней за певною тематикою, утворюючи тематичний ряд назв, що складають окрему тематичну групу. Описуючи давньоруські антропоніми, Є. М. Варнікова називає такі імена **серійними**, характеризуючи їх як випадки тематичного підбору імен для представників однієї сім'ї [Варнікова 2011: 59-60]. Прикладами, що відомі в конярстві, є залучення бейсбольної термінології, використання назв ураганів, а також назв міст певного штату США. З нашої вибірки до цієї категорії належать назви легендарних коней *Cloud Computing, Takeover Target, Currency Swap, Predatory Pricer* та *Willful Default*, мотивовані термінами з фінансової галузі (власник – менеджер інвестиційного фонду). Особливістю цього типу мотивації є те, що вибір теми сам по собі може бути нічим не мотивований, однак іменування кожного денотата мотивується необхідністю його входження в конкретний тематичний ряд.

Мотивом для виникнення гіпонімів з **комунікативною** мотивацією є орієнтація на слухове сприйняття назви. Розраховуючи на те, що ім'я коня буде неодноразово озвучене коментатором кінних перегонів або інших видів кінних змагань, власники підбирають назви таким чином, щоб при включенні їх у текст створювався гумористичний ефект, що приверне увагу до назви та сприятиме її

кращому запам'ятовуванню. Таким чином, вибір назви зумовлюється зручністю її включення в текст. Прикладами з нашої вибірки є гіпоніми *Suddenbreakingnews*, *Win Win Win*. Прихильники кінних перегонів добре пам'ятають такі назви, як *Arrrrrrrrrrrrrrrrrrrr* або *Badly*. З вуст коментатора це звучить так: «*And here comes Bob Little riding Badly*» [Best Horse Names]. Особливістю цього типа номінації є превалювання комунікативної функції над власне номінативною. Комунікативні гіпоніми складають 1,9% у досліджуваному матеріалі.

Відмітимо, що серед англomовних гіпонімів може бути величезна кількість комбінацій мотивів. Досить поширеними є гіпоніми з **комбінованою мотивацією**, що складають загалом 7,6% у досліджуваному матеріалі, причому тут налічується одинадцять різних типів поєднань:

- **патронімічно-посесивна** мотивація: гіпонім *Afleet Alex* мотивований назвою «батька» – *Northern Afleet*, а *Alex* – це ім'я власника;
- **патронімічно-апотропейна** мотивація: гіпонім *Victory Gallop* мотивований назвою «матері» – *Victorious Lil* і одночасно втілює побажання перемоги; гіпонім *Spend a Buck* мотивований назвою «батька» – *Buckaroo* і паралельно спонукає зробити грошову ставку на коня;
- **патронімічно-квалітативна** мотивація: гіпоніми *Silver Charm*, *Young Eclipse*, *Candy Spots* мотивовані назвами «батьків» – *Silver Buck*, *Eclipse*, *Candy Dish* (відповідно), натомість інший компонент вказує на характерні особливості денотата;
- **патронімічно-меморіальна** мотивація: гіпонім *Tank's Prospect* мотивований назвою «батька» – *Mr. Prospector*, а *Tank* – це прізвисько колишнього гравця Національної футбольної ліги та виконавчого директора футбольної команди власника коня; гіпонім *Count Turf* мотивований назвою «батька» – *Count Fleet*, а *Turf* – це назва ресторану власника на Таймс-Сквер; гіпонім *J Boys Echo* мотивований назвою «матері» – *Letgomyecho*, натомість *J Boy* – це прізвисько зятя власника;

- **патронімічно-ідеологічна** мотивація: гіпонім *Irish War Cry* мотивований назвою «матері» – *Irish Trip* і певною мірою пов'язаний з військовою ідеологією;
- **локативно-квалітативна** мотивація: гіпонім *California Chrome*, в якому компонент *California* вказує на місце народження та утримання коня, а компонент *Chrome* додається через наявність яскравих білих відмітин на його тілі, які серед вершників отримали назву *chrome*;
- **квалітативно-меморіальна** мотивація: гіпонім *Young Traveller* характеризує коня за віком і водночас увічнюють пам'ять про легенду кінних перегонів XVIII століття – коня *Traveller*;
- **посесивно-символічна** мотивація: гіпонім *Fusaichi Pegasus* мотивований іменем бізнесмена *Fusao* з додаванням японського слова *ichi*, що означає «найкращий», а компонент *Pegasus* має символічну природу;
- **посесивно-асоціативна** мотивація: гіпонім *Lil E. Tee* складається з ініціалів власника коня Лоренса І. Літмана, а також мотивований назвою іншопланетного прибульця з фільму С. Спілберга;
- **ситуативно-квалітативна** мотивація: гіпонім *Black Gold* вказує на колір хутра тварини, а також мотивований розмовною назвою нафти, яку було виявлено в Оклахомі;
- **комунікативно-символічна** мотивація: гіпонім *Plus Que Parfait* походить від франц. *plus-que-parfait*, що означає «давноминулий час», і є лінгвістичним терміном. Включення назви в текст спортивного коментатора призведе до своєрідного каламбуру: *Plus Que Parfait had won the Kentucky Derby*; паралельно назва містить символічне значення, адже у дослівному перекладі означає «більше ніж кращий».

Нижче наведено аналіз кількісних показників розподілу офіційних гіпонімів за мотивацією:

Табл. 2.5.

## Співвідношення типів мотивації офіційних гіпонімів

Тип мотивації	Кількість	%
Патронімічна	60	28,6%
Номінальна	35	16,7%
Меморіальна	23	11%
Локативна	16	7,6%
Комбінована	16	7,6%
Ситуативна	11	5,2%
Апотропейна	10	4,8%
Квалітативна	10	4,8%
Асоціативна	7	3,3%
Символічна	6	2,9%
Ідеологічна	5	2,3%
Тематична	5	2,3%
Комунікативна	4	1,9%
Посесивна	2	1%
Сутнісна	0	0%
Темпоральна	0	0%
<b>Всього</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Як бачимо, серед мотивів номінації гіпонімів домінують позиції займають патронімічний, номінальний, меморіальний та локативний. Велика кількість патронімічно-мотивованих гіпонімів свідчить про те, що при обранні імені для коня власники бажають передати походження тварини, зберегти формальний зв'язок з попереднім поколінням, наслідувати традиційній моделі йменування. Існування значної кількості довільно мотивованих гіпонімів, на нашу думку, зумовлюється великою потребою гіпонімної системи в різноманітних словесних знаках, а також додатковими труднощами, що виникають через особливі правила номінації та строгість відбору. Цілком логічним є той факт, що поширеними є меморіальний та

локативний мотиви, які задіюють один і той самий механізм у свідомості – для називання обираються оніми, що викликають найпотужніші асоціації, пов'язані з родичами, друзями, улюбленими місцями. Для власника такі назви завжди мають позитивну конотацію, суб'єктивне, індивідуальне наповнення та викликають щасливі спогади, що й визначає частотність гіпонімів означених типів. Низка гіпонімів має комбіновану мотивацію, що пояснюється превалюванням дво- та трилексемних структур, компоненти яких можуть мати різні умови виникнення та вказувати на різні ознаки коня. Гіпоніми, мотивація яких втрачена, не ввійшли до нашої вибірки.

Через відсутність важкодоступної інформації про умови створення побутових назв коней, комплекс причин, що мотивують вибір неофіційних гіпонімів нашої вибірки встановити не видається можливим. Тому пропонуємо описати лише деякі закономірності мотиваційних відношень неофіційної номінації.

Основною відмінністю побутового назовництва є відсутність необхідності долати однойменність та можливість обирати назву з наявного фонду узвичаєних. Масштабне опитування Королівського товариства із запобігання жорстокому поводженню з тваринами у Британії навесні 1991 р. (майже півмільйона учасників) традиційними іменами коней назвало *Copper, Beauty, Bramble, Star, Misty, Lady, Amber, Snowy, Holly, Biscuit*, зазначені у порядку зменшення частотності їх вживання [Room 1993: 8]. Деякі гіпоніми з цього переліку потрапили до нашої вибірки, а саме: *Beauty, Star, Holly*, натомість назвами, що повторюються є *Bertie* та *Jasmine*. Тривале вживання подібних назв призводить до поступової втрати ними вмотивованості. Мотиви присвоєння вже не є зрозумілими і не чітко простежуються, оскільки при регулярних повтореннях важливу роль відіграє «гіпонімна мода», у якій відбита жива народна традиція йменування.

У багатьох випадках розмовні назви є дериватами від офіційних і утворюються за аналогією до патронімічних гіпонімів офіційної сфери вжитку шляхом **лексичного заміщення**, тобто вживання частини офіційної назви у якості розмовно-побутової, на зразок *Genie* від *Miss Congeniality*, *Katie* від *Keltic Katie*, *Wesley* від *Wessel*; **синонімічної заміни**, тобто переосмислення похідної назви, на



кшталт *Honey* від *The queen bee*; а також шляхом **усічення** різних типів: *Will* від *Willberry*, *Mo* від *Crown Harmony*, *Meg* від *Glencapel Nutmeg*. Повне відтворення офіційної назви засвідчуємо рідко і це переважно однолексемні конструкції, на зразок *Badger*, *Davina*, *Toby*. Такий принцип іменування коней є досить поширеним (146 випадків з 500) і зумовлюється дією закону економії мовних зусиль, властивого усному мовленню. Простежується орієнтація на простоту, легкість вимови, лаконічність форми.

Окрім переосмислення офіційних назв, мотивуючою базою неофіційних гіпонімів слугують також найменування, які відповідають реальному антропонімікону англomовного світу, причому тут досить часто спостерігається вживання гіпокористик та демінутивів, детально описаних у минулому підрозділі. Скорочені назви мають емоційне забарвлення, позитивну конотацію та «грайливий» характер, як у випадку з іменем *Lulu*, що є «дитячою» формою від *Louisa* або *Toto* – від *Antonio*.

Також фіксуємо гіпоніми, мотивовані негативно конотованою, просторічною лексикою, як-от: *Stinky*, *Ugly*, *Lil Bastard*, *Dogface*, *Fat Bastard*, *Idiot*, *Monster*, *Trash*, *Killer*, які мають значний атрактивний потенціал [Хоанг 2018: 149]. Такі згрубіло-зневажливі назви, на нашу думку, можуть бути пов'язані з агресивним характером тварини, або ж передають дружнє, іронічне ставлення власника, демонструють його ексцентричність.

Разом із тим, неофіційний гіпонімікон характеризується розвиненою лексичною варіативністю. Є, можна думати, частина номінальних назв, що присвоюються за відсутністю конкретного мотива та обираються з апелятивного корпусу. Цілком імовірно, що такі гіпоніми з нашої вибірки, як *Silence*, *Vintage*, *Garlic*, *Vida*, *Painter*, *Snickers*, *Bathroom*, *Spoon*, є **номінальними**, адже апелятив основи цих назв неспіввідносний із об'єктом номінації. Звичайно, це тільки припущення, здогадка, оскільки опитування стосовно мотивів номінації не проводилось. Іноді фіксуємо **ситуативні** гіпоніми, наприклад, *Whatever* (від англ. – «який-небудь»). Відомо, що він був отриманий внаслідок кинутої наспіх фрази власником: «Назвіть його як-небудь!» (від англ. *Call him whatever!*).

Можна висловити впевненість, що гіпоніми *Buddha*, *Attila*, *Madonna* мають меморіальну мотивацію, *Bimbo* та *Bullwinkle* – асоціативну, *Delphia* (скор. від *Philadelphia*) – локативну, а *Filly* і *Pony* – сутнісну. Виокремлюємо також дериваційний okazіоналізм з комбінованою мотивацією (меморіально-сутнісною), яка досягається шляхом мовної гри у гіпонімі *Al Capony*.

Відбувається активне творення гіпонімів, що мотивовані назвами продуктів харчування, напоїв: *Food*, *Potato*, *Sweets*, *Bagels*, *Raisin*, *Bacon*, *Pickles*, *Marshmallow*, *Chocolate*, *Sugar*, *Pickle*, *Pot Roast*, *Porkchop*, *Pea*, *Vodka*, *Peanuts*, *Garlic*, *Cocoa*, *Tabasco*, *Vanilla*, *Amaretto*, *Apple*, *Avocado*, *Taffy*, *Candy*, *Cookie*, *Cherry*. Гіпонімами нерідко стають лексеми, що позначають інших тварин: *Foxy*, *Ducky*, *Turkey*, *Greybird*, *Puppychow*, *Frog*, *Midge*, *Fox*, *Spider*, *Piglet*, *Gerbil*, *Goose*, *Heifer*, *Squid*, *Rooster*; дорогоцінне каміння: *Gem*, *Gemma*, *Pearl*, *Diamond*, *Saff*, *Ruby*. Неясні, затемнені назви відсутні у нашій вибірці.

Висловлені міркування й спостереження дозволяють, гадаємо, висновувати, що одним із поширених мотивів у творенні розмовних назв є бажання пристосувати складну, розлогу офіційну назву до розмовного вжитку шляхом її спрощення та демінутивації. Офіційна та похідна назви у цьому випадку зберігають відношення словотвірної мотивації.

Мотивуючою базою низки неофіційних гіпонімів слугують типові жіночі чи чоловічі особові імена, що присвоюються номінально або ж є традиційними для номінації тварин. Власники вдаються до частотного використання коротких слів, оскільки такі назви, як правило, досить прості у вимові, фонетично благозвучні та легко запам'ятовуються. За аналогією з офіційною номінацією, не зважаючи на прозору семантику абсолютної більшості назв, тільки особиста інформація номінатора дозволить виявити істинні мотиви побутового назовництва.

#### 2.4. Функції офіційних та неофіційних гіпонімів

Функціональний потенціал власних назв досліджували такі ономотологи, як Ю. О. Карпенко [Карпенко Ю. А. 1980], О. В. Суперанська [Суперанская 1973: 136;

266-276], М. М. Торчинський [Торчинський 2009] та ін. Порівнюючи функції власних назв та апелятивів ці вчені одностайно говорять про головну відмінність: загальні назви покликані називати нові об'єкти, у співвідношенні з відомим класом понять, тобто виконують переважно функцію **класифікації** або **узагальнення**, власні ж назви присвоюються певним об'єктам всередині відомих класів і виконують функцію **індивідуалізації** [Карпенко Ю. А. 1980: 10].

Коли постає питання про головну функцію онімів, дослідники схильні називати одразу три: номінативну, диференційну та ідентифікаційну, що покликані називати предмет, розрізнати його серед маси інших та позначати як унікальний у своєму роді відповідно. Як стверджував Ю. О. Карпенко, кожна з цих функцій є однаково важливою і, по суті, являє собою сукупність першочергових завдань, покладених в основу пропріальної номінації, а тому, «мова йде фактично про одну функцію власних назв, а не про три різні» [там само: 9].

Зазначені вище вихідні положення функціональної специфіки онімів користуються абсолютною одностайністю серед наукової спільноти і завжди слугують «фундаментом» для функціональних класифікацій, яких, до речі, існує величезна кількість, що, на нашу думку, пов'язано з надзвичайно різноплановою природою власних назв.

Серед численних і більш або менш розгорнутих функціональних класифікацій онімів існує класифікація О. В. Суперанської, яка виділяє такі функції власних назв: **комунікативну**, коли «коли ім'я, що є відомим співрозмовникам, виступає основою повідомлення» [Суперанская 1973: 272-273]; **апелятивну**, коли власна назва використовується для оклику та впливу; **експресивну** або **виражальну**, яку виконують широко відомі оніми та демінутиви, які наближаються до загальних назв; **дейктичну**, тобто функцію вказівки на певний об'єкт. Також дослідниця поза класифікацією згадує **акумулюючу** функцію, яка рівною мірою властива власним та загальним назвам, і проявляється у здатності онімів зберігати концентровані знання про суспільно-значимі явища та події [там само: 273].

Цікаво, що Ю. О. Карпенко досить критично оцінив можливість виконання онімами комунікативної, апелятивної та дейктичної функцій, обґрунтовуючи це

так: «Усі вони – функції не того рівня, на якому існують власні назви. Це синтаксичні функції, а функції власних назв варто шукати на лексичному рівні. Будь-яке речення складається зі слів. Але комунікативну функцію виконує речення, а не слова, що входять до його складу» [Карпенко Ю. А. 1980: 11]. На думку вченого, окрім головної, **диференційної** функції (читай: номінативно-ідентифікаційно-диференційної), факультативними варто вважати **емоційну** та **інформаційну** функції, покликані «пов'язати з назвою якусь додаткову інформацію, а також висловити почуття, пов'язані з об'єктом, оцінити його» [там само: 12], а також **пізнавальну** та **аккумулятивну**, де перша пов'язана із закріпленням шляхом називання «особливої важливості» денотата для певного суспільства, а друга – є відголоском емоційної та інформаційної функцій, їх «слідом», «пасивним аналогом», як метафорично висловився дослідник [там само: 15].

Виокремлення тих чи інших функцій власних назв значною мірою залежить від специфіки об'єктів номінації. Сучасні ономотологи, які досліджують функціонування власних назв у їх сукупності (а не окремі розряди), окрім головної **номінативної** функції, виокремлюють цілу низку різних функцій, зокрема, **емоційно-експресивну**, **апелятивно-комунікативну**, **текстотворчу**, **інформаційно-рекламну**, **культурно-символічну**, **соціальну**, **сугестивну**, **естетико-просвітницьку** [Насакіна 2014: 125-164; Торчинський 2009: 18-28].

Досліджуючи функціональне навантаження зоонімів, С. С. Флорінська розподіляє їхні функції на основні та другорядні. До основних функцій дослідниця зараховує **номінативну**, **ідентифікуючу**, **вказівну**, тобто здатність вказувати на певну тварину, та **культурно-інформативну**, тобто функцію відображення в семантиці зооніма культурно значущою інформації; другорядні ж функції актуалізуються у конкретних мовних ситуаціях і включають **соціальну**, **експресивну**, **аккумулятивну**, **емоційну**, **естетичну**, **стилістичну** та інші [Флорінська 2017: 220-221].

Для визначення функцій гіпонімів треба спочатку сказати взагалі про різновиди коней, яким привласнюються назви, оскільки функціональне

навантаження гіпонімів, безперечно, зумовлене особливостями самих об'єктів номінації та їхньою роллю у житті людей.

Впродовж історії людства характер відношень людини і коня радикально змінювався. Коней використовували як верхових тварин у війну і в мирний час, як в'ючну (тяглову) силу – на сільськогосподарських і транспортних роботах, у багатьох різновидах терапії, у трюкових театрах та у кінному спорті світового рівня. Деякі коні (наприклад, Фриз) взагалі мають декоративне призначення і використовуються здебільшого для фотосесій. Звідси й така розгалужена система зоолексем на позначення коней, що функціонують в англійській мові: *army horse, cab horse, carriage horse, cart horse, cavalry horse, coach horse, dray horse, hunting horse, plough horse, police horse, post horse, race horse, riding horse, show horse, sport horse, stock horse, therapy horse, tram horse, trial horse, troop horse, war horse, work horse* та ін.

Значна варіативність можливостей експлуатації тварин відбиває й розмаїття функцій, які виконуватиме онім в кожному окремому випадку. Так, найважливішою функцією звучних назв бойових коней була функція залякування, направлена на деморалізацію супротивника, натомість власні назви коней-поліцейських виконують лише розрізнявальну функцію та присвоюються номінально: наприклад, з однаковою початковою літерою весь рік номінуються коні Міської поліції Лондона (наприклад, літера **S** у 2015 році – *Snaffles, Snowden, Sebastian*), а патрульні коні Великого Манчестера отримують назви персонажів романів Ч. Дікенса – *Brunswick, Pickwick, Molly, Oliver* і т. п. [Wallop].

Так чи інакше країни англосфери характеризуються, так би мовити, «високою культурою номінації коней», що проявляється, наприклад, у проведенні публічних **церемоній називання** (від англ. *naming ceremony*) за участю королеви Єлизавети II, яка особисто присвоює офіційні назви коням і вручає тренеру дощечку з обраним ім'ям (на зразок: *Jubilee, Windsor*) [Jones] чи запровадженні у США системи конкурсів із написання есе серед учнів початкових шкіл з правом переможця обирати власні назви патрульним коням [Rattlesnake Ridge Elementary School Names Roxie for Border Patrol's Horse Unit].

Разом із тим саме розведення та використання коней у спорті (зокрема скаковому) є найбільш поширеною діяльністю в країнах англосфери у галузі конярства, чим пояснюється єдність правил номінації новонароджених коней взагалі, з правилами номінації для спортивних змагань. Тому доцільним та найбільш осяжним вважаємо аналіз функцій гіпонімів з офіційних реєстрів, які використовуються для номінації коней у розведенні та під час змагань, а також неофіційних гіпонімів, що використовуються у побутовому спілкуванні, оскільки, як вже зазначалося у минулих підрозділах (див. докладніше Розділи 1.4; 2.1), англломовні гіпоніми формують дві самостійні підсистеми, які по-різному організовані, характеризуються різними тенденціями та направленістю розвитку, а тому не підлягають опису на спільних позиціях.

Специфіка функціонування офіційних гіпонімів значною мірою пов'язана з близькістю цього розряду до прагматонімів, які позначають «об'єкти, пов'язані з матеріальною сферою діяльності людини» [Торчинський 2008: 111]. З цим погоджується чимало дослідників, наприклад, Т. П. Романова, яка вказує, що «для офіційної клички племінного коня позитивний характер оцінки функціонально необхідний, оскільки вона виступає в ролі своєрідного “товарного знаку”, який представляє “продукцію” кінного заводу за його межами» [Романова 1991: 153-154]. В. Хірін висловила радикальніше: «Ми спромоглися навішувати лейбли, навіть не називаючи їх (йдеться про тварин – Н. А.) ім'ям. Зареєстровані назви більшості коней [...] – найкращі тому приклади. *Champion Redheath Nimble Gunner, C.D., C.D.X., U.D.* – це не назви, а щось середнє між лейблами (які можна знайти у пакувальних списках або в переписах поголів'я худоби) та титулами – не такими титулами, як *Sir, Madam* чи *Your Highness*, а заголовками книжок (гра слів – англ. *title* означає і «титул», і «назва літературного твору» – Н. А.). Такі назви є обліковими [Hearne 2000: 167]. К. Ляйбринг зазначає, що «власні назви скакових коней [...] знаходяться на межі з комерційними найменуваннями» [Leibring 2016: 617]. У колективній монографії з фінської ономастики теж зазначається, що власні назви коней сьогодні зазнають впливу комерційності, а «функція цих імен полягає не тільки в ідентифікації тварини, а також у вказівці на її походження та родівід»

[Terhi 2012: 251]. Аналогічно висловлюється О. Л. Кирилюк, підкреслюючи, що імення племінної тварини «виконує функцію своєрідного “бренда”, “торгівельної марки” певного розплідника чи заводу і сприяє його подальшій комерційній діяльності» [Кирилюк 2008: 41]. Оскільки ми теж притримуємося такої самої думки, тому і вважаємо доречним розглядати офіційну номінацію як маркетингово-орієнтовану і саме під цим кутом аналізувати функції гіпонімів.

Ще однією суттєвою відмінністю гіпонімів від інших зоонімних розрядів є можливість їх рівноправного функціонування як у мові, так і у мовленні – офіційні назви творяться з думкою про їх подальше включення у газетний текст, а також текст спортивного коментатора. Аналізуючи творення зоонімів північно-західної України, Г. Л. Аркушин зазначає, що «клички тварин функціонують переважно в усному побутовому мовленні, тобто для студій над ними насамперед потрібні фіксації з народного мовлення» [Аркушин]. Однак, у нашому випадку з цією думкою важко погодитися, адже говорячи про англомовні гіпоніми, що функціонують у мовленні, нам не обов’язково звертатися лише до неофіційних назв усного побутового мовлення, як це властиво іншим зоонімам. Офіційна сфера вжитку власних назв коней має свої специфічні особливості, втілені у сукупності екстралінгвальних факторів, які зумовлюють широке представлення офіційних назв та їх варіацій в газетному та спортивному дискурсах як видах писемного та усного мовлення відповідно.

Про вплив вибору назви на усю спортивну кар’єру коня говорять власники у своїх інтерв’ю: «Вважаємо, що ім’я важливе. Ми дивимося на це так: якщо кінь виграє Кентуккі Дербі, чи буде його ім’я крутим?» [Frakes]; “Завжди є шанс, що ім’я справить враження довго після того, як кінь закінчить спортивну кар’єру» [там само]; «Ми намагаємося дати ходові та цікаві назви коням. Ми промовляємо назву і думаємо: “чи це те ім’я, яке ви хотіли б почути, коли ваш кінь дістанеться фінішної лінії?”» [Bogage].

Зважаючи на різноманітність функцій власних назв, представлених в наукових ономастичних дослідженнях, пропонуємо виокремити такі функції, властиві офіційним гіпонімам: **номінативну, емоційно-експресивну, апелятивно-**

**комунікативну, характеристичну, дейктичну, меморіальну, текстотворчу, іміджетворчу, сугестивну, метамовну, соціальну та культурно-інформативну.**

Безсумнівним є той факт, що головною функцією гіпонімів є **номінативна**, яка охоплює процеси диференціації та ідентифікації коня з-поміж інших та пов'язана з встановленням прямого зв'язку між назвою та об'єктом, який ґрунтується на неповторюваності цієї назви, її унікальності в межах гіпонімікону. Гіпонім стає обов'язковою «етикеткою», «ярликом» коня, якщо скористатися метафоричними термінами Ю. О. Карпенко [Карпенко Ю. А. 1980: 9], розрізнявальним знаком не тільки у мовній площині, а й у буквальному розумінні – таврується у вигляді татуювання під верхньою губою тварини, слугуючи своєрідним «посиланням» на усю необхідну інформацію про коня у реєстрових списках та електронних базах даних.

Незважаючи на статус офіційної гіпонімії як окремої, сильно формалізованої підсистеми власних назв, гіпоніми часто виконують **емоційно-експресивну** функцію, тобто апелюють до емоцій реципієнта. Будучи регульованим жорсткими правилами, творення гіпонімів залежить лише від суб'єктивних уподобань номінаторів. Власники обирають емоційно забарвлені лексеми, які слугують виразниками позитивної оцінки тварини, на зразок *Silver Charm*, *Majestic Prince*, *Run Sweet Lady*, *Reckless Jerry*, *Noble Nannie* тощо. Вони досить образні й експресивні, оскільки автори при їх творенні послуговуються особистими інтересами та смаками, намагаються «ушляхетнити» онімну форму, проявити потенціал власної фантазії та винахідливості. Експресивно маркований оцінний компонент значення гіпоніма слугує інструментом увиразнення позитивних якостей коня, впливає на привернення уваги потенційних покупців та глядачів спортивних змагань, викликає їхню зацікавленість та прихильне ставлення.

Гіпоніми опціонально виконують **апелятивно-комунікативну** функцію – функцію заклику до адресата з метою переконання в перевазі певного коня порівняно з іншими. Ця функція найбільш повно реалізується в апотропейних гіпонімах з карт скачок, де розміщується інформація про кожного скакуна, яку любителі ставок переглядають перед перегонами. За результатами дослідження,



проведеного організаторами популярного онлайн-тоталізатору на сайті *freebetting.co.uk*, близько 50% прихильників кінного спорту, які роблять грошові ставки, орієнтуються лише на назву коня: 30% частіше обирають кумедне ім'я, а 16% – обирають ім'я, яке звучить «переможно». Так, гіпоніми *Bet On Buddy*, *Bet Twice*, *Spend A Buck* мають сильний спонукальний характер, переконуючи глядачів перегонів у необхідності зробити ставки на відповідних скакунів, а гіпоніми *Run to Win*, *Winning Colors* та *Game Winner* – декларують майбутні переможні забіги, так само апелюючи до гравців, привертаючи їхню увагу та інтерес. Така вираженість позитивної оцінки може бути не лише експліцитною, а й імпліцитною, прихованою, і в такому разі мова йде про сугестивний вплив на реципієнтів.

Багатьма дослідниками виділяється **сугестивна** функція власних назв [Біла 2017: 28; Карпенко М. Ю. 2016: 93; Михайлов 2008: 96; Насакіна 2014: 127; 158-163], під якою в нашій роботі розуміється приховане навіювання реципієнту певних думок шляхом навмисної актуалізації когнітивних упереджень людини, що реалізуються у незапланованих ставках та інвестиціях. Є. С. Біла описує відомий у психології гало-ефект або ефект ореола, що має місце в ароматонімній номінації, коли назвою популярної особи, що викликає захоплення, номінуються парфуми, створюючи, таким чином, позитивний ореол – позитивне упереджене ставлення до продукту, яке впливатиме на збільшення кількості продаж [Біла 2017: 61].

Так, оказіональні гіпоніми *Annabellatariat* та *Prestariat*, хоча і не характеризуються прозорою семантикою, структурно нагадують ймення *Secretariat*, яке належало легендарному скаковому коню-переможцю трьох найпрестижніших перегонів у світі, а отже, однозначно відіграють атрактивну роль, використовуючи потужну сугестивну зарядженість прецедентного імені, що екстраполюється на новий денотат. Вочевидь, значна кількість людей зробить ставки на коней з цими назвами, пригадуючи гучні перемоги легендарного коня.

**Іміджетворча** функція також є однією з головних, адже, за відомим висловом «жоден хороший кінь ще не мав поганого ім'я» (англ. «*no good horse ever had a bad name*») [Burrige 1992: 15]. Обрана назва завжди розрахована на формування позитивного іміджу і, як правило, функціонує у ролі комерційної, призначення якої

– створити цікавий образ, який допоможе власнику привернути увагу до племінної цінності коня, виділитися в бізнесі чи спорті. Так, іміджетворча функція реалізується шляхом творення численних okazionalizmів, адже, як відомо, «комерційні назви – це найбільш піддатлива до радикальних змін та мовних експериментів категорія назв» [Terhi 2012: 211].

Найкоротшим шляхом досягнення популярності і впізнаваності гіпоніма є трансонімізація з незначною лексичною заміною компонентів. З одного боку, новостворений онім відсилає до трансформованого твірного оніма, а з іншого – генерує нове значення власної назви, продукуючи гумористичний ефект, наприклад, *Fiftyshadesofhay* від *Fifty Shades of Grey* (американський еротичний фільм), *Redhot Fillypepper* від *Red Hot Chili Peppers* (американський рок-гурт), *Poni Colada* від *Pina Colada* (традиційний напій пуерторіканців).

Ще одним незвичайним прийомом мовної гри є гіпонімізація ідіом з певною їх трансформацією: *Of the Devil* ← *speak of the devil* (усічення), *Worth a Pennie* ← *worth every penny* (субституція).

Оригінальним нам вбачається творення okazionalizmів за зразком вже існуючих у мові слів шляхом субституції – заміни окремого сегмента твірного слова іншим. Вбачаємо такі дериваційні техніки: 1) додавання суфікса до твірного слова: *Tigeresque* (від *tiger*), *Fantastikate* (від *fantastic*), *Tallence* (від *tall*); 2) заміна препозитивного компонента: *Missnifique* (від *magnifique*), *Saintsation* (від *sensation*), *Tamtastic*, *Dreamtastic Day* (від *Fantastic*); 3) гіпонімізація вже наявного апелятива, супроводжувана незначною орфографічною зміною: *Dearling* (від *Darling*); *Very Possebull* (від *possible*), *Purrfect Alibi* (від *perfect*). Саме модифікація форми багато в чому сприяє формуванню власного іміджу коня в умовах безперервного збагачення гіпонімікону.

Іміджетворчу функцію безперечно виконують нікнейми або прізвиська, які вживаються у якості заміників офіційної назви популярних коней та часто більш відомі загалу. Вони широко представлені у мовленнєвій практиці газетного дискурсу та обов'язково підкреслюють ту чи іншу якість або особливість коня. Цікавим образним порівнянням є нікнейм коня *War Admiral – The Mighty Atom*, який

придумали його прихильники і в якому відтворені зовнішні якості тварини – менший зріст (у порівнянні з батьком), однак величезна стійкість та витривалість. Легендарний переможець Потрійної Корони *Man O' War* був не менш відомим за нікнеймом *Big Red*, у якому відображена характеристика розміру та окрасу – хутро коня мало відтінки жовтого та золотого. Широковідомою є стаття з онлайн-видання NBC Sports, у якій нікнейм вживається вже в заголовку: «Legend Of Big Red». І далі: «Man O' War never won the Triple Crown, but staked his claim to the title of greatest horse in history» [Posnanski].

Як бачимо, такі гіпоніми-нікнейми виконують одночасно й власне **характеристичну** функцію, яка властива й офіційним гіпонімам з квалітативною мотивацією на кшталт *Commendable, Easy Goer, Flying Ebony*.

Гіпоніми-нікнейми стають невід'ємною іміджевою складовою коня, часто слугують знаком додаткового розрізнення, уведеним спільнотою, позаяк не використовуються для звертання до тварини.

Іміджетворча функція може реалізуватися у взаємодії з **дейктичною**, яку розуміємо як двоаспектну, що проявляється, по-перше, у патронімічно-мотивованих гіпонімах шляхом вказівки на родовід коня, а по-друге, у розрізнявальній ролі комерційних префіксів або суфіксів (від англ. *commercial prefix/suffix*), що стають частиною гіпоніма, і вказують на назву кінної ферми, заводу чи клубу, звідки почалася історія тварини, причому в цьому випадку термін «комейційний префікс» втрачає своє лінгвістичне визначення й може бути лексемою, словосполученням або аббревіатурним позначенням. Наприклад, приєднання префіксу *RF-* до гіпоніму вказує на те, що тварина була виведена на конезаводі *Raylyn Farms*, який вважається найкращим у штаті Меріленд, а приставка *Cooley* у гіпонімах *Cooley Cross Border, Categorically Cooley, Gorsehill Cooley, Cooley Connection, Cooley Tanglewood, Legaland Cooley, Cooley Again* вказує на те, що коні походять з розплідника *Cooley Farm*, який спеціалізується на виробництві та продажу ірландських спортивних коней найвищої якості. Впізнати комерційні приставки у структурі гіпоніма можуть люди, безпосередньо пов'язані з конярством, досвідчені у сфері розведення та селекційної роботи.



*here comes...ARRRRR. At the top of the stretch coming into the final furlong now. In between horses, Crafty CJ with a narrow lead. ARRRRR continues to fight on, on the outside. It's Goodtobeking and Blazing Bhuda, and further back it's Little Wise Guy. They're coming down to the finish, and it's... ARRRRR... ARRRRRRRR..... ARRRRRRRRRRRRRRRRR!*» [Durkin].

Іншим гіпонімом, що увійшов в історію, є *Yakahickamickadola* – назва, утворена шляхом хаотичного нагромодження складів, яку коментатор не зміг вдало вимовити жодного разу: «*And Hicka-mocka-rocka-docka-lola... And then it's Dicka-hocka-mocka-rocka-dola... And the trailer is Dola-rola-rola-rocka-docka-mola-hola*» [там само].

Ще одним яскравим прикладом незвичних та креативних гіпонімів став випадковий двобій за першість на останніх 200 ярдів до фінішу двох коней з іменами *Mywifnosevrything* та *Thewifedoesntknow*. Це стало настільки незабутньою подією у кінному світі, що відео скачок було показано на центральному каналі у популярній телевізійній програмі «Today Show». Ось як це звучало з вуст коментатора: «*My Wife Knows Everything! Center of the track! The Wife Doesn't Know! Into the final furlong! My Wife Knows Everything! The Wife Doesn't Know! They're one-two – of course they are! My Wife Knows Everything in front. To the outside, The Wife Doesn't Know! My Wife Knows Everything! The Wife Doesn't Know! My Wife Knows Everything! More than the Wife Doesn't Know! Woah! Yeah!*» [Horse Race Announcer Gets the Challenge of His Career]. Відео перегонів набрало мільйони переглядів по всьому світу, а фраза *My Wife Knows Everything The Wife Doesn't Know* увійшла в англійську мову як скоромовка.

Не менш креативними та самобутніми є гіпоніми *Cigar*, *Ha Ha Ha* чи *Doremifasollatido* – назва, яку коментатор наспівував, замість швидкої вимови.

Бувають і більш резонансні випадки, які характеризуються кмітливим та безкомпромісним «відступом від правил». Наведені нижче приклади не лише створюють гумористичний ефект під час їх промовляння у мовленнєвому потоці шляхом незвичайної гри слів, а й можуть розцінюватися як вульгарні: «*Julien Leparoux gets Harass going on the outside*» чи «*Here comes Harass!*» (*Harass = Her*

*Ass* – у вимові); «*And here comes Hoof Hearted*» (*Hoof Hearted = Who Farted*) [Champagne].

Наведені вище приклади доводять, що у газетному та спортивному дискурсах відмінюються штучні умови функціонування гіпонімів у якості офіційних назв, закріплених лише на письмі у реєстрових списках. Саме цим зумовлюється активне використання гри слів, звуконаслідування та інших стилістичних прийомів. Очікується, що обрана назва буде не тільки відповідати зовнішньому вигляду та «особистості» коня, але й має добре звучати, коли її вимовляють через гучномовці по всій країні. Ця особливість проявляється у творенні гіпонімів, які «налаштовуються» у своїй формі та змісті на активне функціонування в усному мовленні.

Отже, варто відзначити вельми специфічний характер функціонування гіпонімів у спортивному дискурсі – вони не лише слугують ключовими словами, що забезпечують цілісність та зв'язність тексту, а й створюють гумористичний ефект, націлені на розвагу широкої аудиторії, пробудження інтересу. При включенні їх у текст з'являються легендарні коментарі, які багаторазово цитуються та назавжди входять в історію кінного спорту.

Гіпоніми також можуть мати структуру, яка слугуватиме своєрідною метамовою номінативного процесу. Йдеться про гіпоніми, які описують сам процес номінації, на кшталт *Call Me Dutchess*, *Ahorsecalleddan*, *Mynameisrickybobby* тощо. Такі назви є «надмовними», виконують **метамовну** функцію, тобто функцію тлумачення акту називання [пор. Якобсон 1975: 201-202].

Найменш явною, саме з позицій зоонімної номінації, на нашу думку, є **соціальна** функція, яку нерідко виконують офіційні гіпоніми. Вони можуть слугувати «лакмусовим папірцем», своєрідним індикатором соціальних настроїв та цінностей, що панують у суспільстві. Так, заборона на реєстрацію назви коня *Gay Marriage* викликала значний спротив з боку громадськості, що змусило керівників Жокейського клубу переглянути свою політику та все таки зареєструвати гіпонім. У цьому випадку гіпонім не тільки визначає сукупність соціальних настроїв

суспільства, а й утверджує у свідомості людей суспільно схвалювані норми поведінки.

Варто зазначити також, що власні назви – це в першу чергу елементи культури, тому вони обов'язково виконують **культурно-інформативну** функцію, тобто відображають природній процес пізнання людиною світу. Найкраще тому свідчення – віддзеркалення у гіпоніміконі мовних новацій та нещодавно введених в активний ужиток слів. Так, у 2011 році в офіційному американському реєстрі Жокейського клубу з'являється гіпонім *Selfie*, а вже у 2013 році видавництво Оксфордського університету разом із Оксфордським словником англійської мови обирає *Selfie* словом року у Великій Британії та США, натомість гіпонім *Refudiate* з'явився у реєстрі Жокейського клубу в 2010 році і в тому ж році обирається словом року. Назва утворена телескопічним способом від англійських дієслів *refute* та *repudiate* та вживається зі значенням «відмовлятися визнати щось» [Oxford English Dictionary].

Іншим яскравим прикладом є гіпонім *Covfefe* – слово, яке стало мемом внаслідок помилки Д. Трампа в опублікованому ним твіті «*Despite the constant negative press covfefe*», в якому президент явно хотів щось сказати про негативне висвітлення в пресі (*press coverage*). Коментатор згадав про історію виникнення цього імені шляхом вдалого обігрування перемоги коня на скачках: «*And Covfefe has trumped the competition*» [Covfefe Trumps the Competition at Churchill Downs]. Такі гіпоніми є віддзеркаленням суспільних та політичних подій країни, слугують носіями інформації про сучасний стан суспільства.

Варто зазначити також, що культурно-інформативна функція актуалізується найбільшою мірою у номінально мотивованих гіпонімах, які виникають на базі оцінно-нейтральних лексем, часто неспіввідносних з об'єктом номінації, та, безперечно, відбивають нові явища у житті людей та оточуючий світ в цілому.

Отже, викладене вище свідчить про поліфункціональність офіційних гіпонімів, їх свідоме використання в якості інструменту впливу на реципієнтів та вагому роль в соціальному та культурному житті людей. Водночас варто вказати на потенційний характер функцій офіційних гіпонімів – практично всі вони (за

винятком номінативної, іміджетворчої та культурно-інформативної, які властиві всім гіпонімам) факультативні, тобто можуть бути наявними або відсутніми у різних офіційних назвах, на що значною мірою впливають певні позамовні фактори, зокрема, мотиви номінації, відомість назви у мовному колективі тощо.

Неофіційні гіпоніми функціонують винятково в усному мовленні та виконують значно меншу кількість функцій порівняно з офіційними. Окрім **номінативно-ідентифікаційно-диференційної**, побутові назви обов'язково виконують функцію звертання, тобто **вокативну** функцію, адже головним призначенням розмовних назв є підкликання тварини, з чим і пов'язане частотне вживання коротких гіпонімів, утворених шляхом усічення, на які тварина краще реагує і які будуть простими та легкими у вимові під час гукання (наприклад, *Bo, Lulu*).

Побутові назви, як правило, виконують й **емоційно-експресивну** функцію, що пов'язано з бажанням власника висловити своє ставлення до тварини, і досягається через додавання демінутивних суфіксів та активне вживання зменшено-пестливих назв з орієнтацією переважно на позитивну оцінку тварини, на зразок: *Chrissy, Stormy*.

Як бачимо, кількість функцій, які виконують неофіційні гіпоніми є незначною, але усі вони відображають суть та призначення цього підкласу власних назв.

## Висновки до Розділу 2

Незважаючи на статус периферійного онімного розряду, гіпоніми – це складне явище, яке охоплює паспортні офіційні та народні неофіційні пропріативи, має власні структурно-дериваційні, мотиваційні та функціональні особливості.

Структурна класифікація як офіційних, так і неофіційних гіпонімів обіймає **прості** (безафіксні, афіксальні та усічені), **складні** (власне композити, афіксальні композити та складні скорочення) та **складені** (словосполуки, словосполучення, фрази, комбіновані аббревіатури, гіпонімні зсуви та редуplikовані назви) гіпоніми. Серед офіційних гіпонімів найуживанішими за структурою є словосполучення



(69,6%) та фрази (10,4%). Превалювання двочленних та тричленних конструкції пов'язане з підвищеною потребою в оказіональному словотворенні. Серед неофіційних гіпонімів абсолютну більшість складають прості гіпоніми – афіксальні (40,6%), безафіксні (37%) та усічені (10,6%). Складні та складені назви рідко вживаються в народній гіпонімії через важкість їхньої вимови, натомість структурно однослівні прості гіпоніми слугують виразниками розмовного побутового колориту, оскільки легко вимовляються і швидко запам'ятовуються.

Система творення гіпонімів є багатогранною та представлена практично усіма можливими способами словотворення, поширеними в сучасній англійській мові. **Онiмiзацiя** апелятивної лексики є найбільш продуктивним лексико-семантичним шляхом збагачення як офіційного (90%), так і неофіційного гіпонімікону (70%). Серед словотвірних моделей офіційних та неофіційних гіпонімів було виокремлено **афіксацію, складання, скорочення, стягнення та одноосновні назви**. Творення офіційних гіпонімів шляхом складання є найпродуктивнішим (88,9%). Найбільш поширеною словотвірною моделлю неофіційних гіпонімів є афіксація (40,6%), поширеними є також одноосновні назви (37%). Неофіційні гіпоніми становлять незамкнений континуум, який постійно оновлюється: не зважаючи на наявність досить широкого традиційного корпусу узвичаєних назв, загальний гіпонімний ряд постійно розширюється за рахунок поповнення новими номінативними одиницями.

Онiмне обiгрування є більш поширеним серед офіційних назв та здійснюється за допомогою специфічних способів словотворення, які обіймають **сегментацію, семантичний каламбур, стилізацію, гібридизацію, графон та творення анаграм**. Вони представляють нову, нетрадиційну палітру словотвірних моделей, надають підвищену експресію назві, слугують результатом індивідуальної мовотворчості.

Аналіз мотиваційної структури офіційного гіпонімікону дозволив виділити такі типи мотивації гіпонімів у порядку зменшення частотності їхньої реалізації: **патронімічна, номінальна, меморіальна, локативна, ситуативна, апотропейна, квалітативна, асоціативна, символічна, ідеологічна, посесивна, темпоральна,**

**тематична та комунікативна.** Домінувальні позиції належать номінальній (16,7%), патронімічній (28,6%), меморіальній (11%) та локативній мотивації (7,6%), тобто, окрім довільного підбору назви без конкретного мотиву, в основі мотивування офіційних гіпонімів лежить така сукупність фактів: відношення коня до предків, територіальна приналежність і родинні зв'язки власника, онімне наповнення його пам'яті.

Офіційні гіпоніми часто є втіленням декількох мотивів одночасно і в нашій вибірці представлені такими типами комбінованої мотивації: **патронімічно-посесивною, патронімічно-апотропейною, патронімічно-квалітативною, патронімічно-меморіальною, патронімічно-ідеологічною, локативно-квалітативною, квалітативно-меморіальною, посесивно-символічною, посесивно-асоціативною, ситуативно-квалітативною та комунікативно-символічною.** Наявність двох мотивів в одній назві контрастує з номінальним принципом підбору власних назв коней та свідчить про важливе значення, яке надається назві власником, продумане та обґрунтоване назвотворення.

Мотивованість неофіційних гіпонімів вивчалася як закономірність між змістом та формою мовної одиниці через відсутність можливості збору інформації про причину вибору кожної окремої назви. Усе розмаїття мотивів у сфері неофіційної номінації зводиться до превалювання номінальних, ситуативних, меморіальних, асоціативних та сутнісних гіпонімів. Поширеним є вживання одного з компонентів складної офіційної назви у якості розмовно-побутової.

Групування гіпонімів за мотиваційними відношеннями є явищем надскладним, яке потребує інформації «з перших вуст» про умови створення та вибору назви, оскільки будь-які потуги дослідників самостійно визначити мотив номінації за внутрішньою формою гіпоніма нівелюватимуться можливою невідповідністю цього мотиву тій ознаці, яка реально покладена в основу пропріатива.

В цілому ж номінативний процес офіційної та неофіційної сфер характеризується спорідненістю мотивів, хоча мотивація офіційних гіпонімів, безумовно, є більш стихійною.

Що стосується функцій гіпонімів, то в офіційній номінації реалізуються такі: **номінативна**, яка є наданням коню унікальної назви задля виділення та ідентифікації серед інших; **емоційно-експресивна**, що є спробою передачі емоцій номінатора та впливу на емоції реципієнта, **апелятивно-комунікативна**, яка реалізується через заклик до адресата з метою переконання в перевазі певного коня порівняно з іншими; **сугестивна**, тобто приховане навіювання реципієнту позитивних думок по відношенню до тварини, що призводить до незапланованих придбань, ставок чи інвестицій; **іміджетворча**, призначення якої – створити цікавий образ, який допоможе власнику привернути суспільну увагу до тварини; **характеристична**, яка є інформуванням про фізичні та поведінкові якості коня; **дейктична**, яка є вказівкою у назві на родовід коня або його походження; **меморіальна**, що є здатністю назви «накопичувати» інформацію про тварину і слугувати вічною пам'яткою про неї; **текстотворча**, яка реалізується через активне функціонування гіпонімів у газетному та спортивному дискурсах; **метамовна**, яка є спробою опису номінативного процесу в самій назві; **соціальна**, яка є здатністю гіпонімів відбивати соціальні настрої та цінності, що панують у суспільстві; **культурно-інформативна**, що є віддзеркаленням у гіпоніміконі мовних новацій та нещодавно введених в активний ужиток слів.

Обов'язковими у поліфункціональній палітрі офіційних гіпонімів є номінативна, іміджетворча та культурно-інформативна функції, тоді як усі інші є факультативними та реалізуються в різноманітних поєднаннях. Значно менш розгалуженим є функціональний потенціал неофіційних гіпонімів, який зводиться до обов'язкової реалізації у назвах номінативної та вокативної функцій з можливим залученням конотативного компонента у їхню семантичну структуру.

Основні положення Розділу 2 відображено в 9 публікаціях [Алексєєва 2018а, Алексєєва 2018б, Алексєєва 2019а, Aleksieieva 2019в, Алексєєва 2020в, Алексєєва 2020г, Алексєєва 2020г, Алексєєва 2020е, Алексєєва 2020є].

## РОЗДІЛ 3. МЕНТАЛЬНЕ БУТТЯ ГІПОНІМІВ

### 3.1. Гіпонім як об'єкт дослідження когнітивної ономастики

На початку ХХІ століття когнітивна лінгвістика викристалізувалася й остаточно утвердилася як сучасна динамічна сфера наукового пошуку. Мова сьогодні досліджується саме як ментальний, психічний феномен, а вивчення мови стає шляхом до вивчення людської свідомості.

У попередньому розділі гіпоніми розглядалися з точки зору їх функціонування у мові та мовленні. Завданням цього розділу дослідження є вивчення гіпонімів не в текстах і не в звуковій чи писемно-друкованій формах мовленнєвої діяльності, а в свідомості індивіда. Дослідження гіпонімів з позицій їх ментальної організації раніше не проводилися, що додає актуальності цьому аспекту дисертаційної роботи.

Отже, в останні десятиліття завдяки міждисциплінарному характеру сучасних лінгвістичних студій, активно розвивається молода наука – **когнітивна ономастика**, яка утворилася на перетині науки про власні назви та когнітивної лінгвістики з залученням надбань філософії, психології, логіки, комп'ютерного моделювання та усього комплексу сучасних нейронаук.

Термін на позначення самого когнітивного напрямку в ономастиці має декілька варіацій. Так, наряду з загальноприйнятим термінологічним поєднанням **когнітивна ономастика**, у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі побутує термін **психоономастика** (англ. *psychoonomastics*) [див. докладніше Васильєва 2014; Nicolaisen 1990: 3, 11], який тлумачиться як «галузь ономастики, що вивчає власні назви з психолінгвістичної точки зору» [List of Key Onomastic Terms]; фіксуємо й термін **нейроономастика** (англ. *neuro-onomastics*) у якості назви однієї з ономастичних підсекцій ХХІV Міжнародного Конгресу ICOS в Барселоні [Names in daily life 2014: 207], що свідчить про поступове звернення ономастики до наук, які вивчають людський мозок. У своїй статті «Потенціал взаємодії ономастики з нейронауками» О. Н. Новікова зазначає, що деякі зарубіжні та вітчизняні вчені

вбачають майбутнє ономастики саме у її поєднанні з нейродослідженнями [Новикова 2018].

Першою ґрунтовною когнітивно зорієнтованою працею, присвяченою дослідженню власних назв, є монографія Т. Валентайна, Т. Бреннена, С. Бреда, вперше опублікована у 1996 р., в якій науковці розглянули процеси сприйняття, запам'ятовування та відтворювання власних назв, однак, як зазначається, не створили загальний когнітивний підхід у дослідженні онімів, звуживши сферу наукового пошуку до вивчення психоментальних процесів при оперуванні антропонімами [Valentine 2002: 165].

У 2004 р. в Німеччині вийшов з друку величезний за обсягом (1024 с.) підручник з теорії власних назв [Namenarten und ihre Erforschung. Ein Lehrbuch für das Studium der Onomastik], перший розділ якого, належить авторству відомого представника когнітивного напрямку в ономастиці – Е. Ханзаку. Когнітивний погляд дослідника на власні назви підкріплюється досягненнями обчислювальної нейронауки та базується на ідеї, що мозок людини є базою даних, а кожна назва – адресою доступу до неї. Так, онім пов'язаний не з певним фрагментом дійсності, а з усією інформацією мозку про нього, а значення оніма є сукупністю накопичених людиною знань про денотат [Васильєва 2005: 184].

Пізніше була опублікована перша хрестоматія з когнітивної ономастики під редакцією С. Брендлера, яка містить найбільш значимі зарубіжні ономастичні студії когнітивного спрямування останніх десятиліть [Brendler 2016]. Як зазначає Н. В. Васильєва, названа праця доводить, що «ономастика не лише запозичує ідеї у “великої” когнітивної лінгвістики, а й породжує свої власні когнітивні теорії, такі як, наприклад, концепція імені Ернста Ханзака і номематика Сільвіо Брендлера» [Васильєва 2017: 210]. Додамо у цей перелік власне ономастичних когнітивних теорій концепцію онімних фреймів О. Ю. Карпенко.

Дослідниця вважається засновницею когнітивного напрямку у вітчизняній ономастиці. О. Ю. Карпенко вперше описала загальні закономірності ментальної організації власних назв у дисертації «Когнітивна ономастика як напрямок пізнання власних назв» [Карпенко О. Ю. 2007в], а також цілій низці супутніх

досліджень [див. докладніше Карпенко О. Ю. 2006б; Карпенко О. Ю. 2007а; Карпенко О. Ю. 2007б; Карпенко О. Ю. 2009]. На основі аналізу особливостей побутування власних назв різних розрядів у свідомості індивіда доводиться, що актуальні оніми зберігаються у мові мозку у вигляді концептів, менш значимі – існують в свідомості у більш «спресованому» вигляді символу. Дослідниця вибудовує своєрідний метафоричний ряд, порівнюючи власні назви з «гачками» або «вудками», що «витягають з ментального лексикону потрібні фрагменти знань» [Карпенко О. Ю. 2007в: 115]. Сукупність назв, відомих окремій людині, складає індивідуальні онімні фрейми, яких існує стільки ж, скільки і людей населяє планету, і які, об'єднуючись, формують корпоративні онімні фрейми у межах колективу, а далі – національні, загальнономовні [там само: 118-135].

Когнітивний підхід стає продуктивним для дослідження різних розрядів власних назв. Багато дослідників присвячували свої роботи проблематиці когнітивної сутності антропонімів [Селіверстова 2011; Ходоренко 2011 та ін.]. Теоретичні засади **когнітивної топоніміки** висвітлено у працях зарубіжних психолінгвістів А. Бьольчкей [Brendler 2016: 166–174], А. Лейно [Brendler 2016: 103–123], російських лінгвістів Л.М. Дмитрієвої [Дмитриева 2002], С. О. Сабітової [Сабитова 1990]. Широкої популярності набув спільний проект із когнітивної топоніміки на базі трьох університетів Данії та Шотландії, націлений на створення нової теоретичної парадигми для дослідження власних назв, яка вже знайшла свій вияв у введенні в топоніміку поняття **ментального компасу** як когнітивного механізму індивідуального сприйняття топонімних об'єктів, які, завдяки номінації наповнюються персоналізованим змістом у свідомості індивідів. За словами К. Хью, кут зору в цьому проекті зміщується з вивчення *чому* певні назви застосовуються для називання топооб'єктів до вивчення *як* людина сприймає ці назви і *як* топоніми трансформують сприйняття цих об'єктів [Hough].

У фокус уваги когнітивних оноματοлогів потрапляють топоніми художніх творів, які у вигляді концептів наповнюють ментальний лексикон читача [Brendler 2016: 178–189]. З'являються перші дослідження номінації внутрішньоміських топографічних об'єктів в руслі когнітивістики, на необхідність яких вказує

С. Х. Гасанова [Гасанова 2016: 68]. Когнітивно-орієнтований розгляд англomовних урбанонімів як вербальних стійких комунікативних знаків пропонує російський психолінгвіст Г. Г. Молчанова [Молчанова 2017; Молчанова 2018а; Молчанова 2018б].

Існування власних назв у свідомості людини у вигляді концептів як «певним чином організованих одиниць пам'яті, які містять сукупність знань про об'єкт пізнання» [Селіванова 2011: 292] є незаперечним фактом, що призводить до появи вужчого терміна – **онімного концепту**, який розуміють як «одиницю зберігання і передачі інформації про власні назви, за допомогою якої усвідомлюється і структурується отримане знання» [Щербак 2009: 169]. В. В. Робустова тлумачить **онімний концепт** як складну ментальну структуру, яка відбиває орієнтованість мовця у світі, «символізується» власною назвою та містить комплекс енциклопедичних знань про об'єкт номінації, особистісних асоціацій, що супроводжують слово, а також емоційно-оцінне сприйняття назви та її денотата індивідом [Робустова 2016: 388].

У дисертації визначаємо онімні концепти як базові одиниці знання про об'єкти номінації, що утворюються шляхом концептуалізації (осмислення) фрагментів дійсності, стають елементами ментального лексикону, категоризуються в ньому (займають певну «нішу» у структурі знань) та представляють онімну картину світу в свідомості людини.

На думку О.С. Кубрякової, **ментальний лексикон** – це більш-менш стабільна система знань та уявлень людини, яка має внутрішню єдність, глибинний органічний зв'язок та групується навколо слів як ключових елементів, що забезпечують її існування [Кубрякова 2004: 378-383]. Зв'язок концептуальної системи і ментального лексикону пояснила О. Ю. Карпенко: «Ментальний лексикон – це апарат, що працює з активними концептами і сховище, що зберігає пасивні концепти» [Карпенко О. Ю. 2007в: 53].

Онімний концепт у ментальному лексиконі має більший обсяг за значення власної назви, яке реалізується в мовленні, адже містить окрім загальновідомої інформації про об'єкт номінації її суб'єктивну обробку, додатковий сенс,

«індивідуальний, притаманний тільки цьому ментальному лексиконі семантичний компонент» [там само: 361], сформований накопиченим досвідом індивіда у користуванні власною назвою. Ця теза підтверджена Н. Д. Голевим, який зазначає, що зміст концепту корелює з денотативним значенням оніма, але не є тотожним йому [Голев 2012: 85].

Специфіка організації онімів-концептів у ментальному лексиконі полягає у їх фреймовому групуванні за денотатною співвіднесенністю – традиційно виділяється дев'ять когнітивних категорій або **фреймів**: антропонімний, ергонімний, зоонімний, ідеонімний, космонімний, теонімний, топонімний, хрематонімний та хрононімний. Кожен фрейм відповідно до поіменованих реалій містить декілька складників – **субфреймів**, які також можуть формувати більш дрібні категорії. Принцип ієрархічної організації власних назв у ментальному лексиконі підтверджено М. Руткевич-Ханчевською, Е. Лерер [Lehrer 1992: 123-142; Rutkiewicz-Hanczewska 2014: 171-175] та ін.

Так, в межах зоонімії виділяємо такі субфрейми: кінонімний, фелінонімний, орнітонімний, гіпонімний тощо. Наше дослідження стосується гіпонімного субфрейму сучасної англійської мови, у складі якого можна було б виокремити дрібніші категорії на кшталт власних назв коней, залучених до кінного туризму, патрульних коней, циркових коней, скакових коней, військових коней, що, однак, виходить за межі проблематики нашої роботи. Ми ж зосередили свою увагу на гіпонімах як на загальній сукупності власних назв племінних коней, які, як правило, рано чи пізно залучаються до спортивних змагань, а також власних назвах коней хобі-класу, які виконують роль домашніх улюбленців. У цьому представленні розкривається особлива властивість гіпонімного субфрейму – його подвійна природа, що виявляється у побутуванні в ментальному лексиконі носіїв англійської мови паспортних та побутових назв коней, які зазвичай сильно різняться (див. докладніше Розділ 2).

Незважаючи на відсутність неопосередкованого доступу до ментального лексикону людини, на сучасному етапі розвитку когнітивної ономастики існує багато способів встановлення особливостей концептуалізації власних назв в мові



мозку. Зокрема, В. В. Робустова говорить про можливість застосування теорії концептуальної метафори М. Джонсона та Дж. Лакоффа для «виявлення особливостей конструювання та репрезентації інформації в онімному концепті», теорії прототипів Е. Роша для «дослідження структури онімного концепту», теорії мовного вираження «профіль-база» Р. Ленекера для «аналізу деривації семантичної складової оніма» тощо [Робустова 2014: 46-47]. Варто зробити істотне уточнення, що описані дослідницею підходи ще не набули широкого застосування в сфері ономастики і традиційно належать царині когнітивної лінгвістики. Натомість дослідження онімних концептів проводяться з залученням експериментальних технік психолінгвістики, зокрема, асоціативного експерименту, різні типи якого (вільний, ланцюжковий, скерований, психофізіологічний, продовжений – в залежності від специфіки наукових завдань) застосовувалися спочатку для досліджень у галузі психолінгвістики (Н. В. Кутуза, Н. І. Курганова), етнопсихолінгвістики (Д. І. Терехова, Б. В. Дашиєва, О. А. Попкова) та лексичної семантики (К. В. Тараненко, С. В. Форманова, Ю. Д. Апресян).

Дослідження онімного простору шляхом обробки результатів вільного асоціативного експерименту можемо спостерігати у роботах російських дослідників І. В. Крюкової [Крюкова 2004], М. Є. Новичихиної [Новичихина 2004], А. О. Трапезнікової [Трапезникова 2010] тощо.

В межах Одеської ономастичної школи О. Ю. Карпенко описала асоціативну структуру онімних концептів різних онімних фреймів [Карпенко О. Ю. 2007в], а Ю. І. Дідур [Дідур 2015], К. Д. Долбіна [Долбіна 2014], В. Ю. Неклесова [Неклесова 2010], Г. В. Ткаченко [Ткаченко 2012] виявили особливості ментальної організації ергонімного, зоонімного, хрононімного та хремотонімного фреймів відповідно. Є. С. Біла шляхом вільного асоціативного експерименту дослідила семантичне наповнення ароматонімів у ментальному лексиконі носіїв англійської мови [Біла 2018]. О. Д. Полянничко спрямувала свої когнітивні розвідки у царину поетонімології та виокремила семантичні гештальти асоціативного поля англomовних космопоетонімів [Полянничко 2018].

Незважаючи на наявність великої кількості асоціативних словників апелювальної лексики різних мов [Бутенко 1979; Леонтьев 1977; Караулов 2002; Ковалевська 2001; Мартінек 2007 та ін.], асоціативних словників власних назв досі видано дуже мало [Чернобров 1995]. І. І. Коровченко вказала на створення прямого та зворотного асоціативних словників як кінцевий етап масштабного дослідження медіаномінації [Коровченко 2015: 203-207].

В галузі когнітивної лінгвістики знаходимо багато робіт, в яких детально описана методика проведення вільного асоціативного експерименту [Горошко 2001; Залевская 1971; Стернин 2011; Суперанская 1975]. У результаті дослідник отримує від кожного опитуваного миттєву довільну реакцію на слово-стимул – асоціацію, яку в сучасній психолінгвістиці витлумачують як «динамічний тимчасовий нервовий зв'язок між ... психічними явищами», який слугує засобом «експлікації внутрішнього суб'єктивного реагування на відповідні стимули» [Селіванова 2011: 44] та «ґрунтується на особистому, суб'єктивному, досвіді людини, що збігається з досвідом тієї культури, до якої належить мовець» [Сурмач 2012: 22]. Отже, асоціативний експеримент – це, узагальнено кажучи, аналіз психіки респондентів, який відображає особливості мовної та мисленнєвої здатності людини, когнітивну організацію її соціального досвіду. Асоціативні реакції формують асоціативні поля онімів-стимулів, які відбивають семантичне наповнення онімних концептів в окремих ментальних лексиконах, чи ширше – у ментальності нації.

Варто зазначити, що поступово відбувається комп'ютеризація досліджень з асоціативної лінгвістики, а також виведення вільного асоціативного експерименту в мережу Інтернет. Так, в дисертації О. Ф. Загородньої запропоновано новаторський підхід до опрацювання результатів вільного асоціативного експерименту – за допомогою спеціальної комп'ютерної системи, призначеної для комплексного психолінгвістичного аналізу великого масиву асоціативних реакцій з можливістю встановлення фільтрів на операційні бази даних залежно від мети дослідження. Головною перевагою авторської програми є можливість одночасного аналізу асоціативних реакцій за значною кількістю параметрів, зокрема за індексом

яскравості асоціації, мовним наповненням та коефіцієнтом гомогенності асоціативного поля, за рівнем впливу екстралінгвальних чинників на мовну свідомість опитуваних тощо [Загородня 2018].

Отже, головним завданням у цьому підрозділі роботи є з'ясування форм буття і структури асоціативного поля англomовних гіпонімів у ментальному лексиконі носіїв англійської мови за допомогою вільного асоціативного експерименту, який, на думку К. Д. Долбіної, слугує найкращим методом виявлення семантичного наповнення зоонімних концептів [Долбіна 2014: 99].

Асоціативний експеримент у нашому дослідженні було проведено у формі онлайн-анкетування, яке має ряд переваг: по-перше, дозволяє зібрати максимальну кількість реакцій при мінімальній витраті часу, і по-друге, умови заповнення анкети сприяють отриманню індивідуалізованих, достовірних даних завдяки мінімізації впливу дослідника на інформанта.

Розглянемо детальніше методику проведення нашого вільного асоціативного експерименту, яка складалася з таких етапів:

- 1) формування вибірки гіпонімів та укладання анкети;
- 2) власне експеримент у вигляді письмового онлайн-опитування;
- 3) додаткове усне онлайн-опитування інформантів;
- 4) якісне та кількісне опрацювання результатів експерименту, побудова та структурування асоціативних полів та унаочнення їхньої структури у таблицях, діаграмах тощо.

Так, безпосередньому проведенню експерименту передувало укладання списку гіпонімів-стимулів, відомих носіям мови та здатних викликати потужну реакцію.

О. Ю. Карпенко говорить про те, що власні назви кожного фрейму за специфікою свого існування поділяються на узуальні (реальні), віртуальні та сакральні [Карпенко О. Ю. 2007в: 137]. Отже, категорія **узуальних гіпонімів** містить назви коней, що реально існують, чи існували, ті, що живуть з людьми та оточують їх, або ті, про яких люди чули з офіційних джерел інформації. Сюди входять, наприклад, усі найменування з реєстрів Жокейського клубу, власні назви

з будь-яких інших реєстрів та документів, а також кінні іменослови та словники гіпонімів.

Серед найвідоміших прикладів узуальних гіпонімів: *Буцефал* (улюблений кінь Александра Македонського), *Інцитам* (улюблений кінь імператора Калігули, якого він зробив римським сенатором), *Secretariat* (найвідоміший у світі скаковий кінь, який у 1973-му році зміг зробити те, що нікому не вдавалося протягом 25 років – виграти підряд три найпрестижніших перегони серії «Потрійна корона»).

Категорія **віртуальних гіпонімів** вміщує іменування коней-героїв літературних творів, кіно та мультфільмів, комп'ютерних ігор, скульптури та інших творів мистецтва: *Болівар* (вигаданий кінь з оповідання О. Генрі «Дороги, які ми обираємо», цитата з якого – «Болівар не винесе двох» – стала приказкою), *Росинант* (кінь Дон Кіхота, головного героя роману Мігеля де Сервантеса), *Spirit* (кінь з популярного американського мультфільму студії «DreamWorks Animation»).

**Сакральними** називаються власні назви тих коней, котрі слугують елементом релігійного культу та знайшли своє відображення в міфологічному світогляді чи релігійних віруваннях. О. М. Складенко у своїй статті «Семантика кінь в ономастичній сфері» зазначає, що «головною причиною одомашнення коня була його ритуально-культува значимість» [Складенко 2011: 183], адже в давнину образ коня був об'єктом тотемно-культуових вірувань багатьох народів. Міфічні коні сприймалися як цілком реальні, а отже, їхні назви типологічно підпадали під лінгвістичну категорію реальних гіпонімів. З переходом від міфічної до раціональної свідомості, з втратою віри, зникла і реальна сакральність самих об'єктів поклоніння, натомість їхні ймення навпаки перейшли з розряду узуальних, у розряд сакральних, позаяк назавжди залишилася пам'ять і знання, що ці міфічні істоти були богами певної віри, що діяла у певного народу в минулому або діє й понині.

Якщо перші дві категорії яскраво вибудовуються в сучасному англійському гіпоніміконі, то остання представлена вкрай обмежено та потребує роз'яснення. Сакральний компонент гіпонімного фрейму сягає античної, германоскандинавської, кельтської та інших регіональних міфологій, які були поширені в

Європі та формують у своїй сукупності англійську міфологію як таку. До сакральних гіпонімів зараховуємо такі: *Пегас* (давньогрец. *Πήγασος*) – чарівний крилатий жеребець, який злетів на Олімп, щоб приносити Зевсові грім та блискавку, *Хірон* (давньогрец. *Χείρων*) – наймудріший гіпокентавр з давньогрецької міфології, *Sleipnir* (давньосканд. «спритний») – восьминогий кінь верховного бога Одіна з германо-скандинавської міфології.

Окрім трьох відомих міфічних коней можемо назвати й деяких інших, значно менш знаних, наприклад, коні Ахілла – *Балій* (давньогрец. *Βάλιος* – рябий) і *Ксанф* (давньогрец. *Ξάνθος* – рудий), які брали участь у Троянській війні, або кінь з кельтської міфології *Ех-ушк'є* (гельськ. *each-uisge* – водяний кінь), відомий також за назвою *Агіскі* (гельськ. *aughisky*), який жив у морі та був здатний втопити необачного вершника. Деякі сакральні гіпоніми з плином часу й зовсім деонімізувалися, втративши своє первинне референтне значення, і перейшли до розряду загальних назв. Тому колись поширені особові назви міфічних істот на кшталт *Гіпогріф* чи *Кентавр* сьогодні абсолютно точно містять конкретний поняттєвий зміст у свідомості мовця та сприймаються як апелютиви.

Як бачимо, названі вище сакральні гіпоніми утворені на базі мов, які не є об'єктом нашого дослідження. Припускаємо, що незалежно від ерудиції мовця ступінь знаності таких гіпонімів, який знаходиться в прямій пропорції до поширеності та значущості їхніх денотатів, буде вкрай низьким. З огляду на це було вирішено не додавати до вибірки стимульного матеріалу сакральні гіпоніми.

Разом із тим, поряд з невираженістю сакрального компонента особливого значення набуває узуальний складник з його двоїстою природою. Ми вже мали нагоду висловити думку, що головною опозицією в гіпонімії, яка зумовлює строкатість та розмаїття цього розряду, є опозиція назв офіційних паспортних та неофіційних розмовно-побутових (див. докладніше Розділ 1.4). Ця думка визначає необхідність уведення до вибірки як офіційних так і неофіційних гіпонімів, як обов'язкових та, як правило, розбіжних складників єдиного класу власних назв. Розбіжність ця проявляється у різній природі гіпонімів: значна формалізованість системи паспортних іменувань, процедурність, регламентованість та офіційність

закріплення назви за твариною, а також неможливість повторень протиставлені безсистемності неофіційної номінації з властивою їй багатоденотатністю, яка спричиняє наявність традиційного репертуару частотних назв відапелятивного (рідше – відонімного) походження.

Ще однією особливістю є те, що образи відомих реально існуючих коней часто з'являються у творах літератури та кіномистецтва, тому такі гіпоніми з нашої вибірки, як *Secretariat*, *Man O' War*, *Seabiscuit* та інші неможливо зарахувати винятково до реальних, або до віртуальних. Співіснування реальних офіційних та віртуальних гіпонімів визначається взаємопроникненням та взаємовпливом, що відбивається як на рівні окремих вербальних асоціацій (наприклад, реакція *awesome movie-great racehorse* на стимул *Secretariat*), так і на рівні структури усього асоціативного поля (наприклад, однаковий ступінь входження асоціатів *famous racehorse* (0,040) та *movie* (0,040), а також *champion racehorse* (0,008) та *book* (0,008) до семантичного поля стимулу *Seabiscuit*). У подібних випадках реципієнти просто не в змозі з підбраного «мисленнєвого досьє» [див. докладніше Шмелёв 2002: 46] на носія гіпоніма виокремити лише одну рису, втіливши її в асоціацію, що й провокує бінарне осмислення стимулів як однаково вагомих актантів реальної та віртуальної дійсності. Для гіпонімів, що належать до кожного із секторів, первинним завжди буде реальний. Вибірку віртуальних гіпонімів-стимулів формують назви коней-персонажів художніх творів та кінофільмів, які ніколи не були відомими персоналіями реальної дійсності.

Отже, потрійний поділ гіпонімного субфрейму за ступенем реальності у нашому дослідженні виглядає так:



Рис. 3.1. Візуальна репрезентація класифікації гіпонімного субфрейму за ступенем реальності

Для забезпечення репрезентативності вибірки було обрано 27 гіпонімів-стимулів різної природи та структури, які належать найбільш відомим коням або є найбільш вживаними у побуті. Десять **реальних офіційних гіпонімів**: *Secretariat, War Admiral, California Chrome, Man o' War, Seabiscuit, Cincinnati, Ravel, Charisma, Nelson, Hoof Hearted*; десять найуживаніших **реальних неофіційних гіпонімів**: *Lucky, Sugar, Star, Dakota, Stormy, Peanut, Rosie, Jack, Buddy, Bella*; та сім **віртуальних гіпонімів**: *Flicka, Shadowfax, Black Beauty, Ginger, Spirit, Joey, Bree*. Повторимося, що жорсткий поділ гіпонімів нашої вибірки на реальні та віртуальні є об'єктивним далеко не завжди. Учасники експерименту мають право зараховувати гіпоніми до будь-якого сектора залежно від власного сприйняття, натомість завдання дослідника полягає зокрема й у тому, щоб визначити, який компонент – реальний чи віртуальний – яскравіше реалізується в назві.

Анкета з інструкцією була створена у вигляді окремої веб-сторінки за допомогою інструменту Google Forms. Після того, як у систему було введено список стимулів, автором експерименту були відібрані дані, які необхідно ввести респонденту про себе: ім'я, вік, місце народження та проживання. Експеримент був

проведений серед користувачів соціальної мережі Facebook. Було залучено 250 респондентів різних професій та соціального статусу зі збалансованою гендерною представленістю віком від 16 до 83 років. Коло інформантів обмежувалося двома параметрами: країна проживання – Велика Британія, США, Нова Зеландія, Канада, Австралія (країни англосфери), рідна мова – англійська. Вибір таких параметрів експерименту зумовлений зауваженням О. І. Горошко, що «при збиранні асоціативних норм важливим є також широке територіальне і професійне “охоплення”» [Горошко], яке повністю відповідає меті нашого дослідження.

У преамбулі англійською мовою було чітко вказано завдання інформантів – занотувати першу асоціацію (слово, словосполучення), яка спаде на думку, коли вони читатимуть слово-стимул. Додаткових роз’яснень про значення стимулів не надавалося. Комп’ютерна анкета не передбачала можливості повернутися до попереднього стимулу і скорегувати реакцію, тож фіксувалися перші свідчення, які є найціннішими та найбільш придатними для аналізу.

Експериментальний асоціативний матеріал складає 6458 реакцій, з яких 2453 – одиничні реакції, 4005 реакції, що повторюються. Асоціативне поле кожного стимулу містить від 180 до 258 реакцій.

Наступним етапом дослідження після отримання фактичного матеріалу стало проведення вибіркового обговорення стратегій асоціювання деяких респондентів з метою відтворення їхнього мисленнєвого процесу, оскільки, як справедливо зауважила Ю. І. Дідур, «можливо зробити певні припущення щодо того, що міг мати на увазі інформант, але підтвердити чи спростувати такі припущення можна лише після додаткового обговорення цього питання з учасником експерименту» [Дідур 2015: 118]. Такої ж думки притримується й Р. М. Фрумкіна, зазначаючи, що суб’єктивності когнітивно-психологічної інтерпретації даних можна запобігти лише шляхом додаткової інтроспекції з боку респондента – «Дослідника-2», який шляхом глибокого рефлексування і самостереження, розширює знання експериментатора – «Дослідника-1» про об’єкт дослідження (у нашому випадку – асоціативну реакцію) [Фрумкіна 2008: 10]. Факт наявності у інформантів індивідуальних стратегій асоціювання (термін О. Горошко), таких як, наприклад,



уникнення стереотипності шляхом надання оригінальних відповідей, або свідоме бажання порушити правила інструкції, а також важкість розмежування в окремих випадках реакцій поверхневого та глибинного ярусів ментального лексикону, про яку пише О. Ю. Карпенко [див. докладніше Карпенко О. Ю. 2007в: 289-293], вимагають від дослідника додаткового обговорення з опитуваними асоціативних реакцій для збереження об'єктивності, точності та достовірності наукової інтерпретації результатів.

Проведення масштабних асоціативних експериментів протягом 17 років дозволило російським дослідникам виокремити метакогнітивний рівень породження висловлювання (асоціації), саме на якому відбувається первинна диференціація смислових процесів і який відповідає за вибір генеральної стратегії асоціювання [Курганова 2019: 28-30]. У нашому випадку, одним із прикладів асоціативної стратегії вважаємо надання реакції *horse* на кожен стимул, окрім гіпоніма *Rosie*, який отримав пропуск. Інша учасниця експерименту теж здогадалася, що стимули є власними назвами коней і на кожен з них реагувала одним із трьох асоціатів: *race horse*, *movie horse* або *Do not know of this horse*. 20-річна Тіфані з Канади віддала перевагу породі коня як тематичній лінії асоціювання, тому маємо реакції *Quarter horse*, *Arabian*, *Friesian*, *Mustang*, *Mini Poni* тощо. Тут маємо справу зі стереотипним асоціюванням, яке вважається способом пристосування до умов експерименту [Горошко]. Асоціативний ряд у таких випадках складає одну тематичну лінію асоціацій або взагалі одну й ту ж саму відповідь на різні стимули. Всього зафіксовано 5 анкет з описаною вище стратегією асоціювання, яку пов'язуємо з розкриттям респондентами природи пропонуванних стимулів.

Часто реакції супроводжуються коментарями-роздумами виконавців, взятими у дужки, на кшталт асоціата *another racehorse (are they all horse names?)* на стимул *Seabiscuit*, або розлоге *I figured a lot of them are names of well-known horses, but that's one that I didn't know and I had never heard about it so I just thought of a word that sounded like it, and it just happened to be Raven 😊* до реакції *Who* на стимул *Ravel*.

Взагалі, варто зазначити, що пролонговані дескриптивні та експозиторні відповіді, побудовані як ціле висловлювання, часто з'являються серед отриманих асоціатів. Доповнені авторською інтроспекцією та рефлексією, вони є прикладами вербалізації спостережень респондентів за змістом та актами власної свідомості. Асоціативне розмірковування поєднується з описом самого процесу мислення, спрацьовує метод самоспостереження, що пов'язуємо з бажанням реципієнта не лише констатувати факт наявності певної реакції на стимул, а й з'ясувати її природу та походження, відшукати пояснення власним думкам та образам. Показовою у цьому відношенні є анкета 19-річної Джезі зі Сполучених Штатів. Більшість реакцій є інтроспективними: *Secretariat* – *Silly but it kinda makes me think of a «secret agent» kind of classification*, *Shadowfax* – *Sounds like a cat name, but for one that's also some kind of badass super ninja or something*, *Sugar* – *Sounds like something a sweet old black lady would call you*, *War Admiral* – *My mental picture is of a literal admiral. One that's old and has the sea hat.*, *Joey* – *«So no one told ya life was gonna be this wayyy» \*clap\*clap\*clap\*clap\* (not that I ever watched the show, but I still think of it)*, *Black Beauty* – *I think there's an old horse movie named Black Beauty. Either way, I think about old horse movies, particularly Black Stallion.* У цій же анкеті знаходимо тематичні реакції, стереотипність яких помічає сама учасниця експерименту: *Ginny Weasley. Or Ron. Well any Weasley really* на стимул *Ginger, Leprechauns. Maybe I'm just thinking of Harry Potter now...* 😊 (виконавиця сама помічає, що накладає відбиток на процес асоціювання) на стимул *Lucky, Bellatrix Lestrange...also from Harry Potter* на стимул *Bella*. Наведені вище приклади реакцій ілюструють спробу осмислення реципієнтами спонтанного, некерованого процесу відтворення змісту підсвідомості та допомагають точніше інтерпретувати експериментальні дані, до того ж слугують цінним матеріалом для досліджень у галузі асоціативної лінгвістики, адже розширюють знання дослідника про характер мислення реципієнтів.

Застосовуючи комунікативний підхід до аналізу асоціацій, В. Є. Гольдін зазначає, що «реакції учасників експерименту в основному реалізують [...] головну комунікативну стратегію ведення діалогу: вони так чи так вказують на мовну

спільність з експериментатором, демонструючи таким чином, установку на комунікативне співробітництво з ним» [Гольдин 2012: 4]. Так, аналіз 250 анкет респондентів засвідчив, що 10,4% виконавців так чи так обирають загальну стратегію багатослівних розлогих відповідей, а не стандартних ляпідарних. Така стратегія асоціювання, побудована на відкритості та ініціативності, не була б задіяною, якби учасники експерименту не відчували буденність такого способу «ведення діалогу» з незнайомим їм експериментатором. Активізація особистісного складника як одного з поширених інструментів вербалізації встановленого асоціативного зв'язку, на нашу думку, є результатом наявності спільних культурних цінностей та особливостей сприйняття дійсності у представників країн англосфери з притаманними їм індивідуалістичністю, автономністю та свободою як базовими цінностями.

Ще однією істотною особливістю осмислення гіпонімів, до якої ми вже побіжно зверталися (див. докладніше Розділ 2.4), є наявність стереотипних уявлень у свідомості носіїв англійської мови про логічний зв'язок між власною назвою коня та його особистістю, що виявляє себе у відповідних асоціатах. Чому на стимул *Peanut* з'являється асоціат *Ummm wouldnt name a horse this*, на стимул *Buddy* – асоціат *Name for a mini*, на стимул *Bella* – асоціат *small black pony*, а на стимул *Lucky* – асоціат *Grey Welsh*? Відповідь на це питання дає учасниця експерименту під час обговорення її асоціацій: «Не думаю, що *Peanut* – прийнятне ім'я для коня, ба більше – для будь-якої тварини. Теж саме я думаю про назви *Bob*, *Jake* і тому подібні. Навіщо називати свого коня іменем *Bob* чи *Peanut*? Я виросла з кіньми, які мали вигадливі імена – *Alishemol*, *Alisheton*, *Nakoma*, *All That Jazz*, *Avalon*. Коні – це чарівні, елегантні тварини, вони не заслуговують мати такі прості імена. Кожен кінь – це особистість, тому, якщо людина уважно поставиться до цього факту, то поведінка коня, його характер допоможуть зрозуміти, яке ім'я треба обрати». Пор. у В. Хірн: «Має бути причина для називання, інакше – імені не існує» (англ. «*There has to be a reason for a name or else there is no name*») [Hearn 2000: 170].

Йдеться, власне, про те, що у внутрішній формі гіпоніма, його звуковій семантиці закладені певні смислові потенції, «фантомні значення» (формулювання

М. Е. Рут), які формують конкретне уявлення про коня – носія назви. Тут уже маємо справу з різними чинниками, які впливають на появу онімних конотацій, котрі зумовлюють як специфіку вживання гіпоніма, так і добір асоціатів до нього: «культурна аура» назви [Рут 2001: 64], «семантико-образні та емоційно-оцінні асоціативні нашарування» [Тараненко 2010: 14], фоносемантичні характеристики, тобто різні прояви невластивих мовних знань, що формують уявлення про назву та про денотат, який цією назвою позначається. Звідси й маємо, наприклад, асоціати-масті коней 26-річної Лоурен зі Сполучених Штатів, яка, одразу коментуючи власні відповіді, відверто зізнається, що не розуміє, за яким принципом поєднує масть із назвою в єдину асоціативну зв'язку: ***Sugar** – a chestnut pony (not sure why?), **Flicka** – A black and white paint although I don't think that's what Flicka looked like lol, **Lucky** – tall chestnut horse (again-no idea why), **Stormy** – dark gray pony (idk why)* тощо. Подібних асоціацій у нашому асоціативному словничку досить багато, вони породжуються у підсвідомості під впливом описаних вище чинників, а причина їхньої появи нерідко залишається загадкою навіть для самих опитуваних.

Сформульована вище думка дозволяє припустити, що окрім характерної для будь-яких онімів властивості вбирати в себе всю інформацію про об'єкт номінації, гіпоніми значною мірою здатні попередньо екстраполювати власні смислові потенції на денотат, тим самим формуючи у свідомості людини уявлення про об'єкт номінації ще до безпосереднього знайомства з ним, лише володіючи його назвою. Вочевидь, гіпонім *Peanut* одразу породжує у свідомості реципієнта образ надто простого, примітивного коня, без яскраво виражених особливостей характеру, що й продукує відповідну реакцію. Подібна тенденція, до речі, спостерігається й у топоніміці, на що, повторимося, звернула увагу К. Хью [Hough].


Існує й більш радикальна думка стосовно ролі імені в нашому житті, яку висловив ще П. О. Флоренський: «Не тільки казковому герою, а й живій людині ім'я чи то віщує, чи то приносить їй характер, її душевні і тілесні риси в її долю» [Флоренський 1993: 139]. Так, віра в сакральність і доленосність імені виразно простежується в номінації коней і до сьогодні.

Повертаючись до коментаря учасниці експерименту щодо прийнятності імені, визнаємо, що він експлікує глибоку суперечність, закладену в самій природі номінації коней. Вона полягає в тому, що в країнах англосфери існує як мінімум два протилежні погляди на процес побутового назовництва: або він сприймається як типовий акт присвоєння тварині власної назви з репертуару популярних, нерідко відапелятивних і, як правило, невибагливих назв (адже стимул *Peanut*, увійшов у нашу вибірку саме через високу частотність його використання у якості власної назви коня), або ж, навпаки, як подія, яка набуває особливого, підкреслено глибокого символічного значення та спричинена ставленням до тварини як до особистості, яка заслуговує на продумане та належне їй ім'я.

Важливу роль відіграє й фонетична форма назви. Вплив звукового образу на свідомість є доведеним фактом, який дозволяє зрозуміти дещо загадкові рядки Х. Моргенштерна: «Усі чайки виглядають так, ніби їх звать Емма» (від нім. «Die Möwen sehen alle aus, als ob sie Emma hiessen») [Morgenstern]. Р. Хоувел та Г. Веттер пояснюють ці рядки так: «Назва струмує так плавно як птаха, ми чуємо ім'я, а бачимо птаха» [Howell 1985: 82], а Г. Бош зазначає: «У процесі розвитку ми здобуємо відчуття слухності назви, коли фізіогноміка слова та фізіогноміка відомого нам об'єкта сходяться, як у випадку з чайками, єдиним справді влучним ім'ям для яких було Емма» [Bosch 1970: 95-96]. Зазначимо також, що в дослідженнях пропріативів вже використовується термін **онімна фізіогноміка** (нім. *Namenphysiognomic*) на позначення профілю власної назви, її «обличчя» [Debus 2012; Сапожникова 2015].

Наведені вище поетичні рядки спонукали В. Кьолера, одного з засновників гештальтпсихології, експериментально довести наявність звукової семантики слів [Köhler 1947]. Пізніше аналогічні дослідження [див. докладніше Ramachandran 2001; Maurer 2006] підтвердили тезу про те, що фонема можуть бути змістовними самі по собі, і це явище отримало назву «ефекту буба-кікі», який підтверджує факт синестезії звуку і геометричної форми. Розгляд цього ефекту в онімній площині дозволив піти далі і встановити, що свідомість людини здатна співставляти лінгвістичні характеристики назви з абстрактними властивостями її носія (зокрема,

рисами особистості) [Sidhu]. Безумовно, звуковий склад назви коня впливає на сприйняття людиною самої тварини, на що наголошує учасниця експерименту: «Різкі, неприємні для вуха назви також не відповідають шляхетності коня». Можемо зрештою сказати, що хоча звукосимволізм та конотаційність гіпонімів лишаються поза межами нашого дослідження, відголоски цих явищ знаходимо в асоціативних реакціях респондентів, адже асоціативний експеримент, як відомо, є найкращим методом експлікації конотацій та позасвідомого.

Окремо варто розглянути відмову від реакції як своєрідний тип зв'язку між стимулом та реакцією. Загальна кількість відмов налічує 377 випадків, тобто 5,8% від загальної кількості реакцій. Спостерігаємо різні форми нульових реакцій: словесні відмови на кшталт *no immediate associations, nothing, I don't know what this means!, no answer, never heard that, whats that?, Idk, blank, unknown, confused, no clue, doesn't mean anything to me, unaware, nothing comes to mind, N/A, ummm, no comment, pass, unsure*; асоціати зі знаком питання, які виказують невпевненість респондента та свідчать про відсутність оніма в його ментальному лексиконі, наприклад: асоціати *Cars?* та *A new drug?* на стимул *California Chrome*, асоціати *Constellation?*, *Unicorn?*, *Technology?* на стимул *Shadowfax* тощо; порожні поля для заповнення; пунктуаційні знаки *???, ?, -*; невербальні реакції-піктограми, наприклад, асоціат  на стимул *Charisma*, а також комбінована нульова реакція – *have no idea* □.

Найбільшу кількість відмов отримали стимули *Shadowfax* (73), *Ravel* (63), *California Chrome* (32) та *Hoof Hearted* (26). Це означає, що а ні їхні мовні характеристики, а ні денотатна співвіднесеність не викликають асоціацій у значної кількості виконавців, що свідчить про чужість вказаних стимулів для світогляду респондентів, наявність лакун у знанні їхнього змісту. На нашу думку, велика кількість відмов від реакції саме на ці гіпоніми пов'язана з їхньою закріпленістю лише за одним денотатом, добре знаним в межах вузького кола зацікавлених осіб. Знання таких гіпонімів передбачає високу ерудованість та обізнаність у галузі конярства. Усі відмови від реакції на стимул було вилучено з відповідних

асоціативних полів. Жодної відмови не зафіксовано лише на один гіпонім-стимул – *Black Beauty*.

Мовна структура досліджуваних асоціативних полів є однорідною – абсолютну більшість реакцій складають англомовні асоціати. Винятками є перекладна реакція *estrella* на стимул *Star* (його іспаномовний еквівалент), ідеонім *Casa del papel*, отриманий від респондента з приміткою (*tv show*) на стимул *Cincinnati*, а також іспаномовні асоціати *Donna*, *vista* та *flores* на стимул *Bella*, що свідчить про вплив іспанської мови на мовну картину світу інформантів.

Результати асоціювання представлені у вигляді класичної статті асоціативного словника, однак з уведенням додаткової кількісної характеристики, а також опису основних характеристик денотата, обраного для експерименту. Так, після оніма-стимулу вказується така інформація у цьому ж порядку: загальна кількість різних реакцій, загальна кількість всіх реакцій, кількість різних онімних реакцій, загальна кількість онімних реакцій, загальна кількість реакцій найближчого кола, загальна кількість відмов. Нижче наводяться короткі відомості про носія власної назви, далі – асоціативні реакції, розташовані за їхньою частотністю.

Тут же наразі зазначимо, що орфографію респондентів було збережено, однак не повною мірою. Коми, наявні в межах однієї реакції, видалялися, оскільки вони традиційно вживаються для розмежування реакцій одна від одної. Усі інші пунктуаційні знаки збережено, враховуючи й коментарі до асоціатів, взяті в дужки, які надавалися виконавцями у процесі заповнення анкети.

Введення показника загальної кількості реакцій найближчого кола пов'язане з розглядом гіпонімів крізь призму концепції концентричної структурної організації індивідуальних онімних фреймів у ментальному лексиконі, розробленої О. Ю. Карпенко [Карпенко О. Ю. 2006а]. Дослідниця робить висновок, що усі власні назви структуруються навколо «Я» власника ментального лексикону і формують приблизно чотири кола, а їхня щільність, тобто наповненість онімами, збільшується при віддаленні від центру.

У цьому ключі розглядаємо індивідуальний гіпонімний субфрейм як структуру, що складається з трьох концентрично розташованих кіл, а зарахування

асоціативної реакції респондента до певного кола з більшою чи меншою вірогідністю слугує показником приналежності й самого стимулу до того ж кола. Так, до **першого кола** входять власні назви коней, які належать людині, з якими вона знайома особисто та контактувала, що можна встановити за суб'єктивними, особистісними, часто емоційно-оцінними реакціями, як-от: *my horses name, the name of a horse at the barn I work at, name of my mare, my old pony which has recently died, the first horse I fell in love with, My Best Horse.*

Ще однією суттєвою ознакою, що дає змогу з впевненістю зарахувати гіпонім до першого кола є наявність чітко вираженої фізіологічної реакції на нього, викликаній ефектом якоріння. У галузі нейролінгвістичного програмування **якір** тлумачиться як «мітка у свідомості людини, яка відповідає за виклик у неї конкретного стану» [Плигин 2000: 164]. О.Ю. Карпенко вживає термін **онімне якоріння** [Карпенко О. Ю. 2013а; Карпенко О. Ю. 2013б] на позначення стійкого зв'язку між реакцією та стимулом, який обов'язково містить фізіологічну складову та вирізняється перманентним характером. Оніми-якоря, за словами дослідниці, належать до першого кола та викликають не лише асоціативну, а й фізіологічну реакцію, яка неодмінно актуалізується кожного разу, коли людина стикається з власною назвою [Карпенко О. Ю. 2013б: 99-100]. Виявити оніми-якоря можна під час вільного асоціативного експерименту шляхом застосування одного з основних інструментів НЛП – калібрування, тобто зіставивши екстерналізоване у вигляді реакції сприйняття оніма й додаткові внутрішні відчуття та переживання індивіда, викликані власною назвою.

У якості прикладу онімного якоря можемо навести реакцію *Heartbreak* на стимул **Bella**, яка видається досить загадковою, бо не ясно, про що йдеться. Утім, під час додаткового обговорення учасниця експерименту розповіла, що в п'ятирічному віці поховала свою улюблену кобилу на ім'я *Bella*. Далі прозвучало болюче: «*Definitely sad, almost tears for Bella!*», що й стало визначальним у ідентифікації гіпоніма як потужного якоря в свідомості виконавиці.

Показовим є й такий приклад. На гіпонім-стимул **Ravel** одержуємо реакцію *Bolero* з подальшим коментарем учасника експерименту: «*Obsessed with Bolero.*



*Used to listen to it with my mother since I was a kid. Later took music class and Ravel will always bring the actual music in my head*». Хоча ця асоціація взагалі не пов'язана зі стимулом-гіпонімом, а лише з омонімною назвою іншого денотата (французького композитора Моріса Равеля, який написав твір для оркестру «Болеро»), завдяки калібруванню чітко простежується сталий характер асоціативних зв'язків «стимул-реакція», міцна емоційна прив'язка індивіда до оніма.

Отже, в окремих випадках розпізнати приналежність реакції (а отже й стимулу) до найближчого кола без супровідної інформації від реципієнта просто неможливо. До реакції *Morgan* на стимул **Ginger**, наприклад, отримуємо додатковий коментар: «*I rescued an amazingly sweet senior morgan bred mare named Ginger*», за яким вже можемо зарахувати відповідний стимул до першого кола індивідуального гіпонімного фрейму.

Загальна кількість реакцій першого кола становить лише 2,96 % (191 одиниця). Вони зафіксовані не в усіх асоціативних полях стимулів та їхній обсяг теж різний від стимулу до стимулу. Найбільшу кількість реакцій першого кола, а саме 4,47 % (110 одиниць) від загального обсягу реакцій на стимули цього типу, спровокували реальні неофіційні гіпоніми, що пояснюємо широкою розповсюдженістю цих мовних одиниць, їхньою загальноновживаністю та багатоденотатністю. Найменші показники припадають на реальні офіційні гіпоніми – лише 0,56 % (13 одиниць). Це пов'язано, гадаємо, з їхньою абсолютною моноденотатністю (принаймні в межах розряду зоонімів), а також прецедентністю та загальновідомістю, які й визначають їхній надіндивідуальний характер. Показник кількості реакцій першого кола на віртуальні гіпоніми-стимули займає проміжну ланку та становить 4,08 % (68 одиниць) від загального обсягу реакцій на стимули цього типу. За відсутністю реакцій першого кола відзначено асоціативні поля стимулів *War Admiral, California Chrome, Cincinnati, Charisma* та *Shadowfax*.

Водночас варто наголосити, що наведені вище кількісні показники формують уявлення про наповнення найближчого кола індивідуального онімного фрейму, а не гіпонімного. Розглянути структурування індивідуального гіпонімного

субфрейму в чистому вигляді не видається можливим, оскільки специфіка більшості гіпонімів-стимулів нашої вибірки передбачає множинність варіантів їхнього денотативного профілювання (концепція Р. Ленекера [Langacker 1987]). Так, широкоживаний стимул *Jack* одержав 22 реакції, які увіходять до першого кола. З них лише асоціати *The name of a horse at the barn I work at* та *My first horse* <3 засвідчують належність стимулу до індивідуального гіпонімного субфрейму. Усі інші асоціати не пов'язані саме з тим потенційним денотатом, який було обрано для експерименту, та зазнають різного роду профілювання. Спостерігаємо заміну гіпонімного субфрейму на **кінонімний субфрейм** через асоціати *my dog, my black labrador*; **антропонімний фрейм** через асоціати *my Dad name, Me!, cousin, my nephew, grandfather, my cousin, my ex boyfriend, my sons name, husband, my friend, my other son, my sons name, nephew, Sanders (friend), Heartland* (назва улюбленого серіалу учасниці, головного героя якого звать *Jack*); **ідеонімний фрейм** через асоціати *Flash (Jumping Jack Flash – пісня гурту The Rolling Stones, яку учасник експерименту вважає своєю найулюбленішою)*, та *And the beanstalk (Jack and the Beanstalk – улюблена казка, яку мама читала учасниці в дитинстві)*; **ергонімний фрейм** через асоціат *In the box (Jack in the Box – назва мережі ресторанів швидкого харчування, які учасник постійно відвідує)*. Учасниця експерименту на ім'я Мері взагалі реагує так: «*I know so many Jacks – people, horses, dogs...*». Отже, у нашому дослідженні доречніше говорити узагальнено про розгляд структури індивідуального онімного фрейму крізь призму власних назв коней.

До **другого кола** зараховуємо назви коней реальних та віртуальних, яких людина бачила, чи має конкретне уявлення про них, а отже, до цього кола належать усі реакції, які засвідчують знання реципієнтом гіпоніма та певним чином перегукуються з його сенсом. Реакції другого кола складають питому вагу асоціативних полів усіх стимулів нашої вибірки.

Останнє **третє коло** формують індивідуальні асоціати, жодним чином не пов'язані з денотатом слова-стимулу, на кшталт *log fire* на стимул *Flicka*, фонетичні реакції, наприклад, *gravel* на стимул *Ravel*, а також усі типи відмов, які свідчать про відсутність гіпоніма у свідомості реципієнта.

Отже, наявність у кожній статті нашого асоціативного словничка таких числових показників, як загальна кількість реакцій найближчого кола та загальна кількість відмов дозволяють одразу сформулювати уявлення про наповнення першого та третього кола відповідними реакціями/онімами та зарахувати всі інші реакції реципієнтів (окрім фонетичних та індивідуальних, які теж перебувають у третьому колі) до другого кола.

Для усіх асоціатів, що повторюються, також вирахували індекс яскравості за формулою Ю. Д. Апресяна:

$$K (AR) = \frac{n-1}{N} ,$$

де  $K$  – це міра входження асоціації до асоціативного поля гіпоніма-стимулу,  $AR$  – досліджувана асоціативна реакція,  $n$  – кількість вжитків цієї асоціації, зменшена на одиницю, а  $N$  – кількість реципієнтів, яка дорівнює кількості усіх реакцій, отриманих на стимул [Апресян 1963: 129-130]. Чим вищі показники індексу Апресяна, тим вагомішою є асоціація в межах асоціативного поля. За визначенням Й. А. Стерніна, який широко застосовував цей показник у дослідженнях асоціативних полів загальних назв, індекс Апресяна є відношенням кількості виконавців експерименту, які вербалізували певну сему, до загальної кількості респондентів, та дозволяє виділити більш і менш яскраві, ядерні та периферійні значення в семантемі слова і ранжувати їх за яскравістю [Стернин 2011: 101]. Що ж до власних назв, визначення цього індексу дозволяє розкрити пріоритетне реальне наповнення стимульного концепту, його денотатну та ціннісну основу, ракурс зв'язків стимулу з денотатом (або денотатами). До того ж, наявність цього показника нівелює суттєвий недолік наявних класифікацій, на який вказала О. І. Горошко: «Асоціації класифікуються зазвичай без урахування того, якою є “питома вага” тієї чи іншої реакції в загальній структурі асоціативного поля» [Горошко]. Д. І. Терехова виділяє асоціати з найвищим показником індексу Апресяна (як правило, перші п'ять), які маніфестують основні лінії поєднання назви з реальним світом, а також асоціати із середніми (засвідчено більш ніж три

повторення) та найнижчими показниками (мають три або два повторення) [Терехова 2000: 182]. Застосовуємо цю градацію й у нашому дослідженні.

Окрім виведення кількісних показників отриманих даних, асоціації респондентів обов'язково підлягають якісному аналізу, який полягає у їхній диференціації за типом зв'язку зі стимулом. Так, у когнітивній лінгвістиці існують різні класифікації асоціацій, запропоновані Т. Ю. Ковалевською [Ковалевська 2002], В. В. Левицьким [Левицкий 2012: 130], І. Г. Овчинніковою [Овчинникова 2006], Д. І. Тереховою [Терехова 2000]. Класифікація Д. І. Терехової, наприклад, містить синтагматичні, парадигматичні, граматичні, тематичні, ремінісцентні, фонетичні, словотвірні реакції, а також реакції фразеологічного типа та реакції-персоналії [Терехова 2000: 184-185]. Погоджуємось із думкою О. І. Горошко, яка стисло виклала свій погляд у проблемі типології вербальних асоціацій, вказавши на відсутність необхідності, ба більше, можливості побудови єдиної класифікації асоціацій, заснованої на певному несуперечливому принципі [Горошко].

Враховуючи специфіку асоціативної ідентифікації онімів, О. Ю. Карпенко запропонувала оригінальне групування реакцій за характером асоціата, яке «встановлює способи та форми трансформації слів у концепти» [див. докладніше Карпенко О. Ю. 2007в: 306-320] та містить вісім типів асоціювання:

- гіперонімне, яке є спробою категоризації та встановлення класу денотата, якому належить онім-стимул;
- синонімне, яке реалізується шляхом надання дескрипцій, перифразів чи синонімів до оніма-стимулу;
- суміжне, тобто метафоричне та метонімне асоціювання;
- виявлення цілого, частку якого становить стимул;
- виявлення частини, до якої цілим є стимул;
- квалітативне асоціювання, яке є спробою визначити властивості, якості, прикмети стимулу;
- причинно-наслідкове асоціювання;

- загадкове асоціювання, яке неможливо раціоналізувати без додаткового вивчення відношення реакції до стимулу та спеціальних знань.

У процесі подальших ономастичних досліджень ця градація зазнавала змін, «відточувалась», адаптувалася до аналізу асоціативного поля різних онімних фреймів та субфреймів. Так, К. Д. Долбіна [Долбіна 2014: 103], досліджуючи асоціативну структуру онімних концептів зоонімного фрейму об'єднала реакції, що позначають частину та ціле в єдиний клас **меронімних** реакцій, а також увела категорію **фонетичних** асоціацій, що ґрунтуються на співзвучності оніма та похідного асоціата або на інших різновидах мовної гри. Досліджуючи особливості структури асоціативного поля ергонімів в аспекті міжкультурного зіставлення, Ю. І. Дідур зафіксувала реакції респондентів, які не відповідали жодній з категорій класифікації, і термінувала їх як **символічні**, тобто ті, що «несуть цілком зрозумілий зміст, створюючи яскравий, але відірваний від стимулу образ» [Дідур 2015: 113]. Є. С. Біла у своєму дослідженні ароматонімного субфрейму [Біла 2017: 106] термінувала загадкові реакції **індивідуальними**, пояснюючи це тим, що вони завжди викликані особистим досвідом інформантів та є загадковими лише для дослідника.

Варто зазначити, що не всі отримані під час експерименту асоціативні реакції є вербальними. Малопродуктивною, однак, все ж, наявною серед реакцій респондентів виявилася стратегія асоціювання з залученням іншокодових елементів, зокрема емотиконів. Ці реакції термінуємо як **комбіновані**, адже вони містять вербальний та невербальний компонент – символічну позначку, емотикон або іншу піктограму. Сюди належать реакції *My first horse <3* та *The ripper* ☐ на стимул **Jack**, реакція *My nickname ;)* на стимул **Bella**; реакції ♡ *horses*, *Haha great name for a 🐾*, *don't know never heard of it but think of having hooved animals (particularly horses) in one's heart* ♡ на стимул **Hoof Hearted**, асоціат *cheese* ☺ на стимул **Bree**, асоціат *leprechauns maybe I'm just thinking of Harry Potter now...* 😊 на стимул **Lucky**. Питання іншокодових вкраплень в анкетах учасників вільного

асоціативного експерименту з власними назвами вже розглядалося Є. С. Білою. Дослідниця дійшла висновку, що наявність комбінацій знаків пунктуації, символічних позначок та емотиконів позитивного спрямування свідчить про схвальне ставлення опитуваних до самого експерименту та експериментатора [Біла 2017: 102-103]. Припускаємо, що схвальне ставлення респондентів нашого експерименту проявляється таким чином і по відношенню до вибірки та «прихованих за стимулом» денотатів. Через незначну кількість комбінованих реакцій видається доцільним не виділяти їх як окремий тип асоціатів і у процесі аналізу розглядати лише вербальну їх складову.

Отже, емпірична модель асоціативної структури гіпонімів-стимулів нашої вибірки містить такі основні типи реакцій: **гіперонімні, каузативні, квалітативні, суміжні, синонімні, меронімні, символічні, фонетичні та індивідуальні.**

У наступних підрозділах нашого дослідження, які структуровано згідно з типами гіпонімів за специфікою свого існування, з'ясуємо семантичне наповнення гіпонімних концептів у ментальному лексиконі носіїв англійської мови шляхом аналізу результатів вільного асоціативного експерименту, представлених у вигляді статей асоціативного словничка.

### 3.2. Асоціативне поле реальних офіційних гіпонімів

Розглянемо детально структуру асоціативного поля реальних офіційних гіпонімів.

Отриманий асоціативний матеріал на стимул *Secretariat* складає 247 реакцій, і з них 215 вказують на саме той денотат, який було обрано для експерименту. Реакції цієї статті, що повторюються, мають таке ранжування:

Табл. 3.1.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Secretariat*

<b>Secretariat</b>	
Загальна кількість всіх реакцій	247
Загальна кількість різних реакцій	87
Засвідчено $\geq 2$ рази	23

Засвідчено 1 раз		64
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>race horse</b>	61	0,242
<b>horse</b>	47	0,186
<b>race</b>	8	0,028
<b>famous racehorse</b>	5	0,016
<b>winner</b>	5	0,016
<b><i>Big Red</i></b>	5	0,016
<b>Secretary</b>	5	0,016
<b>office</b>	5	0,016
<b>legend</b>	5	0,016
fast	3	0,008
<i>Thoroughbred</i>	3	0,008
best race horse ever	3	0,008
greatest race horse ever	3	0,008
champion	3	0,008
<i>Triple Crown</i>	3	0,008
racing	3	0,008
<i>Triple Crown Winner</i>	3	0,008
movie	3	0,008
<i>Red</i> (2), <i>UN</i> (2), most famous race horse (2), work (2), official (2)		по 0,004 кожна

Як бачимо, ядро асоціативного поля стимулу формують дев'ять реакції з найвищим індексом яскравості, а саме: гіперонімні асоціати *race horse* (0,242), *horse* (0,186), меронімна реакція *race* (0,028), квалітативні асоціати *winner* (0,016), *legend* (0,016), синонімні реакції – *famous race horse* (0,016), *Big Red* (0,016), *office* (0,016) та фонетичний асоціат – *Secretary* (0,016).

Навколоядерні шари заповнені переважно синонімними – *best race horse ever* (0,008), *greatest race horse ever* (0,008), *most famous race horse* (0,004) та квалітативними реакціями: *fast* (0,008), *champion* (0,008), які містять позитивну емотивну конотацію та характеризують денотат оніма-стимулу. Також тут знаходимо 6 різних онімних реакцій: неофіційну назва коня *Red* (0,004), яка використовувалась у повсякденному вжитку, а також гіпонім-нікнейм *Big Red* (0,016), який став «лейблом» коня-переможця та став поширеним у ЗМІ; хрононім *Triple Crown* (0,008), мотивований найбільш популярною у світі серією з трьох

кінних перегонів, у кожному з яких кінь здобув перемогу, отримавши титул володаря Потрійної Корони; зоотоваронім *Thoroughbred* на позначення породи верхових коней, яку розводять майже у всіх країнах світу, а також ергонім-аббревіатуру *UN* (0,004) на позначення організації, яка брала участь у проведенні світових спортивних змагань.

Щодо гіперонімного асоціата *movie* (0,008), то він мотивований однойменним американським бібліографічним кінофільмом про визначні перемоги коня, що вийшов на екрани у 2010 р. Каузативний асоціат *racing* (0,008) стосується того виду кінного спорту, який і зробив Секретаріата наймовірніше популярним у світі.

Пов'язані не з денотатом, а з внутрішньою формою слова-стимулу та його поняттєвою семою лише такі асоціати, що повторюються: *office* (0,016), *Secretary* (0,016), *work* (0,004), *official* (0,004).

Серед одиничних асоціацій, які належать до периферії асоціативного поля, фіксуємо комбінований синонімний асоціат *awesome movie-great racehorse*, який ідентифікує гіпонім-стимул як актанта кожного із секторів – реального та віртуального. Квалітативні реакції мають підкреслено відверту меліоративність: *impressive beyond words, greatest love strength the best ever*. Один із учасників експерименту, який надав реакцію *magnificent*, під час обговорення прокоментував свій вибір так: «*Secretariat was absolutely the greatest racehorse ever. The fact that his heart was three times as big as your regular racehorse truly puts him in the magnificent category. That horse was born to run*».

Також маємо комплекс розгорнутих синонімних реакцій, які надають детальні відомості про носія назви на кшталт *racehorse with the biggest heart, his heart was 2 times that of a normal TB horse, brilliant American race horse in the 70's I think, Triple Crown winner never been out ran, 31 lengths never equaled* тощо, а також свідчать про глибоку обізнаність мешканців країн англосфери з відомими персоналіями зі світу конярства та їх високу суспільну значущість.

Отже, 87% усіх засвідчених реакцій на стимул *Secretariat* стосується денотата, заявленого в експерименті. Реальний компонент повною мірою реалізується в назві, однак, асоціативне поле стимулу є дводенотатним через наявність асоціації



*movie* у трьох вжитках, адресованої кінофільму. Найбільш частотними реакціями на цей стимул є гіперонімі, загальною кількістю 48,6%, з єдиним напрямом асоціювання, пов'язаним із пошуковим стимулом. Наступними за частотністю є синонімі (22,3%) та квалітативні реакції (11,3%), які засвідчують бажання респондентів висловити своє ставлення до носія власної назви. Суміжні та символічні реакції в опитуванні відсутні. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,464.

На стимул *War Admiral* було отримано 250 реакцій, і з них 126 пов'язані з гіпонімом. Асоціації, що повторюються, за індексом яскравості розподіляються так:

Табл. 3.2.

Індекс Апреяна частотних асоціатів на стимул *War Admiral*

War Admiral		
Загальна кількість всіх реакцій		250
Загальна кількість різних реакцій		136
Засвідчено $\geq 2$ рази		33
Засвідчено 1 раз		103
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>race horse</b>	28	0,108
<b>horse</b>	19	0,072
<i>Seabiscuit</i>	6	0,020
<b>war horse</b>	6	0,020
<i>Nelson</i>	6	0,020
<b>ship</b>	6	0,020
military	5	0,016
brave	5	0,016
hero	5	0,016
soldier	5	0,016
navy	5	0,016
legend	4	0,012
colonel	3	0,008
famous racehorse	3	0,008
race	3	0,008
<i>Napoleon</i>	3	0,008
<i>Thoroughbred</i>	3	0,008
<i>Triple Crown</i> (2), <i>Triple Crown Winner</i> (2), <i>Seabiscuit rival</i> (2), butterfly (2), strong (2),		по 0,004 кожна

big (2), famous horse (2), beautiful (2), son of <i>Man O' War</i> (2), <i>Man O War</i> (2), amazing (2), old (2), army (2), tall (2), lost to <i>Seabiscuit</i> (2), criminal (2)	
---	--

До ядра асоціативного поля цього онімного концепту належать шість асоціатів із найвищим індексом яскравості: *race horse* (0,108), *horse* (0,072), *war horse* (0,020), *ship* (0,020), *Nelson* (0,020) та *Seabiscuit* (0,020), де перші чотири – гіперонімні. Синонімна реакція *Nelson* є ім'ям видатного британського флотоводця, а суміжна реакція *Seabiscuit* є ім'ям іншого коня – суперника War Admiral у кінних перегонах 1938 року, які уславили імена обидвох коней та отримали назву «перегонів століття». Онімні реакції, що знаходяться у проміжному секторі між ядром та периферією, це антропонім на позначення ще одного державного діяча та полководця *Napoleon* (0,008), назва всесвітньовідомої серії кінних перегонів *Triple Crown* (0,004), а також гіпонім на позначення батька носія назви-стимулу – *Man O War* (0,004).

Навколоядерний пласт асоціацій містить переважно квалітативні реакції меліоративного характеру, які розподіляються на дві групи – пов'язані з денотатними ознаками коня (*legend, strong, big, beautiful, amazing*) та з характеристикою людини-полководця (*hero, military, brave, old, tall*). Ближче до периферії асоціативного поля розташовані синонімні реакції, що свідчать про наявність енциклопедичних знань про гіпонім: *son of Man O' War* (0,004), *Seabiscuit rival* (0,004), *lost to Seabiscuit* (0,004).

На периферії асоціативного поля знаходимо поодинокі асоціати *film, great book*, які вказують на присутність віртуального складника в концепті гіпоніма-стимулу.

Домінувальним типом реакцій виявився гіперонімний (31,2%) – з трьома основними напрямками асоціювання: перший та найпотужніший, пов'язаний з конем – *race horse* (0,108), *horse* (0,072), *war horse* (0,020) *sire, racer* – другий, пов'язаний з людиною-військовим – *a high up officer, general of battle, war captain*, та третій, пов'язаний з морською справою – ядерна реакція *ship* в шести вжитках,

*military ship boss, captain, battleship*. Серед інших гіперонімів маємо одиничні *dogs, statue, military status*.

Синонімні реакції також виявилися доволі поширеними (26,4%) та пов'язані з намаганнями респондентів підібрати відповідну персоналію до назви, яка по суті є атрибутивним словосполученням. Тут згадуються американський генерал *Patton*, який командував армією під час Другої світової війни, американський офіцер *Custer*, який брав участь у Громадянській війні у США, головнокомандувач флоту США під час Другої світової війни – *Admiral Nimitz*, а також поліденотатні антропоніми *Grant* та *MacArthur*, декодувати приналежність яких наразі неможливо.

Трохи менш поширеними є квалітативні реакції (23,2%) загальною кількістю 58 одиниць.

Символічні та фонетичні реакції інформантами запропоновано не було.

Висновуємо, що 50,4% усіх наведених реакцій асоціативного поля онімного концепту *War Admiral* мають відношення до деноната, обраного для аналізу. Асоціативне поле стимулу є поліденотатним. Численними виявилися реакції, що стосуються мілітаристської сфери та мореплавства. Віртуальний складник представлений поодинокими гіперонімними реакціями, натомість абсолютна більшість асоціацій реалізує узуальний характер гіпоніма-стимулу. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,212.

На стимул *California Chrome* було засвідчено 218 реакцій, і з них 84 пов'язані змістовно з аналізованим гіпонімом. Частотні реакції на цей стимул виглядають так:

Табл. 3.3.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *California Chrome*

California Chrome	
Загальна кількість всіх реакцій	218
Загальна кількість різних реакцій	128
Засвідчено $\geq 2$ рази	18
Засвідчено 1 раз	110

АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>race horse</b>	26	0,114
<b>car</b>	20	0,087
<b>horse</b>	10	0,041
<b>shiny</b>	9	0,036
<b>metal</b>	7	0,027
colour	4	0,013
sun	4	0,013
<i>Thoroughbred</i>	4	0,013
computer	3	0,009
chestnut	3	0,009
<i>Google</i>	3	0,009
<i>America</i>	3	0,009
sunshine (2), <i>Triple Crown</i> (2), motorcycle (2), racing (2), <i>Derby winner</i> (2), warm (2)		по 0,004 кожна

В ядрі асоціативного поля стимулу можемо виділити чотири гіперонімні та одну квалітативну реакцію, які мають найвищі показники індексу Апресяна та розкривають основні напрями асоціювання – *race horse* (0,114), *car* (0,087), *horse* (0,041), *shiny* (0,036) та *metal* (0,027). Бачимо, що попри панівну позицію обраного для аналізу денотата в асоціативному полі, значна частина реципієнтів виявила одностайність у визначенні стимулу як назви машини чи яскравого металу, зосередивши свою увагу на другому компоненті стимулу, який є власне назвою металу, а також спеціального покриття для тонування машин.

До онімних реакцій навколоядерного шару належать *Thoroughbred* (0,013), *Triple Crown* (0,004), *Derby winner* (0,004), *America* (0,009) та *Google* (0,009). Перші три свідчать про те, що учасники експерименту не лише пов'язують стимул з власною назвою відомого коня, а й володіють знаннями про його ознаки та спортивні досягнення. Топонімна реакція *America* у трьох вжитках зумовлена тим, що стимул містить у своєму складі топонім, що активує мисленнєву операцію пошуку цілого, широко представлену в межах розряду топонімів. Остання реакція зумовлена збігом другого елементу стимулу з назвою браузера *Google Chrome*, тобто це фонетична реакція.

Доволі цікавою є ще одна фонетична асоціація – *computer* (0,009), мотивована знову ж таки назвою популярного браузера, яка в асоціативній зв'язці *California Chrome* → *Google Chrome* → *computer* є проміжною та єднальною.

Загалом серед отриманих асоціатів перше місце традиційно посідають гіперонімні (49,1%), які є спробою респондентів з'ясувати сутність запропонованого стимулу. Друге місце за кількістю розділили квалітативні реакції (15,6%) та синонімні реакції (15,6%) з однаковою кількістю асоціатів.

Окремі квалітативні реакції є описом зовнішніх рис та якостей тварини: *chestnut* (0,009) у трьох вжитках та одиничні *chestnut beauty*, *palomino*, *fast*, *bay*. Усі інші типи реакцій представлені в значно меншій кількості.

Отже, лише 38,5% усіх запропонованих реакцій свідчать про впізнання пошукового денотата. Це вказує на значно меншу знаність коня, який став відомим у 2014 році, тобто зовсім нещодавно, порівняно з такими легендарними конями, як, наприклад, *Secretariat* чи *War Admiral*, які стали героями та здобули гучної слави ще у минулому столітті. Асоціативне поле стимулу є різноденотатним. Усі отримані асоціації підтверджують узуальний характер стимулу. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,155.

Серед 237 реакцій на стимул *Man O' War*, отриманих під час експерименту, 126 безпосередньо стосується носія гіпоніма-стимулу – найвеличнішого скакуна усіх часів. Задля наочності, ранжування реакцій, що повторюються, за показником індексу Апресяна наведено в таблиці:

Табл. 3.4.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Man O' War*

Man O' War		
Загальна кількість всіх реакцій		237
Загальна кількість різних реакцій		119
Засвідчено $\geq 2$ рази		26
Засвідчено 1 раз		93
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>jellyfish</b>	34	0,139

<b>race horse</b>	30	0,122
<b>horse</b>	14	0,054
<b>famous racehorse</b>	7	0,025
<b><i>Big Red</i></b>	4	0,012
<b>soldier</b>	4	0,012
<b>racing</b>	4	0,012
hero	3	0,008
great racehorse	3	0,008
ship	3	0,008
movie	3	0,008
amazing	3	0,008
famous horse	3	0,008
legend	3	0,008
race	3	0,008
powerful	3	0,008
great (2), <i>Portuguese</i> (2), champion (2), <i>Kentucky</i> (2), foundation (2), ocean creature (2), <i>Second World War</i> (2), <i>WWI</i> (2), fish (2), racing horse (2)		по 0,004 кожна

В ядрі асоціативного поля онімного концепту спостерігаємо два потужні напрями асоціювання: частиною респондентів стимул сприйнято як видову назву медузи, натомість інша група учасників (кількісно більша) ототожнює стимул з жеребцем-чемпіоном, символом американського кінного спорту. Про дводенотатність стимулу яскраво свідчать гіперонімні ядерні асоціати *jellyfish* (0,139), *race horse* (0,122), *horse* (0,054), синонімні асоціати *famous racehorse* (0,025), *Big Red* (0,012), та каузативна реакція *racing* (0,012).

Інші, менш частотні асоціації, що розташовані між ядром та периферією асоціативного поля (в межах ядерно-периферійної зони), окрім експлікації зв'язків з вже названими денотатами – конем (*great racehorse*, *race*, *racing horse*) та медузою (*Portuguese*, *ocean creature*, *fish*), вимальовують ще один напрям асоціювання, пов'язаний з воєнною тематикою: *ship* (0,008), *Second World War* (0,004), *WWI* (0,004). Такий тривекторний характер асоціацій викликаний повним збігом гіпоніма-стимулу з назвою різновиду океанічних медуз – man-of-war (повна назва – *Portuguese man-of-war*), мотивованою омонімічною розмовною назвою потужних військових кораблів британського флоту, які використовувалися впродовж декількох століть у відомих морських битвах, зокрема – Трафальгарській.

Цікаво, що серед одиничних реакцій периферії наявні дві подвійні – *another nice horse or jellyfish* та *lethal jellyfish or old battle ship (tall ship)*, які закріплюють тривекторність асоціювання.

Віртуальний характер стимулу репрезентовано лише двома асоціаціями: *movie* (0,008) у трьох вжитках та одиничною реакцією – *another great book*. Усі ж інші реакції свідчать про сприйняття стимулу як приналежного реальній дійсності.

Помічаємо, що єдиний онімний асоціат *Big Red* (0,012) поступово стає своєрідним лейтмотивом у процесі асоціювання, адже він вже був запропонований респондентами на стимул *Secretariat*. Справді, народжений на півстоліття пізніше, величний кінь *Secretariat* отримав таку ж назву в народному мовленні, як і ушавлений *Man O' War*. Таким чином, неофіційна назва впродовж усього століття активно використовувалася в засобах масової інформації та неодмінно асоціювалася з неймовірною витривалістю, швидкістю та переможністю, яку демонстрували коні. Це нашоухує нас на думку про можливу конотонімізацію гіпоніма, розширення його семантичного значення в межах розряду, що зумовить його вживання для називання особливо спритних, легендарних коней-чемпіонів.

Гіперонімні реакції традиційно виявилися значно більш численними для аналізованого стимулу, ніж інші типи. Їх загальна кількість складає 110 одиниць (46,4%). Домінувальна позиція гіперонімних реакцій на стимул, гадаємо, пов'язана з його великою омонімічністю у тлумаченні.

Значно менш поширеними є синонімні (25,3%) та квалітативні реакції (13,5%), зумовлені бажанням респондентів описати стимул та надати йому характеристику. Спільною рисою для обох типів є позитивна оцінність асоціатів: *strong tough bold, incredible, lovely, winning*. Серед синонімних реакцій фіксуємо багато розгорнутих порівняльних конструкцій вищого ступеня, на кшталт *best horse ever, greatest stallion of 19th century, mostest horse that ever was*, а також висловлювань, що вказують на абсолютну якість: *grandfather of all, father of all race horses*. Комбінована синонімно-меронімна реакція *Preakness/Belmont Winner/Match Race with Sir Barton*, а також реакції, перелічені вище, свідчать про наявність ґрунтовної інформації про гіпонім в ментальному лексиконі носіїв мови, а також

демонструють розуміння респондентами надзвичайно важливої ролі коня в історії кінного спорту. З усіх виділених типів реакцій, не було отримано лише символічні.

Отже, 53,2% усіх реакцій на стимул *Man O' War* стосується денотата, обраного для експерименту. Асоціативне поле онімного концепту має неоднорідну структуру та згрупувалося навколо трьох референтів. Стимул ідентифікується учасниками експерименту як онім мішаного типа, однак реальний компонент значно яскравіше реалізується в назві. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,221.

Гіпонім *Seabiscuit* отримав 249 реакцій, і з них 222 адресовані коню-чемпіону скакових перегонів. Реакції, що повторюються, розподіляються за індексом яскравості так:

Табл. 3.5.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Seabiscuit*

<b>Seabiscuit</b>		
Загальна кількість всіх реакцій		249
Загальна кількість різних реакцій		110
Засвідчено $\geq 2$ рази		19
Засвідчено 1 раз		91
<b>АСОЦІАТ</b>	<b>кількість реакцій</b>	<b>міра входження до асоціативного поля стимулу</b>
<b>racehorse</b>	46	0,180
<b>horse</b>	39	0,152
<b>famous racehorse</b>	11	0,040
<b>movie</b>	11	0,040
<b>racing</b>	7	0,024
<b>film</b>	7	0,024
amazing racehorse	4	0,012
legend	4	0,012
race	4	0,012
underdog race horse	3	0,008
champion racehorse	3	0,008
racer	3	0,008
book	3	0,008
fast	3	0,008
racehorse with heart (2), salty (2), great race horse (2), beautiful horse (2), Red (2)		по 0,004 кожна



Бачимо, що ядро асоціативного поля формують перші 6 реакцій з найвищими показниками індексу Апресяна, які мають найтісніші зв'язки зі стимульним словом. Гіперонімні асоціати *racehorse* (0,180), *horse* (0,152), синонімний асоціат *famous racehorse* (0,040) та каузативна реакція *racing* (0,024) безпосередньо стосуються тематики конярства та вказують на узуальний характер пошукового стимулу, натомість гіперонімні реакції *movie* (0,040) та *film* (0,024) мотивовані американською спортивною драмою, головним персонажем якої є носій аналізованого гіпоніма, та репрезентують зону дії віртуального сектора.

Варто зазначити, що більшість реакцій із середніми показниками індексу Апресяна, тобто наближених до ядра асоціативного поля, вказують на обізнаність мешканців країн англосфери про саме той денотат, який було обрано для експерименту. Винятком є гіперонімний асоціат *book* (0,008) у трьох вжитках, який розкриває інший бік віртуальної репрезентації гіпоніма та апелює до відомого науково-популярного твору *Seabiscuit: An American Legend*, в якому викладена біографія коня. Ще одним винятком є квалітативний асоціат *salty* (0,004), що повторюється двічі, який, вважаємо, є поверхневим, адже він мотивований внутрішньою формою експонента. Єдиний серед онімних асоціатів, що повторюється, є меронімним, оскільки називає ім'я жокея Реда Поларда, який брав участь у кінних перегонах верхи на коні.

Щодо одиничних реакцій периферії асоціативного поля, цікавою видається потрійна синонімна асоціація *another great horse/book/movie*, яка актуалізує основні класи, до яких належить цей онім.

Так, серед усіх отриманих реакцій переважають гіперонімні реакції (48,2%), які стосуються самого коня (*I can only think of the horse, Thoroughbred, horse name, another racehorse (are they all horse names?)*), а також фільму та роману, присвячених йому (*another horse movie, food, horse film, story*). Велика кількість синонімних (26,1%) та квалітативних (10,4%) асоціатів на цей стимул свідчить про бажання описати обраний свідомістю денотат, надати йому особисту характеристику. Зазначимо, що серед синонімних реакцій фіксуємо розгорнуті деталізовані пасажі на кшталт *great little race horse only 14 hands beat War Admiral*

*in race back in the 1920's, amazing Horse to Beat War Admiral (Triple Crown Winner) in a match race* чи *was a small almost pony sized race horse*, які вказують на наявність енциклопедичних знань про пошуковий денотат у носіїв мови, а також підтверджують одноосібну закріпленість власної назви. З дев'яти наявних типів асоціацій представлено усі, окрім символічних. У словниковій статті фіксуємо експресивний вигук у формі висловлювання – *Just wow!!! Love him!*, а також значну кількість вжитків займенника першої особи в пролонгованих асоціатах, таких як, наприклад, *I have heard of Seabiscuit a story of an old rescued horse, I painted him and sold it, famous horse I wish I had a baby from*. Такі особистісні асоціативні реакції, безперечно, ідентифікують гіпонім як близький та добре знаний для мешканців країн англосфери, засвідчують його вагоме місце в англомовній картині світу.

Висновуємо, що 89,2% усіх засвідчених реакцій стосуються пошукового гіпоніма. У назві однаково яскраво реалізуються реальний та віртуальний компоненти. Асоціативне поле онімного концепту є поліденотатним, однак усі запропоновані респондентами класи, до яких належить стимул, пов'язані тематично зі сферою конярства. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,412.

Кількість реакцій на стимул *Cincinnati* складає 234 одиниці, з яких лише 9 свідчать про трактування цього стимулу як гіпоніма. Структура ядра асоціативного поля та навколоядерних асоціатів унаочнюється в таблиці:

Табл. 3.6.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Cincinnati*

<b>Cincinnati</b>		
Загальна кількість всіх реакцій		234
Загальна кількість різних реакцій		80
Засвідчено $\geq 2$ рази		15
Засвідчено 1 раз		65
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<i>Ohio</i>	56	0,235
<i>city</i>	35	0,145
<i>America</i>	21	0,085
<i>state</i>	13	0,051

<b>place</b>	10	0,038
<i>USA</i>	7	0,025
<i>Bengals</i>	6	0,021
cinnamon	4	0,012
place in <i>America</i>	3	0,008
American state	3	0,008
<i>Reds</i>	3	0,008
big city in <i>Ohio</i> (2), race horse (2), place in <i>USA</i> (2), <i>WKRP in Cincinnati</i> (2)		по 0,004 кожна

Бачимо, що ядро асоціативного поля стимулу формують 5 асоціатів із найвищим індексом яскравості, а саме *Ohio* (0,235), *city* (0,145), *America* (0,085), *state* (0,051), *place* (0,038), але жоден з них не стосується гіпоніма. Незавжди помітити, що всі вони належать до тематичної групи «місцевість, територія». Це пов'язано з тим, що улюблений кінь 18-го президента США Улісса Гранта був названий так на честь міста в американському штаті Огайо, назва якого, віддає данину давньоримському генералу Луцію Квінкцію Цинціннату. Таку мотивованість гіпоніма підтверджують топонімні реакції ядерно-периферійної зони *Ohio* (0,235), *America* (0,085) та *USA* (0,025) із сумарною кількістю вжитків у 84 одиниці, які свідчать про активізацію мисленнєвої операції пошуку цілого, яка найбільш притаманна осмисленню топонімних концептів.

Синонімні реакції *Reds* (0,008) у трьох вжитках та *Bengals* (0,021) у шести вжитках продовжують стимул до ергонімів на позначення відомої бейсбольної команди та команди з американського футболу відповідно. Серед онімних асоціатів ядерно-периферійної зони фіксуємо також ідеонім *WKRP in Cincinnati* (0,004) на позначення популярного американського ситкому.

Ядерні реакції *city* (0,145), *state* (0,051) та *place* (0,038) є гіперонімними. Цікаво, що єдина гіперонімна реакція навколоядерної зони *race horse* (0,004), яка ідентифікує гіпонім, є помилковою здогадкою поверхневого ярусу (*Cincinnati* є бойовим конем генерала армії і ніколи не брав участі в перегонах!) і засвідчує відсутність стимулу в ментальному лексиконі інформантів, які просто здогадалися, що всі стимули анкети є назвами коней. Додамо, що сказане вище стосується й одиничного каузативного асоціата *Kentucky*, який також ідентифікує стимул як

назву скакового коня, адже саме штат Кентуккі вважається «кінною столицею світу» через проведення там найбільш відомих у світі перегонів. Фонетична реакція *cinnamon* (0,012), гадаємо, є спробою респондентів погратися з формою стимулу, що, втім, не виключає знання його змісту.

Перше місце для аналізованого стимулу з незначним відривом посіли меронімні реакції (39,3%). Їх домінування пов'язуємо з тим, що стимул є омонімічним і вказує на широковідомий географічний об'єкт, який у більшості випадків витісняє будь-які інші концепти, які б міг репрезентувати цей онім. Єдиною реакцією цього типу, яка вказує на впізнання реципієнтом гіпоніма-стимулу, є реакція *Grant*. Трохи меншу кількість складають гіперонімні реакції (32,5%), які свідчать про спроби категоризації стимулу, причому серед них гіпонім ідентифікують лише три: *horse name*, *war horse*, *horse*. Третє місце за кількістю посідають синонімні реакції (16,7%), серед яких знаходимо ті, що стосуються безпосередньо гіпоніма та свідчать про відповідні історичні знання учасників експерименту: *a horse breed popular in the civil war*, *Ulysses S. Grant's horse*. З усіх типів реакцій не виявлено лише символічні.

Таким чином, лише 3,8% респондентів надали реакції впізнання гіпоніма. Асоціативне поле стимулу є поліденотатним з основним потужним напрямом асоціювання. Хоча топонім трансонімізувався в гіпонім, більш відомим денотатом у ментальному лексиконі носіїв мови залишається американське місто, що й спричиняє відповідне наповнення асоціативного поля аналізованого онімного концепту – стимул *Cincinnati* осмислений більшістю респондентів як топонім, а не гіпонім. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,004.

Загальна кількість реакцій на стимул *Ravel* становить 186 одиниць, і з них лише 5 пов'язані з пошуковим гіпонімом. Індекс яскравості асоціатів, що повторюються, наведено в таблиці:

Табл. 3.7.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Ravel*

Ravel		
Загальна кількість всіх реакцій		186
Загальна кількість різних реакцій		106
Засвідчено $\geq 2$ рази		23
Засвідчено 1 раз		83
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>unravel</b>	19	0,096
<b><i>Bolero</i></b>	10	0,048
<b>music</b>	9	0,043
<b>composer</b>	7	0,032
<b>yarn</b>	7	0,032
unwind	5	0,021
gravel	5	0,021
raven	4	0,016
thread	3	0,010
knitting	3	0,010
navel	3	0,010
fray	3	0,010
un	3	0,010
sweets	3	0,010
chocolate	3	0,010
dressage (2), wool (2), enjoy (2), bird (2), shoes (2), messy (2), rope (2), ravioli (2)		по 0,005 кожна

До ядра асоціативного поля стимулу належать перші п'ять асоціатів, які мають найвищий індекс яскравості. Бачимо, що шляхи ідентифікації стимулу учасниками експерименту досить різноманітні. У ядерній зоні асоціативного поля найчастотнішою є фонетична реакція *unravel* (0,096), яка, вочевидь, викликана бажанням вступити в комунікацію з експериментатором (у цьому випадку – в суперечність), що й активує відповідну стратегію асоціювання та свідчить про відсутність пошукового концепту в свідомості носіїв мови, які сприймають цей стимул як апелютив.

Ще одним асоціатом ядерної зони є єдина онімна реакція, яка належить до меронімного типу – ідеонім *Bolero* (0,048), мотивований назвою найвідомішого музичного твору французького композитора Моріса Равеля. Власне, пошуковий

стимул, як бачимо, має омонім, який вказує на більш відомий загальний денотат. Для одного з учасників нашого експерименту, який також надав реакцію *Bolero*, стимул взагалі став потужним якорем. Під час додаткового обговорення свою реакцію він прокоментував так: «*Obsessed with bolero. Used to listen to it with my mother since I was a kid. Later took music class and Ravel will always bring the actual music in my head*». До тематичної асоціативної групи «музика» зараховуємо також два ядерні асоціати, які належать до гіперонімного типу – *music* (0,043) та *composer* (0,032). Ядерний асоціат *yarn* (0,032) є синонімом до апелювання.

Серед навколоядерних асоціацій фіксуємо багато гіперонімних (*sweets, chocolate, wool, bird, shoes*), які є спробою зрозуміти предметну природу стимулу, та фонетичних (*unwind, gravel, raven, navel, un, ravioli*), які підтверджують відсутність пошукового концепту в свідомості інформантів та вказують на поверхневність процесу асоціювання, сприйняття стимулу за його морфемною будовою та етимологією.

Цікаво, що саме фонетичні реакції (29%) стали домінуючими в асоціативному полі стимулу. На другому місці – гіперонімні реакції (26,3%) Третє місце за кількістю посіли синонімічні реакції (17,2%). Тут окрім безлічі синонімів до апелювання, як-от: *twine, mess up something, to wind, to get tangled up (ravelled up), detangling threads, pulling out threads* тощо), фіксуємо одиничне впізнання пошукового стимулу – *dressage horse* та детальну дескрипцію – *French classical music composer in the 19th century*. Ці реакції засвідчують зайняття власної назви двома найвідомішими її носіями. Відсутніми у відповідях інформантів є суміжні та, вже традиційно, символічні реакції. 25,2% респондентів взагалі відмовилися відповідати, що констатує відсутність інформації про стимул у ментальному лексиконі (див. докладніше Розділ 3.1).

Каузативна реакція *dressage* (0,005) безпосередньо стосується денотата, обраного для аналізу, та надає додаткову енциклопедичну інформацію про нього, адже пов'язана з назвою одного з олімпійських видів кінного спорту, саме в якому кінь Ravel й досягнув небувалого успіху і став всесвітньо відомим.

Деякі респонденти вважають, що стимул є стародавнім іменем, дизайнерським лейблом, назвою гри, брендом взуття, маркою морозива. Цікаво, що гіперонімні реакції периферії, які все ж входять до тематичної групи «конярство», а саме *pony*, *mini pony*, *Appaloosa*, також не стосуються відомого виїздового коня і є відверто хибними. Їх наявність пов'язуємо зі спробою реципієнтів вгадати, що позначає стимул (який неодмінно також є назвою якогось коня!). Тому й поодинокі реакція *horses name* не обов'язково стосується саме того денотата, який був обраний для експерименту.

Отже, ця стаття асоціативного словничка містить лише 2,7% реакцій впізнання пошукового стимулу. Інші реакції або стосуються внутрішньої форми апелятива, або ж мотивовані прізвищем відомого композитора, яке виявилось більш потужним сугестогеном в асоціативному полі стимулу. Із сказаного бачимо, що ім'я Ravel пов'язується здебільшого з двома концептами у мові мозку. Буття гіпоніма повністю зосереджене в узуальному секторі. Асоціатив, що повторюються, із ключовим елементом «horse» не виявлено.

Загальна кількість запропонованих реакцій на стимул *Charisma* сягає 242 одиниці, натомість лише 28 асоціатив стосуються гіпоніма, обраного для аналізу. Ранжування асоціацій, що повторюються, за індексом яскравості виглядає так:

Табл. 3.8.

Індекс Апресяна частотних асоціатив на стимул *Charisma*

Charisma		
Загальна кількість всіх реакцій		242
Загальна кількість різних реакцій		142
Засвідчено $\geq 2$ рази		25
Засвідчено 1 раз		117
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>charm</b>	35	0,140
<b>personality</b>	14	0,053
<b>charming</b>	11	0,041
<b>character</b>	6	0,020
<b>racehorse</b>	5	0,016
<b>personality trait</b>	5	0,016

<b>horse</b>	5	0,016
<i>Uniqueness Nerve And Talent</i>	4	0,012
<i>Carpenter</i>	4	0,012
attraction	3	0,008
style	3	0,008
attitude	3	0,008
person	3	0,008
charismatic (2), <i>Mark Todd</i> (2), eventing (2), something a nice person has (2), beautiful (2), talent (2), nice (2), speech (2), charmer (2), happy (2), friendly (2), strong (2)		по 0,004 кожна

Тут виразно бачимо, що відапелятивний гіпонім частіше стимулює звернення реципієнтів до сигніфіката, тобто поняттєвого змісту, а ніж до денотата, а самі звернення мають значне розмаїття. Так, реакціями ядерної частини асоціативного поля стимулу *Charisma* є: меронімні реакції *personality* (0,053) та *character* (0,020); гіперонімні реакції *racehorse* (0,016), *personality trait* (0,016) та *horse* (0,016); квалітативні реакції *charm* (0,140) та *charming* (0,041) з найбільшими показниками індексу Апресяна.

Більшість асоціатів навколоядерного простору теж стосуються апелятива, зокрема, такі квалітативні: *attraction* (0,008), *style* (0,008), *attitude* (0,008), *charismatic* (0,004), *beautiful* (0,004), *talent* (0,004), *nice* (0,004), *charmer* (0,004), *happy* (0,004), *friendly* (0,004), *strong* (0,004).

Спроби пошуку денотата демонструють бінарне сприйняття стимулу як власної та загальної назви та виражені чотирьома гіперонімними реакціями: *racehorse* (0,016), *personality trait* (0,016), *horse* (0,016) та *person* (0,008) майже однакової кількості.

Крім того, в асоціативному полі складниками навколоядерної зони ще є чотири синонімні реакції, три з яких є онімними: *Carpenter* (0,012), *Uniqueness Nerve And Talent* (0,012), *Mark Todd* (0,004), *something a nice person has* (0,004). Антропонім *Carpenter* є синтагматичним синонімом до стимулу і разом із ним утворює єдину антропоформулу, яка належить американській акторці Каризмі Карпентер, відомої за роллю в серіалі «Баффі – переможниця вампірів». Ще одним доповненням до стимулу є полічленна пропріальна одиниця *Uniqueness Nerve And*



*Talent*, яка в поєднанні з ним формує ідеонім – назву пісні ексцентричного американського співака сучасності Ру Пола – «Charisma, Uniqueness, Nerve & Talent». Меронімний антропонім *Mark Todd*, що розташований у віддаленому секторі навколоядерної зони, належить новозеландському жокею, який здобув перемогу в багатьох виїздових змаганнях та навіть брав участь в Олімпійських іграх верхи на коні. Необхідно підкреслити, що така реакція впізнання передбачає добре володіння інформацією стосовно пошукового стимулу.

Зауважимо принагідно, що інші реакції впізнання гіпоніма, а саме каузативні асоціати *eventing* (0,004) та *Triple Crown*, одиничні гіперонімні асоціати *event horse*, *showjumper*, синонімні реакції-перифрази *Sir Mark Todd's eventing horse*, *nice mare*, *good horse*, *Mark Todd's amazing little eventer*, *Mark Todd's horse*, меронімні реакції *race* та *Mark Todd-eventer*, квалітативна реакція *champion*, а також індивідуальне висловлювання *geldings rock it* формують «гіпонімний фон» сприйняття оніма-стимулу та вказують на знання про існування олімпійського чемпіона. Інші реакції периферії, які входять до асоціативної тематичної групи «конярство», є або суто особистісними, наприклад, *Hafflinger I used to ride, my horse has it, my friends horse*, або відверто хибними: *Arabian*. Суміжна реакція *Star Appeal* є вказівкою на чистокровного жеребця, який у 80-их роках був головним конкурентом Харизми у змаганнях та не менш славнозвісним конем. Синонімна реакція *name for grey horse* вказує на потенційне вживання гіпоніма.

Загальновідомо, що абстрактність поняття, яке стоїть за мовним знаком, спричиняє множинність його інтерпретацій. Абстрактність стимулу втілилася у несподівано великій кількості квалітативних реакцій меліоративного спрямування, які складають більшу частину всіх реакцій асоціативного поля (52,3%). Менш поширеними виявилися синонімні (18,7%) та гіперонімні (13,3%) реакції. Вони традиційно є спробою осмислення стимулу шляхом категоризації та опису. Символічні та фонетичні реакції в анкетах опитуваних виокремлено не було. Абсолютно всі реакції свідчать про узуальний характер стимулу.

Отже, лише 11,6% опитуваних надали реакції впізнання пошукового стимулу. Аналіз асоціативних реакцій дозволив виділити дві основні групи респондентів: ті,

які сприймають стимул як загальний концепт, а також ті, які сприймають його як власний концепт (їх значно менше). Абстрактність поняття, що стоїть за онімізованою загальною назвою, а також «корумпованість» учасників експерименту, які від самого початку розуміли тематику стимулів, спричиняють значну рухливість семантичного наповнення концепту. Асоціативне поле стимулу має багату, розмаїту периферію, заповнену, в основному, квалітативними реакціями, які відображають загальноприйняте уявлення носіїв мови про поняття харизми. Номінований таким чином кінь для номінатора є втіленням усіх перелічених вище якостей. Це свідчить про особливе сприйняття тварини як особистості, її «олюднення», а також розкриває колосальне значення номінації у вираженні особистого ставлення до коня-побратима. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,032%.

На стимул *Nelson* було отримано 238 реакцій, і з них лише 6 пов'язані з гіпонімом. Асоціації, що повторюються, за індексом яскравості розподіляються так:

Табл. 3.9.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Nelson*

<b>Nelson</b>		
Загальна кількість всіх реакцій		238
Загальна кількість різних реакцій		107
Засвідчено $\geq 2$ рази		20
Засвідчено 1 раз		87
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<i>Mandela</i>	80	0,331
<b>admiral</b>	13	0,050
<i>Willie</i>	9	0,033
<i>Rockefeller</i>	6	0,021
<b>name</b>	6	0,021
last name	3	0,008
<i>Ricky</i>	3	0,008
<i>Riley</i>	3	0,008
ratings	3	0,008
<i>Eddy</i>	3	0,008
wrestling	3	0,008

Lord	3	0,008
horse (2), <i>Washington</i> (2), <i>Nelson's Column</i> (2), <i>Column</i> (2), <i>Trafalgar</i> (2), a man's name (2), pub (2), dog (2)		по 0,004 кожна

До ядра асоціативного поля онімного концепту належать лише перші п'ять реакцій з найвищими показниками індексу яскравості. Одна з них є онімним синтагматичним синонімом до стимулу і стосується такої надзвичайної особистості, як Нельсон Мандела, який був першим чорношкірим президентом ПАР і зміг побороти расову сегрегацію. Ще один ядерний асоціат також вважаємо синонімним, хоча, формально його варто було б зарахувати до гіперонімних реакцій, які стають результатом зарахування оніма до певної групи, у цьому випадку – за професійним спрямуванням. Проте, вважаємо, що реалізацію цієї реакції варто визначити як синонімну, адже антропоформула Гораціо Нельсон вживається рідше, ніж Адмірал Нельсон. Детермінатив буквально «зрісся» з антропонімом, а його написання з великої літери лише підтверджує онімний статус цієї дволексемної конструкції. Аналогічно кваліфікуємо й капіталізований асоціат *Lord*. Ядерні онімні асоціати *Willie* (0,033) та *Rockefeller* (0,02) пов'язані з американським співаком Віллі Нельсоном та найбагатшим політиком США Нельсона Рокфеллера, натомість гіперонімний асоціат *name* (0,02) вказує на сприйняття стимулу саме як власної назви.

До навколоядерного сектора увійшли й інші онімні реакції-синоніми, які стосуються більш чи менш знаних денотатів. Тут маємо американських співаків Рікі Нельсона та Едді Нельсона, а також популярного канадського хокейного гравця Рілі Нельсона. Ще дві синонімні реакції є ідеонімами, які також пов'язані з ототожненням стимульного слова з визначним адміралом, адже позначають монумент, зведений на його честь на Трафальгарській площі.

Вихід на гіперонім реалізується такими реакціями: *last name* (0,008), *wrestling* (0,008), *horse* (0,004), *a man's name* (0,004), *pub* (0,004), *dog* (0,004).

Реакції впізнання стимулу з'являються лише в найвіддаленішій від ядра зоні, за якою починаються одиничні реакції периферії. Окрім гіпероніма *horse* (0,004),

маємо меронімний асоціат *Washington* (0,004), який вказує на власника коня – Джорджа Вашингтона, батька-засновника та першого президента США.

Каузативний асоціат *Trafalgar* (0,004) мотивований місцем головної морської битви XIX століття, в якій Адмірал Нельсон здобув блискучу перемогу.

Таким чином, лише 2,5% опитуваних пов'язали стимул з історичним конем. Реальний характер стимулу реалізувався в домінувальній кількості синонімних (65,8%) та гіперонімних (23,6%) реакцій, які є спробою реципієнтів описати стимул та виявити його класову приналежність. Зрідка траплялися квалітативні (3,4%), меронімні (3%), індивідуальні (2,1%) та каузативні (2,1%) реакції. Реакцій символічного, суміжного та фонетичного типу засвідчено не було.

Отже, хоча асоціативне поле стимулу є поліденотатним, володарює в ньому Нельсон Мандела – одна з найвизначніших постатей сучасної історії. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,004.

Отриманий асоціативний матеріал на стимул *Hoof Hearted* складає 224 реакції, і з них 70 стосується саме того денотата, який було обрано для експерименту. Ранжування реакцій, що повторюються, за показником індексу Апресяна виглядає так:

Табл. 3.10.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Hoof Hearted*

<b>Hoof Hearted</b>		
Загальна кількість всіх реакцій		224
Загальна кількість різних реакцій		135
Засвідчено $\geq 2$ рази		19
Засвідчено 1 раз		116
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>horse</b>	30	0,129
<b>horse lover</b>	12	0,049
<b>love</b>	11	0,044
<b>love of horses</b>	10	0,040
<b>Who farted!</b>	9	0,035
<b>racehorse</b>	6	0,022

hard	4	0,013
me	3	0,008
farrier	3	0,008
funny racehorse name (2), Hard Hearted (2), half hearted (2), fast (2), sweet (2), funny (2), shoes (2), strong (2), frog (2), heart horse (2)		по 0,004 кожна

Ядро асоціативного поля стимулу формують 5 реакцій з найвищим індексом яскравості, причому перша за частотністю гіперонімна реакція *horse* (0,129) – є реакцією впізнання гіпоніма, яка свідчить про розуміння його денотатної наповненості, наступні ж три ядерні реакції націлені на інший компонент концепта – внутрішню форму. Реципієнти намагаються розкрити значення складної okazionalnoї назви експлікуючи її змістовне наповнення через синонімічний асоціат *horse lover* (0,049), а також квалітативні асоціати *love* (0,045), *love of horses* (0,04).

Остання ж ядерна реакція *Who farted!* (0,035) засвідчує наявність у реципієнтів знань як про носія назви, так і про подвійну змістовну насиченість okazionalnoгo стимулу, яка виникла під час швидкої вимови гіпоніма коментатором кінних змагань та ґрунтується на фонетичній подібності звучання анґлійських утворень – атрибутивного *Hoof Hearted* та питального *Who farted*.

Тут хотілося б відмітити, що хоча, по суті, зв'язок між стимулом *Hoof Hearted* та реакцією *Who Farted* є і глибинним, і поверхневим (може вказувати на знання змісту оніма, а може й означати його відсутність у ментальному лексиконі, яка полягає в умисному переінакшенні форми назви учасниками експерименту), у цьому випадку можна висловити впевненість, що фонетична реакція є ще однією ядерною реакцією впізнання та належить до глибинного ярусу, в якому закарбовані знання не лише стимулу, а і його прихованих семантичних та фонетичних переосмислень. Показовим у цьому відношенні є пояснення респондентом його реакції *laughter* на стимул: «*I loved Hoof Hearted, I just find the pun hilarious. I love racing names that are like that where they just don't care about being proper*».

В проміжній ділянці між високочастотними ядерними та одиничними реакціями асоціативного поля також фіксуємо ті, які свідчать про добре володіння інформацією стосовно природи оніма, а саме: гіперонімна асоціація *racehorse*

(0,022), синонімна реакція *funny racehorse name* (0,004) та квалітативні – *fast* (0,004), *funny* (0,004), *strong* (0,004).

Варто зазначити, що одиничні реакції периферійної зони асоціативного поля здебільшого вказують на відсутність гіпоніма в ментальному лексиконі носіїв мови і мотивовані бажанням виконавців досягнути поняттєвий зміст оказіональної фрази, яка залишається важкою для розуміння. На це вказують довгі дескриптивні синонімні реакції на кшталт *I'm not too sure but I want to say a way to describe a horsie person* або *don't know never heard of it but think of having hooved animals (particularly horses) in one's heart* ♥, а також коментар одного з учасників, отриманий після експерименту: «*I've never heard that saying before but I thought about your heart and love and hoof so I thought it was the loves horses so A horse person*».

Деякі синонімні реакції взагалі стилістично нагадують словникові дефініції: *someone who always has horses on their mind, love of horse from the foot all the way to the top of their ears, your heart is in your legs – speed / endurance saying – one whom loves Equines, someone that has a love for horses*.

Позитивна семантична вмотивованість стимулу проявляється у значній кількості реакцій привласнення, як-от: *me, someone who loves horses like me, Im hoof hearted, when loping and my heart beats with the cadence of her footfalls, horses will always be a part of my life*. Вони свідчать про залученість значної кількості виконавців до галузі конярства, а також вказують на схвильовано-піднесене та тремтливе ставлення до цього роду діяльності.

Фіксуємо, однак, й незначну кількість пейоративних асоціатів – *not a trier, silly, not me, down to earth, uncaring, stupid*, породжених неоднозначністю оказіонального утворення.

Спостерігаємо також тяжіння до фонетичної гри, зумовлене самою природою стимулу, яке реалізується в неочікуваних реакціях на кшталт *Hard Hearted, half hearted, light hearted, sure footed, foolheartly, heart hoofed* тощо.

Висновуємо, отже, що для 31,3 % учасників нашого експерименту стимул ототожнюється з власною назвою скакового коня, яка стала широковідомою

завдяки гумористичному ефекту, викликаному її швидким промовлянням коментатором під час кінних змагань. Реакції респондентів вказують на двоїсту природу концептуалізованого оніма: з одного боку, він називає одиничний об'єкт і є моноденотатним, а з іншого, не позбавлений «семантичного підґрунтя», зумовленого його відапелятивним походженням, розгадати яке зголосилася більшість респондентів.

Під час експерименту отримано значну кількість квалітативних (27,7%), гіперонічних (26,3%), синонічних (23,7%) та фонетичних реакцій (14,7%). Символічні реакції традиційно відсутні. Обираючи цю назву для коня, власник враховував фонетико-артикуляційні характеристики назви, її акустичні параметри та відапелятивну семантику. Все це вплинуло на специфіку асоціювання. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,248.

Отримані результати представлено у діаграмі, що відображає відсоткове співвідношення типів реакцій на реальні офіційні гіпоніми:

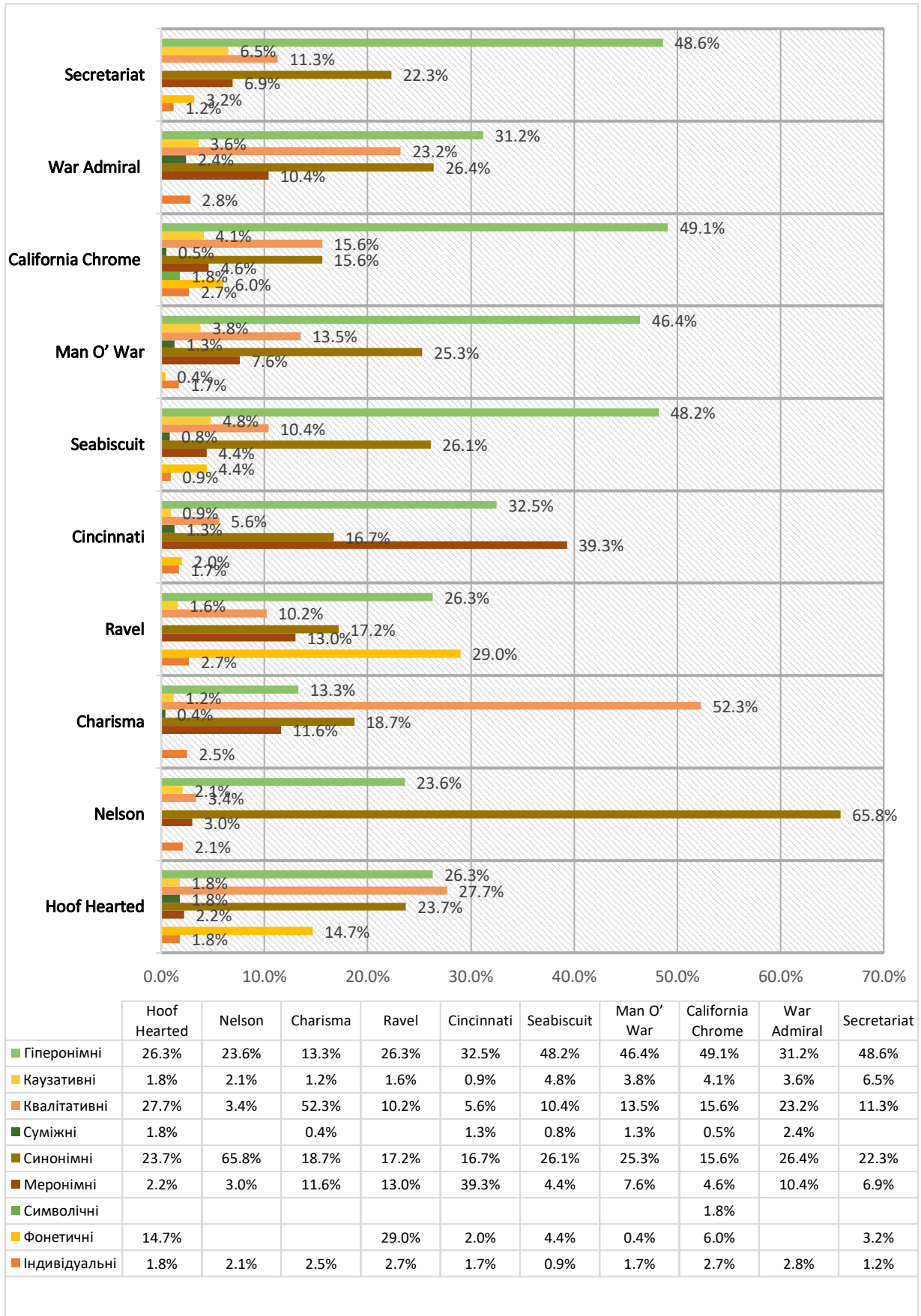


Рис. 3.2. Співвідношення типів реакцій на реальні офіційні гіпоніми



Як свідчать результати наших підрахунків, в асоціативних полях аналізованих стимулів у більшості випадків превалюють гіперонімні реакції (*Seabiscuit* – 48,2%, *Man O' War* – 46,4%, *California Chrome* – 49,1%, *Secretariat* – 48,6%, *War Admiral* – 31,2%), лише у чотирьох випадках зайнявши друге місце (*Cincinnati* – 32,5%, *Ravel* – 26,3%, *Hoof Hearted* – 26,3%, *Nelson* – 23,6%) та в одному випадку – третє (*Charisma* – 13,3%). Домінування гіперонімних реакцій є традиційним для онімного асоціювання та свідчить про активізацію ключової когнітивної операції – процесу категоризації, тобто спроби зарахувати стимул до певного класу, як найпоширенішої форми його ідентифікації. Високою також виявилася частотність синонімних (*Nelson* – 65,8%, *War Admiral* – 26,4%, *Seabiscuit* – 26,1%, *Man O' War* – 25,3%, *Hoof Hearted* – 23,7%, *Secretariat* – 22,3%, *Ravel* – 17,2%, *Cincinnati* – 16,7%, *California Chrome* – 15,6%, *Charisma* – 18,7%) та квалітативних асоціатив (*Charisma* – 52,3%, *Hoof Hearted* – 27,7%, *War Admiral* – 23,2%, *California Chrome* – 15,6%, *Man O' War* – 13,5%, *Secretariat* – 11,3%, *Seabiscuit* – 10,4%, *Ravel* – 10,2%, *Cincinnati* – 5,6%, *Nelson* – 3,4%), що свідчить про бажання респондентів описати обраний свідомістю денотат, надати йому особисту характеристику, передати враження від взаємодії із ним. В асоціативному полі стимулів *Charisma* та *Hoof Hearted* квалітативні реакції посіли перше місце – 52,3% та 27,7% відповідно. Меронімні реакції превалювали в асоціативному полі лише 1 стимулу – *Cincinnati* – 39,3%, який був осмислений більшістю респондентів як топонім, що сприяло активізації мисленнєвої операції пошуку цілого, як найбільш притаманної осмисленню топонімних концептів. Фонетичні реакції стали домінувальним типом в асоціативному полі стимулу *Ravel* – 29% та засвідчують поверхневність процесу асоціювання. Інші типи реакцій було запропоновано в незначній кількості.

Всього на реальні офіційні гіпоніми-стимули було надано 2325 реакцій, і з них 486 – онімні. Цікаво, що найбільш насиченими власними назвами виявилися асоціативні поля гіпонімів відонімного походження (*Nelson* – 137 одиниць, *Cincinnati* – 122 одиниці), а найменш – гіпоніма-оказіоналізма (*Hoof Hearted* – 7 одиниць). Серед розрядів власних назв, які було запропоновано респондентами, поширеними виявилися асоціати-антропоніми кількістю 161 одиниць, асоціати-

**топоніми**, які було вжито 132 рази, та асоціати-**ідеоніми** кількістю 72 одиниці. Оними ще трьох розрядів вживалися в меншому обсязі, однак саме вони засвідчили впізнаваність власних назв коней у стимулах експерименту. Так, було зафіксовано 49 випадків вжитку **гіпонімів** у якості асоціативних реакцій, 38 **зоотоваронімів**, до яких зараховуємо назви порід коней (*Thoroughbred, Saddlebred, Arabian, Hafflinger, Appaloosa*), а також 37 асоціатив-хрононімів або, точніше, **чемпіонатонімів**, до яких належать назви офіційних кінних спортивних змагань на кшталт: *Triple Crown, Kentucky Derby, Preakness, Dubai Cup* тощо.

Варто зазначити, що аналізовані асоціативні поля онімних концептів мають неоднорідну структуру та згруповуються навколо декількох референтів, хоча в асоціативному полі стимулів *Seabiscuit, Secretariat, Man O' War, War Admiral* панує саме той денотат, який було обрано для експерименту. Вказані стимули більшістю опитуваних пов'язуються з легендарними конями – улюбленцями публіки. Цікаво також, що саме ці 4 гіпоніми належать до змішаного типа та репрезентують два сектори – реальний та віртуальний, в той час як буття усіх інших стимулів повністю зосереджене в узуальному секторі. Наявність таких повторюваних асоціатив як, наприклад, *movie* на стимули *Secretariat* та *Man O' War* у 3 вжитках та на стимул *Seabiscuit* в 11 вжитках, або *film* чи *book* на стимул *Seabiscuit* в 7 та 3 вжитках відповідно, свідчить про тенденцію до збагачення розряду ідеонімів за рахунок власних назв коней.

Деякі гіпоніми-стимули не входять до ментальних лексиконів носіїв англійської мови, про що свідчить низький ступінь ототожнення стимулу з пошуковим денотатом: *California Chrome* – 38,5%, *Hoof Hearted* – 31,3%, *Charisma* – 11,6%, *Cincinnati* – 3,8%, *Ravel* – 2,7%, *Nelson* – 2,5%.

Сумарний індекс яскравості асоціатив, що повторюються, із ключовим елементом «horse» коливається від 0,464 (стимул *Secretariat*) до його повної відсутності, як у випадку зі стимулом *Ravel*.

### 3.3. Асоціативне поле реальних неофіційних гіпонімів

Розглянемо детально структуру асоціативного поля реальних неофіційних гіпонімів.

На стимул *Lucky* було надано 242 реакції, і з них лише 23 ідентифікують стимул як власну назву коня: *horse* (3), *horse name*, *pony name*, *Grey Welsh sec A*, *childs pony*, *a name well known for horses*, *common name for ponies*, *Quarter horse*, *tall chestnut horse (again-no idea why)*, *grey pony*, *one eyed pony*, *common horse name*, *another horse maybe a pony*, *good horse name*, *a horse or dog name*, *Guess (I had a pony who's show name was Lucky Guess)*, *the name of my friend's pony*, *bay racehorse terrified of cows*, *pony from Black Beauty*, *next door's pony*, *one of the first horses I used to ride*. Реакції на цей стимул, що повторюються, виглядають так:

Табл. 3.11.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Lucky*

Lucky		
Загальна кількість всіх реакцій		242
Загальна кількість різних реакцій		127
Засвідчено $\geq 2$ рази		29
Засвідчено 1 раз		98
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>star</b>	22	0,086
<b>clover</b>	13	0,049
<b>horseshoe</b>	13	0,049
<b>dog</b>	11	0,041
<b>four leaf clover</b>	10	0,037
<i>Charms</i>	10	0,037
<i>Duck</i>	6	0,020
strike	5	0,016
fortunate	5	0,016
rescued horse	4	0,012
<i>Las Vegas</i>	3	0,008
horse	3	0,008
unlucky	3	0,008
shamrock	3	0,008
winning	3	0,008
lady	3	0,008
cat	3	0,008

always (2), in life (2), me (2), gambling (2), chance (2), my cat (2), Irish (2), winner (2), gambler (2), lottery (2), <i>Lucky Luke</i> (2), happy (2)	по 0,004 кожна
--	----------------

До ядра асоціативного поля належать перші шість реакцій з найвищими показниками індексу Апресяна. З них єдиною гіперонімною є реакція *dog* в 11 ужитках, яка ідентифікує стимул як кінонім, тобто власну назву собаки.

Синонімними є ядерні асоціати *star* (0,086) та *Charms* (0,037), де перший доповнює стимул (який сприймається як прикметник-апелятив) до стійкого вислову – семантично пов'язаного сполучення слів на позначення загальнолюдського природного та релігійного символу, який віщує удачу. Ще один синонімний ядерний асоціат є товаронім, який позначає сухі сніданки, поширені в усьому світі.

Однотипні ядерні реакції *clover* (0,049) та *four leaf clover* (0,037) є символічними, адже мотивовані національним символом Ірландії, а також загальноновизнаним у світовій культурі символом удачі та везіння – чотирилистою конюшиною. Цікаво, що в ірландській традиції символ є релігійним і пов'язується з діяльністю святого Патріка. Ця ж символічність експлікується й в асоціатах *shamrock* та *Irish*. Ядерний асоціат *horseshoe* (0,049) також є символічним і, хоча й стосується тематики конярства, мотивований символічністю кінської підкови, яка віддавна була домашнім оберегом та атрибутом, що приносить щастя, удачу і добробут.

Інші асоціати проміжної зони, що повторюються, часто доповнюють стимул, утворюючи разом із ним словосполучення сурядного та підрядного типа, та вказують на сприйняття стимулу як апелятива: *strike* (0,016), *rescued horse* (0,012), *lady* (0,008), *always* (0,004), *in life* (0,004), *me* (0,004), *chance* (0,004), *winner* (0,004), *gambler* (0,004). Синонімними прикметниками є квалітативні реакції *fortunate* (0,016), *winning* (0,008) та *happy* (0,004), антонімом до стимулу є фонетична реакція *unlucky* (0,008).

Онімні асоціати навколоядерної зони *Duck* (0,020) та *Lucky Luke* (0,004) є ідеонімами на позначення діснеївського мультиплікаційного фільму та музичної групи відповідно, а топонім *Las Vegas* (0,008) вказує на найвідомішу в світі столицю грального бізнесу.

Варто зазначити, що особливу увагу в ономатологів викличуть гіперонімні асоціати *dog* (0,041), *horse* (0,008) та *cat* (0,008), а також синонімна реакція *my cat* (0,004), адже всі вони ідентифікують стимул як зоонім, який часто використовується для номінування різних домашніх улюбленців. Підтвердженням поліденотатності зооніма є сукупність гіперонімних асоціатів периферії: *a dogs name, shepherd, horse name, pony name, pet name, puppy name, another horse maybe a pony, a horse or dog name*; а також синонімних реакцій: *a name well known for horses, common name for ponies, tall chestnut horse, grey pony, one eyed pony, common horse name, good horse name*.

Для багатьох учасників нашого експерименту стимул не просто пов'язується з власною назвою тварини, а й належить до першого та другого кіл індивідуального зоонімного фрейму, про що свідчать такі синонімні реакції периферії: *the name of my friend's pony, my cat's name, name of my old cat, my friends dog, bay racehorse terrified of cows, father in laws dog, next door's pony, my border Collie, one of the first horses I used to ride*. Цікаво, що онімна реакція *Guess* також належить до цієї групи, адже є компонентом офіційного гіпоніма, про що дізнаємося від одного з учасників під час додаткового інтерв'ювання: *«I had a pony who's show name was Lucky Guess»*.

Єдиний асоціат, який вказує на віртуальний характер гіпоніма – це синонімна реакція *pony from Black Beauty*.

Отже, лише 9,5% опитуваних ідентифікує стимул як власну назву коня. Структура асоціативного поля є неоднорідною і містить різні ідентифікації стимулу: більшість респондентів сприймають стимул як прикметник-апелятив, що пов'язано з омонімією власної та загальної назв, інші – ідентифікують стимул як зоонім, який, як було виявлено у процесі аналізу, послуговується широким функціоналом, адже слугує популярною назвою для різних домашніх улюбленців: собак, кішок, коней.

У процесі аналізу реакцій опитуваних було встановлено, що в асоціативному полі переважають синонімні реакції (37,6%), які вказують на розмаїття денотатів, яким належить онім, а також є поясненнями-дескрипціями, які розкривають поняття, закріплене за апеллятивом (*something went right, someone is lucky*). Друге місце кількісно посідають гіперонімні асоціати (20,7%), які покликані пов'язати стимул з певною ширшою категорією, якій він належить. На третьому місці за частотністю – символічні реакції (19,4%), що зумовлюється суттю стимулу-квалітатива, який є виразником абстрактного поняття, закріпленого за багатьма артефактами культури. Поодинокими є каузативні, меронімні, фонетичні та індивідуальні реакції, натомість реакції суміжності відсутні. Реальний компонент повною мірою реалізується в назві, тоді як віртуальний – представлений одиничною реакцією. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,069.

Гіпонім **Jack** отримав 240 реакцій, і з них лише 18 вказують на сприйняття стимулу як власної назви коня, а саме: *pony* (2), *horse* (2), *friends horse* (2), *the name of a horse at the barn I work at*, *horse I knew*, *chestnut gelding that used to give «kisses» at an old barn I rode at*, *my first horse* <3, *Black Beauty alternative name*, *stallion*, *mini pony*, *work horse name*, *stropny foal*, *old horse*, *I know so many Jacks – people horses dogs...*, *Heartland*. Розглянемо детальніше ранжування асоціатів, що повторюються, за індексом яскравості. Для наочності, воно представлено в таблиці:

Табл. 3.12.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул **Jack**

Jack		
Загальна кількість всіх реакцій		240
Загальна кількість різних реакцій		118
Засвідчено $\geq 2$ рази		26
Засвідчено 1 раз		92
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b><i>Jill</i></b>	30	0,120
<b><i>The Ripper</i></b>	11	0,041
<b><i>in the box</i></b>	11	0,041
<b><i>Russell</i></b>	11	0,041

<i>and the Beanstalk</i>	10	0,037
<i>Sparrow</i>	9	0,033
donkey	8	0,029
name	7	0,025
<i>Daniels</i>	5	0,016
man's name	5	0,016
<i>Spratt</i>	4	0,013
boy	4	0,013
box	3	0,008
<i>Titanic</i>	3	0,008
male donkey	3	0,008
rabbit	3	0,008
Jack-the-lad	3	0,008
Jack Russell dog (2), of all trades (2), <i>Johnson</i> (2), pony (2), cheese (2), my sons name (2), friends horse (2), black (2), horse (2)		по 0,004 кожна

До ядра асоціативного поля стимулу традиційно належать перші п'ять асоціатів із найвищими показниками індексу Апресьяна. Бачимо, що всі вони є синонімічними, причому асоціати *Jill* (0,120), *The Ripper* (0,041), *Russell* (0,041) та *and the Beanstalk* (0,037) – онімні, а реакція *in the box* (0,041) продовжує стимул, утворюючи разом із ним назву старої американської іграшки – jack-in-the-box. Тут доречно зазначити, що в одному з випадків реакція *in the box* стосувалася зовсім не іграшки, а була мотивована ергонімом – однойменною назвою американської мережі закладів швидкого харчування. Це вдалося встановити у процесі особистого інтерв'ювання учасника експерименту щодо на перший погляд прозорої та зрозумілої асоціації, яку він надав. Саме тому в одному з випадків маємо справу все ж з онімною реакцією на позначення ресторану. Зазначуємо, що ідентичні реакції на один і той самий стимул можуть стосуватися зовсім різних референтів, не пов'язаних один з одним, та демонструвати різновекторне асоціювання, виявити яке видається можливим лише у процесі додаткового обговорення з учасниками експерименту отриманих асоціацій. Саме тому, вважаємо, що першочерговим завданням когнітивних ономотологів сьогодні має бути перегляд наявної методики проведення вільного асоціативного експерименту з уведенням ще одного обов'язкового етапу – особистого опитування виконавців експериментатором з

метою збору додаткової інформації про мотиви та природу асоціативного реагування.

Повертаючись до аналізу ядра асоціативного поля стимулу, зазначаємо: серед онімних асоціатів маємо антропонім *Jill* (0,120), який в поєднанні зі стимулом формує ідеонім – назву класичної англійської дитячої пісні з народного фольклору. Учасниця експерименту, яка надала реакцію *pair*, прокоментувала свою відповідь так: «*Makes me think of Jack and Jill went up the hill, a poem of early childhood*». Ще одним доповненням до стимулу є реакція *and the Beanstalk* (0,037), яка разом із ним формує ідеонім на позначення англійської народної казки про сміливого хлопчика Джека, який переміг велетня. Одна з учасниць прокоментувала цю відповідь так: «*Jack and the Beanstalk was a fairy tale my momma read to me when I was little*». Онімна реакція *The Ripper* (0,041) також доповнює стимул та вказує на ім'я-псевдонім легендарного британського серійного вбивці. Інша ядерна онімна реакція *Russell* (0,041) є прізвищем англійського пастора, який вивів породу мисливських собак – джек-рассел-тер'єр.

Варто зауважити, що високочастотна реакція *donkey* (0,029) не говорить про те, що віслюків в англійському світі прийнято йменувати стимульним словом, але експлікує словникове значення стимулу, адже *jack* – це термін на позначення самця віслюка. Так само й у випадку з реакцією *rabbit* (0,008), яка не вказує на поширеність іменування кроликів стимульним словом, а разом із ним формує ще один зоотоваронім.

На неабияку поширеність та поліденотатність оніма вказують такі асоціати навколоядерного простору: *name* (0,025), *man's name* (0,016), *boy* (0,013), *pony* (0,004), *my sons name* (0,004), *friends horse* (0,004), *horse* (0,004). Бачимо, що 6 із зазначених асоціатів ідентифікують стимул як гіпонім.

На периферії асоціативного поля знаходимо й інші приклади ідентифікації пошукового стимулу: гіперонімні асоціати *mini pony*, *stallion*, *work horse name*, *Thoroughbred*, а також дескриптивні синонімні – *stroppy foal*, *the name of a horse at the barn I work at*, *horse I knew*, *old horse*, *Black Beauty alternative name*, *chestnut gelding that used to give «kisses» at an old barn I rode at*.



Отже, майже 7,5% учасників експерименту впізнали в стимулі власну назву коня. Найбільш поширеними стали синонімні (66,7%) та гіперонімні реакції (23,7%), які разом складають більш ніж 90% усіх реакцій на стимул. Низькочастотними є квалітативні (4,2%), меронімні (2,9%) та індивідуальні (1,7%) реакції. Одиначними є символічні (0,4%) та каузативні (0,04%) реакції. Суміжні та фонетичні реакції не було виявлено. Жодна з отриманих реакцій не пов'язує гіпонім з віртуальним світом. Структура асоціативного поля стимулу має свою специфіку та характеризується насиченістю власними назвами, яких, до речі, виявилось більше, ніж загальної кількості різних реакцій. Вони в стислому концентрованому вигляді яскраво передають багатоденотатність стимулу, який є антропонімним та зоонімним одночасно, а також часто стає структурним компонентом складених ергонімів та ідеонімів. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,004.

Отриманий асоціативний матеріал на стимул *Sugar* складає 252 реакції, і з них 14 вказують на сприйняття стимулу як власної назви коня, а саме: *pony* (0,004), *mini horse*, *kidnapped* (*Kidnapped for sugar is because a famous horse named sugar was kidnapped*), *Palomino brood mare we used to have*, *Arabian*, *a chestnut pony*, *1st Horse* (*Sugar was the name of my first horse*), *buckskin or grey*, «*A horse Named Sugar*» *book by Gillian*, *I Had a Sugar Bar bred mare*, *my horse*, *horse*, *horse name*. Ранжування реакцій, що повторюються, за показником індексу Апресяна виглядає так:

Табл. 3.13.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Sugar*

Sugar		
Загальна кількість всіх реакцій		252
Загальна кількість різних реакцій		87
Засвідчено $\geq 2$ рази		21
Засвідчено 1 раз		66
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>sweet</b>	106	0,416
<b>tea</b>	12	0,043
<b>spice</b>	9	0,031
<b>cube</b>	8	0,027

<b>coffee</b>	7	0,023
cubes	5	0,015
sweets	4	0,011
treat	4	0,011
and spice	3	0,008
cookies	3	0,008
lump	3	0,008
white	3	0,008
baking	3	0,008
fat (2), candy (2), lumps (2), salt (2), pony (2), dog (2) ( <b>I had a Doberman named sugar</b> ), sweetener (2), food (2)		по 0,004 кожна

Бачимо, що майже всі реакції впізнання стимулу з'являються на периферії, натомість ядро та навколоядерну зону формують реакції, які вказують на сприйняття стимулу як загальної назви на позначення харчового продукту. Лише в найвіддаленішій від ядра зоні, за якою починаються одиничні реакції периферії, фіксуємо реакції *dog* (0,004) та *pony* (0,004), які засвідчують сприйняття стимулу як кіноніма та гіпоніма відповідно.

Цікаво, що в асоціативному полі стимулу превалюють квалітативні реакції (55,2%), які здебільшого описують смакові та кольорові ознаки харчового продукту. Наступними за частотністю є гіперонімні (14,3%) та меронімні реакції (12,3%). Символічні та фонетичні реакції відсутні.

Отже, лише 5,6% опитуваних ідентифікує стимул як власну назву коня. Реальний компонент повною мірою реалізується в назві. Асоціативне поле стимулу є однорідним, хоча засвідчені поодинокі реакції впізнання гіпоніма, рідше – кіноніма. Асоціатив, що повторюються, із ключовим елементом «horse» не виявлено.

Кількість реакцій на стимул *Star* складає 256 одиниці, з яких лише 18 свідчать про трактування цього стимулу як власної назви коня, а саме: гіперонімні реакції *racehorse, Quarter horse, a black horse with a white star, pony, name of a horse with white on face, horse*; синонімні реакції *my first pony's name, I think of my old Quarter Horse, I had a horse on a game that I named Star, Arabian horse I trained, my favorite horse, horse I used to loan, marking on my horses head, ponies name, my pony, my old*

horse called *Star*, *My Best Horse*, *Brad's horse*; квалітативна реакція *underdog* (*Although star was a successful horse, I somehow consider him an underdog. Maybe it was just desire to win*). Реакції, що повторюються, розподіляються за індексом яскравості так:

Табл. 3.14.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Star*

Star		
Загальна кількість всіх реакцій		256
Загальна кількість різних реакцій		129
Засвідчено $\geq 2$ рази		28
Засвідчено 1 раз		101
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>sky</b>	36	0,136
<b>bright</b>	15	0,054
<b>moon</b>	14	0,050
<b>light</b>	9	0,031
<b>night</b>	8	0,027
galaxy	7	0,023
marking	6	0,019
space	5	0,015
in the sky	5	0,015
night sky	4	0,011
in the night sky	4	0,011
<i>North</i>	4	0,011
twinkle	3	0,007
sun	3	0,007
universe	3	0,007
sign	3	0,007
blaze	3	0,007
horse marking	3	0,007
horses head (2), face marking (2), <i>Wars</i> (2), forehead (2), heavenly body (2), yellow (2), famous (2), <i>Mary King</i> (2), face (2), horse facial marking (2)		по 0,004 кожна

Асоціативне поле стимулу є неоднорідним, згрупованим навколо різних референтів. Усі ядерні асоціати, а також більшість реакцій асоціативного поля, свідчать про сприйняття стимулу як загальної назви на позначення небесного тіла.

Однак, варто зазначити, що значна кількість реакцій репрезентує кінну тематику через сприйняття стимулу як терміна на позначення відмітини на голові коня. Цю тезу можемо підтвердити такими реакціями респондентів: *horse marking* (0,007), *marking on forehead of some horses, a White Star like or spot on forehead (front of horse's head central between eyes)* тощо.

Отже, 7% респондентів впізнали у стимулі гіпонім, який належить і до матеріального (*Arabian horse I trained*), і до віртуального (*I had a horse on a game that I named Star*) світу. Найпоширенішими виявилися меронімні асоціації (30,1%), які вказують на ціле, для якого стимул є частиною: *sky* (0,136), *galaxy* (0,023), *space* (0,015), *universe* (0,007), *horses head* (0,004), *forehead* (0,004) тощо. Наступними за частотністю стали квалітативні реакції, що описують стимул (20,3%): *bright* (0,055), *light* (0,031), *yellow* (0,004). Фіксуємо також значну кількість синонімних (18,8%) та гіперонімних реакцій (12,5%). Фонетичні реакції на стимул не зафіксовано. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,015.

Загальна кількість запропонованих реакцій на стимул **Dakota** сягає 246 одиниць, натомість 32 з них ідентифікують стимул як власну назву коня: гіперонімні реакції *horse* (0,012), *horse name* (0,008), *wild horse* (0,004), *Quarter Horse* (0,004), *mustang* (0,004), *type of horse, feral horse, ranch horse cowboy's horse, Indian pony, American horse, Paint Horse, common horse name, Australian racehorse, horse trailer, horse western, pony, race horse*; синонімні реакції: *my horse name* (0,004), *my kind of horse, one of my horses name, horse I once knew, name of a horse in a book I just read, friends horses name*. Згадуються й інші підкласи зоонімів: *wolf* (0,004), *wolf dog name, husky, husky dog, big furry dog name, dogs, wolf and cold (I associate Dakota with a wolf's name (movie I think) and it's cold in the Dakotas)*. Реакції, що повторюються, за індексом яскравості розподіляються так:

Табл. 3.15.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Dakota*

<b>Dakota</b>	
Загальна кількість всіх реакцій	246

Загальна кількість різних реакцій		120
Засвідчено $\geq 2$ рази		32
Засвідчено 1 раз		88
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<i>Fanning state</i>	21	0,081
<i>America</i>	18	0,069
<i>South</i>	12	0,044
<i>North and South</i>	11	0,040
<i>Native American</i>	10	0,036
<i>US State</i>	6	0,020
<i>North</i>	6	0,020
<i>American state</i>	6	0,020
<i>horse</i>	5	0,016
<i>actress</i>	4	0,012
<i>name</i>	4	0,012
<i>State in America</i>	4	0,012
<i>Johnson</i>	4	0,012
<i>place</i>	4	0,012
<i>South Dakota</i>	4	0,012
<i>horse name</i>	3	0,008
<i>Indian</i>	3	0,008
<i>Stereophonics</i>	3	0,008
<i>USA</i>	3	0,008
American (2), wild (2), wild horse (2), tribe (2), native (2), place in <i>America</i> (2), my horse name (2), <i>Quarter Horse</i> (2), mustang (2), wolf (2), girls name (2), <i>Sioux</i> (2)		по 0,004 кожна

В асоціативному полі стимулу панує декілька референтів: сучасна американська акторка Дакота Феннінг, штати Північна та Південна Дакота. 13% опитуваних пов'язали стимул з власною назвою коня. На віртуальний характер гіпоніма вказують лише два асоціати: *horse trailer* та *name of a horse in a book I just read*. В асоціативному полі стимулу фіксуємо найбільшу кількість синонімних (41,9%) та гіперонімних реакцій (34,6%), що пов'язано з бажанням відшукати денотат та охарактеризувати його. Інші типи реакцій представлені в значно меншій кількості, а символічні та фонетичні – й зовсім відсутні. Наповнення асоціативного поля вказує на впізнаваність та поліденотатність оніма-стимулу в англомовному

середовищі. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,032.

Стимул *Stormy* викликав 251 реакцію, і з них 42 вказують на сприйняття стимулу як власної назви коня, а саме: гіперонімні реакції *horse* (0,019), *black horse*, *name of a horse*, *gelding name*, *a dapple grey pony*, *Quarter horse*, *black horse name*, *pony*, *little mischievous pony*, *mare*, *pony name*; синонімні реакції: *Misty's foal* (0,011), *Misty of Chincoteague's baby* (0,007), *a horse at the barn that I work at*, *I think of another horse from my past*, *name of first horse I ever rode*, *horse in a book I read as a child*, *my friends horse*, *little pony I knew*, *pony nextdoor*, *Stormy Night (a horse)*, *my pony*, *book for childhood about a pony*, *first pony*, *Marguerite Henry's horse*, *my freind from primary schools horse*, *dark gray pony idk why*; меронімні реакції *Chincoteague* (0,007), *Stormy of Chincoteague Island novel by M. Henry*; а також квалітативна реакція *stubborn* з поясненням (*I rode a stubborn pony named stormy growing up*). Реакції, що повторюються, в цій статті мають таке ранжування:

Табл. 3.16.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Stormy*

Stormy		
Загальна кількість всіх реакцій		251
Загальна кількість різних реакцій		103
Засвідчено $\geq 2$ рази		26
Засвідчено 1 раз		77
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>weather</b>	59	0,231
<b>night</b>	16	0,059
<b>bad weather</b>	8	0,027
<b>sea</b>	8	0,027
<b>rain</b>	8	0,027
thunder	7	0,023
clouds	7	0,023
<i>Daniels</i>	6	0,019
horse	6	0,019
windy	6	0,019
lightning	5	0,015
<i>Misty's foal</i>	4	0,011

sky	4	0,011
<i>Chincoteague</i>	3	0,007
<i>Misty of Chincoteague's baby</i>	3	0,007
song	3	0,007
waters	3	0,007
dark (2), fast (2), grey (2), danger (2), unsettled (2), roan blue (2), gray (2), pet name (2), winter (2)		по 0,004 кожна

Варто одразу зазначити, що попри умовну віднесеність цього гіпоніма до групи реальних неофіційних назв, що пов'язано з його неабиякою поширеністю в побутовому назовництві, деякі респонденти впізнали в стимулі власну назву поні – персонажа дитячого роману *Misty of Chincoteague* американської письменниці М. Генрі. Підтвердженням цієї тези є асоціати, що повторюються: *Misty's foal* (0,011), *Misty of Chincoteague's baby* (0,007), *Chincoteague* (0,007), а також реакції периферії *Stormy of Chincoteague Island novel by M. Henry, Marguerite Henry's horse* тощо, які репрезентують зону дії віртуального сектора.

Ядро асоціативного поля стимулу формують реакції, що вказують на сприйняття стимулу як загальної назви та входять у тематичну групу «явища природи». В одиничних випадках стимул ідентифікували як кінонім (реакція *dog*) та фелонім (реакція *cat*).

Висновуємо, що структура асоціативного поля стимулу є неоднорідною. 16,7% респондентів пов'язали стимул з власною назвою коня. Домінантну позицію займають синонімні реакції (61,3%), більшість з яких є синтагматичними до апелятива: *weather* (0,23), *night* (0,06), *sea* (0,027) тощо. Досить частотними є квалітативні реакції (21,9%). Інші типи реакцій представлені в значно меншій кількості, а суміжні – відсутні. Гіпонім належить до змішаного типу та репрезентує два сектори – реальний та віртуальний. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,019.

Отриманий асоціативний матеріал на стимул *Peanut* складає 245 реакції, і з них 15 вказують на сприйняття стимулу як власної назви коня, а саме: гіперонімні реакції *pony* (0,012), *Small/Mini, good name for a mini, horse name, mini pony, pony name, mini horse, horse, small horses name*; синонімні реакції *Shetland pony I knew,*

*my friends horses name so memories*; а також меронімна реакція *rodeo* з додатковим коментарем учасника: «*Peanut is a famous horse that was in the rodeo*». Задля наочності, ранжування реакцій, що повторюються, за показником індексу Апресяна наведено в таблиці:

Табл. 3.17.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Peanut*

Peanut		
Загальна кількість всіх реакцій		245
Загальна кількість різних реакцій		81
Засвідчено $\geq 2$ рази		19
Засвідчено 1 раз		62
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>butter</b>	106	0,428
<b>food</b>	14	0,053
<b>allergy</b>	10	0,036
<i>Snoopy</i>	7	0,024
<b>nut</b>	6	0,020
cartoon	5	0,016
small	5	0,016
pony	4	0,012
<i>Charlie Brown</i>	4	0,012
salted	3	0,008
dog	3	0,008
monkey (2), brittle (2), shells (2), something you eat (2), salt (2), squirrel (2), oil (2), butter and jelly (2)		по 0,004 кожна

Варто зазначити, що лише близько 6,1% респондентів ідентифікували гіпонім, натомість більшість опитуваних сприйняли стимул як загальну назву на позначення продукту харчування. Водночас на багатофункціональність стимулу в якості зооніма вказують такі реакції: *dog* (0,008), *Jack Russell dog, my best friend's dog that recently passed* (стимул = кінонім); *also what I call my kitty, my cat* (стимул = фелонім). Деякі асоціати орієнтовані на популярний американський комікс та мультсеріал *Peanuts* та засвідчують зарахування стимулу до віртуального світу, наприклад, реакції *cartoon* (0,016), *comic strip* тощо.



Можемо висновувати, що серед типів реакцій в асоціативному полі стимулу домінантну позицію займають синонімні асоціати (54,3%), натомість інші типи виявилися значно менш численними, зокрема, гіперонімні реакції склали 19,6%; квалітативні – 9,4%; меронімні – 6,9%. Суміжні та символічні реакції відсутні. Структура асоціативного поля стимулу є неоднорідною, в назві реалізуються реальний та віртуальний компоненти. У реакціях впізнання гіпоніма просліджується тенденція до називання стимульним словом малих за розміром коней – поні. Асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» не виявлено.

Стимул *Rosie* викликав 243 реакції, і з них 40 стосується власної назви коня, а саме: гіперонімні реакції *mare* (0,02), *horse* (0,012), *pony* (0,008), *pony name* (0,004), *mare name*, *Palamino mare*, *black mare*, *pretty mare*, *Arabian*, *a red dun mare*, *school horse*, *draught horse*, *cute name for pony*, *a mini mare*, *a beautiful rosier grey Arabain*, *filly*, *name for a sweet mare*; синонімні реакції *name of my aunt's mare*, *lesson horse I rode*, *horse at race yard I worked at*, *friends pony name*, *pony from riding school*, *horse at our barn*, *Flea Bit Red Roan (Rosie was the name of a neighbor's horse that was a red roan that was so light she looked like a gray horse, and she was such a huge personality in such a small horse that I have remembered her for the last 20 years)*, *a colour of horse Strawberry Roan can be nicknamed Rosy*, *horse at a farm of my mom's co-worker*, *my freinds husbands horse*, *a cart horse that a young boy taught to do dressage in one of Marguerite Henry's books*; квалітативна реакція *bay*.

Ранжування реакцій, що повторюються, за показником індексу Апресяна виглядає так:

Табл. 3.18.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Rosie*

Rosie	
Загальна кількість всіх реакцій	243
Загальна кількість різних реакцій	130
Засвідчено $\geq 2$ рази	26
Засвідчено 1 раз	104

АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<i>O'Donnell</i>	19	0,074
<i>the Riveter</i>	13	0,049
<b>cheeks</b>	13	0,049
<b>girls name</b>	12	0,045
<i>and Jim</i>	10	0,037
flower	8	0,028
mare	6	0,020
posie	6	0,020
name	5	0,016
girl	5	0,016
red	5	0,016
horse	4	0,012
<i>Spider-Man 2</i>	4	0,012
sweet	3	0,008
pig	3	0,008
pony	3	0,008
<i>Napravnik</i> (2), <i>rose</i> (2), <i>happy</i> (2), <i>dog</i> (2), <i>sister-in-law</i> (2), <i>lady's name</i> (2), <i>pony name</i> (2), <i>friend</i> (2), <i>cow</i> (2), <i>aunt</i> (2)		по 0,004 кожна

Можемо висновувати, що більшість реакцій асоціативного поля засвідчує активний ужиток стимулу в якості антропоніма, наприклад, *girls name* (0,045), *elderly woman* тощо. Неабиякий потенціал та різновекторність оніма-стимулу в номінуванні тварин розкривається завдяки таким групам асоціацій: 1) стимул-кінонім: *dog* (0,004), *a dog's name*, *dog Yorkshire*, *Spaniel*, *Sheepdog*, *Rottweiler*, *Beagle (friend has beagle called rosie)*, *Sheltie one of my dogs*, *friends dog*, *the name of my friends dog*; 2) стимул-порконім: *pig* (0,008), *a guinea pig*; 3) стимул-бовісонім: *cow* (0,004); 4) стимул-фелонім: *yard cat*, *my cat*; 5) стимул-елефантонім – *elephant*; 6) стимул-арахнонім – *the name of my friend's tarantula*. Сюди ж зараховуємо реакції впізнання гіпоніма, наведені вище, які становлять 16,5% від усіх запропонованих реакцій.

Домінувальні позиції в асоціативному полі стимулу займають синонімні (51,4%) та гіперонімні реакції (32,1%), що корелює з загальними тенденціями наповнення асоціативних полів стимулів нашої вибірки. Фіксуємо також невелику кількість квалітативних реакцій (10,3%). Інші типи реакцій є нечисленними, а

суміжні та символічні асоціати відсутні. Майже всі реакції впізнання пов'язують гіпонім з реальною дійсністю, натомість асоціат *a cart horse that a young boy taught to do dressage in one of Marguerite Henry's books* виявляє віртуальність стимулу. Онімний стимул характеризується поліденотатністю та широкою вживаністю в англomовному світі, в тому числі як власної назви коня. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,012.

На стимул **Buddy** було отримано 245 реакцій, і з них лише 19 мотивовані власною назвою коня: гіперонімні реакції *mini, name for a mini, big bay horse, chestnut horse, Quarter horse, pony friend, hack horse, bay gelding, pony, horse, Welsh pony*; синонімні реакції *name of a horse I used to show jump, my friends horse, an old Suffolk I grew up riding who taught me the ropes, my geldings name, a horse I had one named Buddy, my horse, a horse from the TV show Heartland*; суміжна реакція *mr. T*. Ранжування асоціатів, що повторюються, за індексом яскравості представлено в таблиці:

Табл. 3.19.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Buddy*

<b>Buddy</b>		
Загальна кількість всіх реакцій		245
Загальна кількість різних реакцій		94
Засвідчено $\geq 2$ рази		19
Засвідчено 1 раз		75
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>friend</b>	75	0,302
<b>dog</b>	24	0,093
<b>pal</b>	19	0,073
<i>Holly</i>	10	0,036
<i>Elf</i>	9	0,032
friendly	4	0,012
best friend	3	0,008
good friend	3	0,008
boy	3	0,008
<i>Ebsen</i> (2), <i>my son</i> (2), <i>mate</i> (2), <i>Buddy Holly</i> (2), <i>donkey</i> (2), <i>Golden Retriever</i> (2), <i>guy</i> (2), <i>a dog's name</i> (2), <i>my dog</i> (2), <i>pig</i> (2)		по 0,004 кожна

В асоціативному полі панують реакції, які вказують на сприйняття стимулу як загальної назви на позначення партнера, друга, рідної людини або домашнього улюбленця, наприклад, *your partner when diving, synonym for friend, husband whom I miss every day, pet of any sort* тощо. Разом із тим частина респондентів вбачає в стимулі власну назву, за якою приховуються різні референти. Багатогранність цієї власної назви в межах розряду зоонімів розкривається через такі групи асоціацій: 1) стимул-кінонім: *dog (0,09), my dog (0,004), a dog's name (0,004), dog Corgi mix, a puppy, friendly dog, service dog, sweet dog, name of one of our family dogs, my friends Cocker Spaniel, a nice dog of mine, dog in a movie*; 2) стимул-асінонім: *donkey (0,004), mule*; 3) стимул-фелонім: *kitty, our black cat*; 4) стимул-порконім: *pig (0,004)*; 5) стимул-орнітонім: *name of my pet lovebird*. Крім того, майже 7,8% опитуваних сприйняли стимул як гіпонім.

Кількісно найпотужнішим виявився синонімний тип асоціативних реакцій (67%). На другому місці знаходяться гіперонімні асоціати (22,9%). Усі ж інші типи представлені незначною кількістю випадків, а каузативні та символічні реакції не зафіксовано. Гіпонім належить зоні дії реального сектора. Із-поміж реакцій впізнання можна виділити лише одну, яка вказує на його віртуальність: *a horse from the TV show Heartland*. Суміжна реакція *mr. T* зараховує стимул до змішаного типа, адже мотивована власною назвою реально існуючого коня, який, разом із своїм побратимом *Buddy*, став головним героєм популярного відео-блогу на сайті *youtube.com*. Асоціативне поле стимулу є неоднорідним та згрупованим навколо багатьох референтів. Асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» не виявлено.

Кількість реакцій на стимул **Bella** складає 244 одиниці, з яких 28 свідчать про трактування цього стимулу як власної назви коня, а саме: гіперонімні реакції: *horse (0,004), gray mare, pony's name, pony, Quarter horse, small black pony, another pony mare name, dun horse, Friesian*; синонімні реакції *my friend's horse (0,01), my friend's pony (0,008), horse I know (0,004), the name of my friend's horse, name of my mare, pony on our farm, a horse across the street, a warmblood horse I knew, the DiJulio's gray mare (friends when I was a teen), my favorite horse name, Mollie's pony*;

каузативна реакція *heartbreak* з поясненням «*I lost a rescue mare at age 5 named Bella*». Структура ядра асоціативного поля та навколоядерних асоціатів унаочнюється в таблиці:

Табл. 3.20.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Bella*

<b>Bella</b>		
Загальна кількість всіх реакцій		244
Загальна кількість різних реакцій		125
Засвідчено $\geq 2$ рази		30
Засвідчено 1 раз		95
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>beautiful</b>	29	0,114
<i>Twilight</i>	17	0.065
<b>dog</b>	13	0,049
<b>Donna</b>	9	0,032
<b>beauty</b>	9	0,032
Italian	5	0,016
name	5	0,016
<i>Lugosi</i>	4	0,012
<i>Italia</i>	4	0,012
girl	4	0,012
<i>Swan</i>	4	0,012
my friend's horse	4	0,012
pretty	4	0,012
my friend's pony	3	0,008
cute	3	0,008
cob	3	0,008
friend	3	0,008
my dog (2), friends dog (2), dog name (2), <i>Beauty and the Beast</i> (2), horse (2), <i>Hadid</i> (2), black lab (2), princess (2), horse I know (2), movie (2), feminine (2), <i>Edward</i> (2), rose (2)		по 0,004 кожна

Варто зазначити, що, незважаючи на онімний статус стимулу, деякі респонденти сприйняли його як загальну назву на запропонували словникове тлумачення, як-от у реакціях: *Beautiful* (0,114), *Spanish for beautiful or pretty* тощо. Популярність відповідного антропоніма відбивають, наприклад, реакції *professor of mine, my friends daughter, aunt, , my nickname;*). Поліреферентність стимулу як

складника розряду зоонімів розкривається в значній кількості різноманітних реакцій. Так, стимул перетворився у кінонім у процесі виникнення ядерної реакції *dog* (0,049), а також реакцій *dog name* (0,004), *black lab* (0,004), *my dog* (0,004), *friends dog* (0,004), *Labrador*, *Mums dog*, *sisters dogs name*, *my daughters dogs name*, *the great Pyrenees dog Belle et Sebastien*, що свідчить про неабияку популярність оніма у називанні собак. Серед інших розрядів зоонімів, з якими учасники пов'язують стимул, засвідчуємо: фелоніми (реакції *coworker's cats name*, *my cat*), бовісоніми (реакція *cow*), капоніми (реакція *my goat that's her name*), галліноніми (реакція *my chicken*), орнітоніми (реакція *my cockatiel*). Отже, бачимо, що онім є дуже популярним в англomовному середовищі, а реакція *lovely name for person or animal* узагальнює основні референти, присутні в свідомості носіїв англійської мови під час реагування на цей стимул.

Отже, 11,5% респондентів впізнали у стимулі гіпонім. Найбільшу продуктивність в асоціативному полі виявляють синонімні реакції (33,2%). Трохи поступаються продуктивністю гіперонімні (24,2%) та квалітативні реакції (24,2%) з однаковою кількістю. Тільки 23 реакції (9,4%) є меронімними. Символічні та індивідуальні реакції відсутні. Усі реакції впізнання вказують на реальний характер гіпоніма. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,020.

Отримані результати представлено у діаграмі, що відображає відсоткове співвідношення типів реакцій на реальні неофіційні гіпоніми:

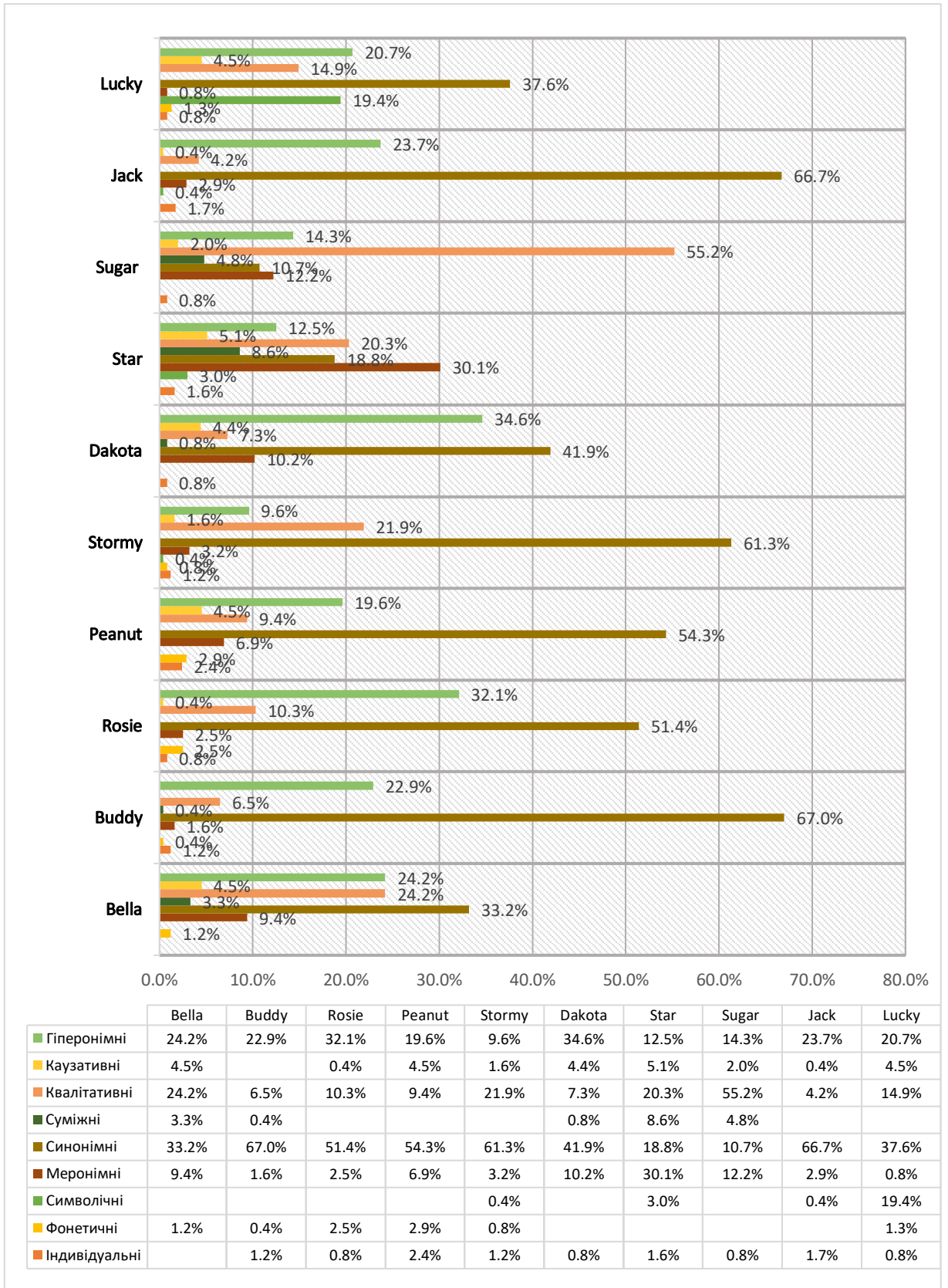


Рис. 3.3. Співвідношення типів реакцій на реальні неофіційні гіпоніми

Як бачимо, в асоціативних полях більшості стимулів першість отримують не гіперонімні, а синонімні реакції: *Buddy* – 67%, *Jack* – 66,7%, *Stormy* – 61,3%, *Peanut*

– 54,3%, *Rosie* – 51,4%, *Dakota* – 41,9%, *Lucky* – 37,6%, *Bella* – 33,2%. На нашу думку, це пов'язано з природою неофіційних гіпонімів, відмінною від офіційних. Відсутність одноосібної закріпленості власної назви (хоча б у межах розряду гіпонімів), висока загальнономовна частотність апелювативів та онімів, які згодом перетворюються у побутові гіпоніми, всі ці чинники вплинули на специфіку асоціювання. Стимули нашої вибірки, які є поліденотатними онімами та характеризуються високою знаністю в англійськомовному світі, наприклад, *Jack*, *Dakota*, *Rosie*, *Bella*, викликали значну кількість різних синтагматичних синонімів (наприклад, реакції *Fanning* або *North and South* на стимул *Dakota*), які разом зі стимулом утворюють цільнооформлену антропоформулу чи складений топонім. Відапелювативні гіпоніми-стимули *Lucky*, *Stormy*, *Buddy* багаті на дескрипції та перифрази, оскільки відприкметникові утворення важче категоризувати.

Гіперонімні реакції посідають друге місце в асоціативному полі 8 інших стимулів: *Dakota* – 34,6%, *Rosie* – 32,1%, *Bella* – 24,2%, *Jack* – 23,7%, *Buddy* – 22,9%, *Lucky* – 20,7%, *Peanut* – 19,6%, *Sugar* – 14,3%. Меронімні реакції превалювали в асоціативному полі стимулу *Star* (30,1%), що пов'язано з його сприйняттям як загальної назви на позначення небесного світила, яке є частиною небесного простору. Квалітативні реакції стали домінуючим типом в асоціативному полі стимулу *Sugar* – 55,2%, посіли друге місце за кількістю в асоціативному полі стимулів *Bella* – 24,2%, *Stormy* – 21,9%, *Star* – 20,3%. Стимул *Lucky* отримав значну кількість символічних реакцій (19,4%), що пов'язано з природою стимулу, який є виразником абстрактного поняття, закріпленого за багатьма артефактами культури. Інші типи реакцій є мало представленими або взагалі відсутні.

Спільною рисою, яка об'єднує реальні офіційні та реальні неофіційні гіпоніми, є онімна насиченість їхніх асоціативних полів. Так, з 2464 реакцій, які було отримано на стимули цієї зони, 474 реакції є онімами. Найбільшу кількість онімних асоціативів знов отримали стимули-оніми за походженням: *Jack* – 115 онімних реакцій, *Dakota* – 101, *Rosie* – 65, *Bella* – 54. Поширеними розрядами власних назв вже традиційно виявилися **ідеоніми** (168 випадків), **антропоніми** (143 випадки) та **топоніми** (80 випадків). На ідентифікацію стимулів саме як гіпонімів вказує



поширеність зоотоваронімів (20 вжитків), гіпонімів (12 вжитків) та гіпопоедонімів (6 вжитків).

Загальною рисою асоціативних полів цих стимулів є те, що майже всі реакції впізнання з'являються на периферії, натомість ядро та навколоядерну зону формують реакції, які вказують на сприйняття стимулу як загальної назви або ж власної назви іншого розряду. Структура асоціативного поля стимулів є вкрай неоднорідною.

Можемо зробити висновок, що стимули характеризуються поліденотатністю та широкою вживаністю в англomовному світі, в тому числі як власної назви коня, мають неабиякий потенціал та різновекторність у номінуванні тварин. Ступінь впізнаваності гіпонімів складає від 5,6% до 16,7% від усіх реакцій респондентів. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» є дуже низьким і коливається від 0,069 (стимул *Lucky*) до його повної відсутності у стимулах *Peanut*, *Sugar*, *Buddy*.

### 3.4. Асоціативне поле віртуальних гіпонімів

Розглянемо детально структуру асоціативного поля віртуальних гіпонімів.

Стимул *Flicka* викликав 246 реакцій, і з них 173 пов'язані саме з тим денотатом, який було обрано для аналізу. Реакції, що повторюються, за індексом яскравості розподіляються так:

Табл. 3.21.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Flicka*

<b>Flicka</b>		
Загальна кількість всіх реакцій		246
Загальна кількість різних реакцій		130
Засвідчено $\geq 2$ рази		29
Засвідчено 1 раз		101
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>horse</b>	45	0,178
<i>My Friend</i>	16	0,060
<b>movie</b>	14	0,052

<b>horse movie</b>	7	0,024
<b>film</b>	6	0,020
dolphin	4	0,012
horse name	4	0,012
childhood	3	0,008
movie horse	3	0,008
pony	3	0,008
friend	3	0,008
mustang	3	0,008
horse film (2), book (2), children's book (2), bird (2), flicker (2), black horse (2), light switch (2), light (2), wild mustang (2), TV show (2), mare (2), star (2), flame (2), chestnut (2), <i>Thunderhead</i> (2), palomino (2), classic (2)		по 0,004 кожна

Бачимо, що ядро асоціативного поля формують перші п'ять асоціатів із найвищими показниками індексу яскравості, а саме: найчастотніша гіперонімна реакція *horse* (0,178), яка найбільш точно ідентифікує гіпонім; синонімна реакція *My Friend* (0,060), для якої стимул є продовженням, разом з яким вона стає ідеонімом – назвою відомого дитячого роману М. О'Хари, написаного у 1941 році, а також художнього фільму 1943 року, знятого за мотивами літературного твору. Три інші ядерні реакції є гіперонімними і також вказують на приналежність стимулу віртуальній дійсності: *movie* (0,052), *horse movie* (0,024), *film* (0,020).

До навколоядерної зони частотних асоціацій увійшли в основному реакції впізнання гіперонімного типу, як-от: *horse name* (0,012), *movie horse* (0,008), *pony* (0,008), *friend* (0,008), *mustang* (0,008), *horse film* (0,004), *book* (0,004), *children's book* (0,004), *TV show* (0,004), *mare* (0,004). Однак деякі реакції свідчать про зосередженість респондентів на внутрішній формі стимулу, його апелятивному значенні – *light switch* (0,004), *light* (0,004), натомість гіперонімні асоціати *dolphin* (0,012) та *bird* (0,004) і зовсім вказують на інших денотатів тваринного світу.

Квалітативні реакції *chestnut* (0,004) та *palomino* (0,004) є спробою вгадати масть коня-художнього персонажа, а каузативна реакція *childhood* (0,008) вказує на асоціювання стимулу з дитячими роками; інший каузативний асоціат *Thunderhead* (0,004) також є гіпонімом та називає лоша, народжене від Фліки за сюжетом літературних творів.

Периферійна зона асоціативного поля стимулу є неоднорідною. Хтось асоціює стимул з літературним твором (*horse story, book from my childhood My Friend Flicka, one of my favourite books when I was a child, famous book about bond between a child and a horse*), хтось пов'язує його з популярним телевізійним шоу (*TV program about a horse, old TV show, My Friend Flicka 60's TV Show*), але пріоритетним осмисленням імені Фліка для більшості виконавців є його сприйняття саме крізь призму художньої стрічки, на що вказують такі синонімні асоціати: *movie horse chestnut mustang tamed by young girl, My friend an old movie about a horse, a lovely movie about a beautiful horse, one of my favorite movies*. Утім, значна кількість опитуваних не змогла виділити у своїй свідомості єдиний ракурс зв'язків назви з денотатом, про що свідчить група комбінованих синонімних асоціатів: *My Friend Flicka Book /Film, My Friend Flicka a horse book and movie, book and film about a wild mustang tamed by a young girl, My Friend Flicka book and film by Mary O'Hara, enjoy the book and all the movies*.

Загалом більш ніж половину всіх реакцій традиційно складають гіперонімні (54,1%), які є спробою респондентів зрозуміти сутність запропонованого стимулу. На другому місці за кількістю – розлогі синонімні реакції (28%), які, окрім опису стимулу, розкривають складність та багатопрофільність його віртуальної природи. Інші типи реакцій фіксуються значно рідше, а суміжні та символічні – відсутні.

Асоціативне поле стимулу є неоднорідним. При цьому наявні два ключові напрями асоціювання: стимул сприймається як власна назва коня – популярного художнього персонажа, а також як апелятив із належним йому словниковим значенням. Більшість асоціацій респондентів усе ж вказують на віртуальний характер стимулу. 70,3% усіх запропонованих реакцій свідчать про впізнання пошукового денотата та популярність серед носіїв англійської мови. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,230.

Стимул *Black Beauty* викликав 256 реакцій, що перевищує загальну кількість респондентів та пов'язано з наданням більш ніж однієї реакції деякими виконавцями. 234 реакції в асоціативному полі стимулу пов'язані змістовно саме з

гіпонімом, обраним для експерименту. Реакції на цей стимул, що повторюються, мають таке ранжування:

Табл. 3.22.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Black Beauty*

<b>Black Beauty</b>		
Загальна кількість всіх реакцій		256
Загальна кількість різних реакцій		142
Засвідчено $\geq 2$ рази		27
Засвідчено 1 раз		115
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>horse</b>	40	0,152
<b>movie</b>	9	0,031
<b>book</b>	9	0,031
<b>black horse</b>	6	0,019
<i>Anna Sewell</i>	6	0,019
<b>sad</b>	6	0,019
<b>book and movie</b>	6	0,019
children's book	5	0,015
story	5	0,015
film	5	0,015
classic	4	0,012
beautiful horse	4	0,012
stunning	4	0,012
childhood	4	0,012
black	3	0,007
sad story	3	0,007
horse film (2), horse movie (2), favourite childhood book (2), beauty (2), <i>Ginger</i> (2), favourite childhood book and film (2), famous fictional horse (2), my dream horse (2), novel (2), <i>Elizabeth Taylor</i> (2), <i>Friesian</i> (2)		по 0,004 кожна

З наведеної таблиці бачимо, що до ядра асоціативного поля стимулу належать аж 7 найчастотніших асоціатів із найвищими показниками індексу Апресяна. Реакції *horse* (0,152), *movie* (0,031), *book* (0,031) та *book and movie* (0,019) є гіперонімними та вказують на належність гіпоніма коню-персонажу з віртуального світу книжок та кінофільмів. Синонімна ядерна реакція *black horse* (0,019) вказує на зовнішні риси коня. Квалітативна ядерна реакція *sad* розкриває глибоке

співчуття до тварини, викликане знанням реципієнтів про нелегку долю вороного жеребця, описану в творах. Меронімна реакція *Anna Sewell* є єдиною онімною реакцією ядра асоціативного поля і вказує на британську письменницю – автора цього найбільш популярного твору дитячої світової літератури.

В асоціативному полі стимулу серед реакцій, що повторюються, фіксуємо ще дві онімні. Так, реакція суміжності *Ginger* (0,004) є гіпонімом та мотивована назвою ще одного персонажа роману А. Сьюелл – гнідої кобили, яка разом із Чорним Красунчиком деякий час належала одному власнику. Завдяки меронімній реакції-антропоніма *Elizabeth Taylor* (0,004) стає зрозуміло, що виконавці експерименту знайомі з однією з кіноадаптацій роману за назвою *National Velvet*, в якій визначна англо-американська акторка зіграла головну роль.

Серед частотних асоціатів проміжної між ядром та периферією зони фіксуємо здебільшого гіпероніми, які вказують на різновид художнього твору, з яким асоціюється стимул: *children's book* (0,015), *story* (0,015), *film* (0,015), *horse film* (0,004), *horse movie* (0,004), *novel* (0,004).

Наявні також квалітативні реакції з позитивною емотивною конотацією *classic* (0,012) та *stunning* (0,012), а також квалітативи-повторення, які дублюють компоненти стимулу – *black* (0,007) та *beauty* (0,004).

Каузативна реакція *childhood* (0,012) в 4 ужитках свідчить про те, що гіпонім став стійким якорем та викликає у свідомості респондентів дитячі спогади.

Синонімні реакції, що повторюються, в асоціативному полі стимулу розташовані ближче до периферії та надають денотату особливу позитивну оцінність, пов'язуючи його з дитинством та навіть з мріями привласнити його: *beautiful horse* (0,012), *favourite childhood book* (0,004), *favourite childhood book and film* (0,004), *famous fictional horse* (0,004), *my dream horse* (0,004).

Багатий віртуальний характер гіпоніма розкривається завдяки різновекторним гіперонімним та синонімним реакціям периферії, які можемо об'єднати в тематичну групу «об'єкти художньої сфери діяльності»: *famous horse story*, *Tv advert*, *essay book*, *tragedy*, *childhood movie*, *mustang movie*, *classic horse story*, *TV series*, *childhood cartoon*, *horse story*, *childhood story*. Вилучено також два

комбіновані асоціати, які підкреслюють різновекторність віртуального вираження стимулу: *horse book/movie, favourite story/film/horse*. Варто зазначити, що саме гіпероніми складають найбільшу кількість від усіх типів реакцій на цей стимул (44,1%).

Менш поширеними є синонімні реакції (32,8%), які свідчать про володіння респондентами енциклопедичною інформацією про аналізований стимул: *black horse from a famous novel and movie played by the horse Doc's Keepin Time, an abused black horse that was bought to have a better life, English television series starring a beautiful wild black 'stallion' I think, subject of a best selling book, story told from the horses perspective, a tragic horse story with a happy ending*. Як бачимо, синонімні реакції традиційно є пролонгованими, розлогими та деталізованими.

Квалітативні реакції, які посіли третє місце за частотністю (14,8%), мають меліоративну емотивність: *inspiring, iconic, gorgeous, beautiful, perfect, brave, divine, beautiful running, flowing black mane rearing, majestic, love*. Винятком є асоціат *cruel* пейоративного спрямування, який відображає визнання жорстокого ставлення до тварини за сюжетами творів.

Також в асоціативному полі фіксуємо зовсім незначну кількість меронімних (4,3%), суміжних (1,6%), каузативних (1,6%) та символічних (0,8%) реакцій, натомість фонетичні та індивідуальні – не виявлені.

Отже, майже всі учасники нашого експерименту (91,4%) надали реакції впізнання та ідентифікували гіпонім. Асоціативне поле є однорідним, адже майже всі асоціати ядерно-периферійної зони стосуються саме того денотата, який було обрано для експерименту. Це пов'язано з одноденотатністю самого оніма-стимулу, який неодмінно реалізує зону дії віртуального сектора, адже асоціюється зі знаменитим однойменним романом британської письменниці А. Сьюелл, а також із безліччю (більш ніж п'ять) його кіноадаптацій.

Особливістю цього стимулу в межах вибірки є те, що він викликав найбільшу кількість реакцій першого кола (причому всі вони належать до гіпонімного фрейму), а також не викликав жодної відмови від реакції. Це свідчить про те, що інформанти не просто читали в дитинстві роман або дивилися фільми, а ще й про

те, що історії про Чорного Красунчика назавжди залишилися в пам'яті британців та американців як культові та знакові твори дитячої літератури. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,199.

Отриманий асоціативний матеріал на стимул *Shadowfax* складає лише 180 реакцій, і з них 68 реакцій вказують на саме той денотат, який було обрано для експерименту. Реакції, що повторюються, в цій статті мають таке ранжування:

Табл. 3.23.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Shadowfax*

<b>Shadowfax</b>		
Загальна кількість всіх реакцій		180
Загальна кількість різних реакцій		107
Засвідчено $\geq 2$ рази		14
Засвідчено 1 раз		93
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<i>Lord of the rings</i>	26	0,138
<b>fox</b>	11	0,055
<i>Gandalf</i>	10	0,050
<b>dark</b>	10	0,050
<b>horse</b>	9	0,044
lord of all horses	4	0,016
printer	3	0,011
race horse (2), Tolkien (2), Gandalf's horse (2), shadowfox (2), horse name (2), name (2), grey (2)		по 0,005 кожна

Складниками ядра асоціативного поля цього онімного концепту вважаємо п'ять асоціатів із найвищим індексом яскравості, а саме: меронімні онімні реакції *Lord of the rings* (0,138) та *Gandalf* (0,050), які вказують на високу ступінь обізнаності англomовної аудиторії щодо персонажів художнього твору Дж. Толкіна «Володарь кілець», за сюжетом якого саме Гандальф був власником коня; фонетичну реакцію *fox* (0,055), яка вказує на поверхневність процесу асоціювання; квалітативну реакцію *dark* (0,050), породжену поняттєвим змістом складника назви-стимулу; та гіперонім *horse* (0,044), який вказує на віднайдення денотата.

Навколоядерний простір також виявляє різновекторність асоціювання через наявність синонімних реакцій *lord of all horses* (0,016), *Gandalf's horse* (0,005), гіперонімних реакцій *printer* (0,011), *race horse* (0,005), *horse name* (0,005), *name* (0,005), квалітативної реакції *grey* (0,005), меронімної реакції *Tolkien* (0,005), фонетичної реакції *shadowfox* (0,005). Як бачимо, синонімні та меронімні реакції навколоядерної зони асоціативного поля концепту засвідчують зарахування цього гіпоніма до царини віртуальності.

Серед одиничних реакцій периферії також фіксуємо реакції впізнання гіпоніма: *fictional hero horse*, *our iconic wild stallion*, *Gandalf's horse from Lord of the Rings*, *silver horse of Gandalf*, *horse in Lord of the Rings by Tolkien*, *Gandalf stole him*, *LOTR* тощо. На популярність комп'ютерних ігор за мотивами роману-трилогії вказує розлога синонімна реакція *spectrum game the name of the horse you ride in the war against the dark forces of Mordor*.

Разом із тим, okazional'nist' стимулу значно вплинула на процес асоціювання, породивши цілу тематичну групу реакцій, які ніяк не перегукуються із сенсом гіпоніма та викликані поняттєвим змістом лексем-складників назви: *the old version of blind copying an email*, *office machine*, *copying*, *fax from computer*, *a fax that needs ink adjustment*, *makes it more secure and private*. Деякі реакції випромінюють відверте кепкування та мають гумористичну тональність: *a fax sent secretly*, *a spooky person who likes fax machines*, *Hmm a fax machine hiding in the dark* :). Відвертими здогадками, які також засвідчують відсутність стимулу в ментальному лексиконі реципієнта, лишаються реакції на кшталт *sounds like a cat name but for one that's also some kind of badass super ninja or something* чи *a special kind of fax-maybe the shadow*. Асоціація *vocabulary* з подальшим поясненням учасника «*It sounded like a difficult word to me*» чи не якнайкраще ілюструє «чужорідність» пропонованого оніма-стимулу.

Реакції, отримані у процесі експерименту, не можна розподілити лише за декількома напрямками асоціювання, адже асоціативне поле онімного концепту має надто складну та неоднорідну структуру. Цю думку підтверджує розмаїтість гіперонімних реакцій (34,4%), загальна кількість яких складає 62 одиниці, з яких



аж 57 реакцій – поодиночні. Вона є спробою категоризації стимульного слова. Наступними за частотністю виявилися меронімні реакції (22,2%), абсолютна більшість яких вказує на знаність гіпоніма та його зарахування до царини віртуальності. Квалітативні (12,8%) та фонетичні (12,2%) реакції мають доволі симетричний розподіл в асоціативному полі та займають третє місце за кількістю. Вони пов'язані або з формою оніма-стимулу (квалітативні – *dark, black, majestic, mystical*) або з його звучанням (фонетичні – *shadowfox, a second fax, Shadowbox, box shadow box fence*). Синонімні реакції складають 15,6%. Фіксуємо також поодинокі індивідуальні реакції (2,2%) та одиничну каузативну (0,6%). Суміжні та символічні реакції в асоціативному полі відсутні.

У результаті аналізу асоціативних реакцій можемо виділити дві основні групи респондентів: ті, які осмислюють стимул як віртуальний гіпонім (37,8%), та усі інші, які надавали відповідь, керуючись інтуїтивним припущенням, переінакшували форму, вдавалися до фонетичної гри. Варто зазначити принагідно, що онім посідає перше місце в межах вибірки за кількістю відмов від реакції (73 випадки). Це вказує на незнання стимулу значною частиною учасників експерименту.

Отже, асоціативне поле стимулу є полідеденотатним, що спричинено його екзотичністю. Усі асоціації впізнання гіпоніма підтверджують його віртуальний характер, так чи так апелюючи до популярного твору Дж. Толкіна «Володарь кілець». Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,070.

Стимул *Ginger* викликав 258 реакцій, і з них 40 пов'язані саме з тим денотатом, який було обрано для аналізу. Індекс яскравості реакцій, що повторюються, наведено в таблиці:

Табл. 3.24.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Ginger*

<b>Ginger</b>	
Загальна кількість всіх реакцій	258
Загальна кількість різних реакцій	128
Засвідчено $\geq 2$ рази	30

Засвідчено 1 раз		98
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>spice</b>	23	0,085
<i>Black Beauty's friend</i>	17	0,062
<i>Snaps</i>	10	0,034
<b>chestnut</b>	9	0,031
<b>horse</b>	9	0,031
<i>Black Beauty</i>	8	0,027
root	7	0,023
tea	7	0,023
red	6	0,019
hair color	6	0,019
<i>&amp; Rogers</i>	6	0,019
cat	5	0,015
<i>Gilligan's Island</i>	4	0,011
red horse	3	0,008
redhead	3	0,008
chestnut mare	3	0,008
<i>Black Beauties best friend</i>	3	0,008
sad	3	0,008
dancer	3	0,008
biscuits	3	0,008
orange	3	0,008
red hair	3	0,008
friend (2), food (2), horse from <i>Black Beauty</i> (2), bred (2), <i>McCain</i> (2), book (2), lemon (2), <i>Merry Legs</i> (2)		по 0,003 кожна

Ядро асоціативного поля формують перші п'ять реакцій з найвищим індексом яскравості, а саме: *spice* (0,085), *Black Beauty's friend* (0,062), *Snaps* (0,034), *chestnut* (0,031) та *horse* (0,031). Гіперонімні реакції *spice* та *horse* по суті демонструють два основні напрями асоціювання цієї словникової статті, адже більшість асоціатів стосуються або рослини, що зазвичай використовується як спеція, або ж пов'язані з обраним нами денотатом – гнідою кобилою з роману Анни Сьюелл «Чорний Красунчик». Синонімна реакція *Black Beauty's friend* (0,062) вказує на наявність інформації про пошуковий гіпонім у свідомості учасників нашого експерименту. Ще одна ядерна синонімна реакція є подвійною, адже може слугувати синтагматичною асоціацією до стимулу, формуючи разом із ним словосполучення

«імбирне печиво», а може розглядатися як синтагматичний синонім, який разом зі стимулом утворює ідеонім на позначення канадського фільму жахів «Ginger Snaps». Задля того, щоб декодувати подібні реакції з точністю, необхідно проводити додаткове опитування. Квалітативна реакція *chestnut* є синонімом до стимулу та позначає той самий колір, що стимульне слово.

Бачимо, що навколоядерний пласт охоплює розмаїття синонімних реакцій, які характеризують гіпонім, як-от: *Black Beauty's friend* (0,06), *horse from Black Beauty* (0,003). Меронімна реакція *Black Beauty* (0,027) також є вказівкою на наявність гіпоніма у свідомості носіїв англійської мови.

На периферії асоціативного поля фіксуємо багато реакцій впізнання, які вказують на віртуальний характер гіпоніма: *Black Beauties friend in the film, another horse in The Black Beauty Book, fictional horse in Black Beauty, the chestnut horse in Black Beauty movie, Beauty's friend, a mare in Black Beauty book*. Окремі реакції є описовими, наприклад, *Black Beauty's best friend abused and brain blown by people*, а деякі вказують на емоційне сприйняття гіпоніма, співпереживання до героя, наприклад, *cried when she died*. Один із учасників експерименту, який надав асоціацію *abused horse*, пояснив її так: *Ginger was Black Beauty's carriage partner... after she was injured, she was sold and subsequently worked to death... she was the most abused horse in the book*). Цей опис найбільш детально характеризує героя, якому належить гіпонім, та свідчить про обізнаність носіїв мови про сюжет роману та художнього фільму «Black Beauty».

Перше місце за кількістю посіли гіперонімні реакції (38,8%), що пов'язано з першочерговим бажанням респондентів категоризувати цей стимул. Значного поширення набули й синонімні (34,5%) та квалітативні (15,1%) реакції, які покликані описати стимул. Інші типи реакцій представлені незначною кількістю асоціатів.

Висновуємо, що лише 15,5% усіх засвідчених реакцій стосується саме того денотата, який було обрано для експерименту. Асоціативне осмислення стимулу як загальної назви (на позначення кольору, спеції та ін.) превалює. Утім, реакції впізнання гіпоніма повною мірою реалізують його віртуальний характер.

Асоціативне поле онімного концепту є поліденотатним. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,039.

Стимул *Spirit* отримав 253 реакції, і з них 101 пов'язана з пошуковим гіпонімом. Асоціації, що повторюються, за індексом яскравості розподіляються так:

Табл. 3.25.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Spirit*

<b>Spirit</b>		
Загальна кількість всіх реакцій		253
Загальна кількість різних реакцій		134
Засвідчено $\geq 2$ рази		34
Засвідчено 1 раз		100
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>ghost</b>	15	0,055
<b>horse</b>	14	0,051
<b>soul</b>	12	0,043
<b>stallion</b>	7	0,023
<b>mustang</b>	7	0,023
<i>Holy</i>	7	0,023
<i>Stallion Of The Cimarron</i>	7	0,023
movie	5	0,015
free	5	0,015
<i>Cimmaron</i>	5	0,015
animal	5	0,015
cartoon horse	4	0,012
wild	4	0,012
whisky	4	0,012
buckskin	4	0,012
<i>The Disney's movie</i>	3	0,008
airlines	3	0,008
wild horse	3	0,008
film	3	0,008
Vodka	3	0,008
gin	3	0,008
attitude	3	0,008
freedom	3	0,008
alcohol	3	0,008

horse film	3	0,008
cartoon movie (2), God (2), cartoon (2), wild mustang (2), rain (2), fire (2), native Americans (2), Netflix (2), destiny (2)		по 0,004 кожна

Ядерними вважаємо перші сім реакцій, які мають найвищий індекс яскравості. Онімна реакція *Stallion Of The Cimarron* (0,023) є синтагматичним синонімом до стимулу та вказує на повну назву анімаційного фільму, головним героєм якого є дикий мустанг, власник гіпоніма. Іншими ядерними реакціями впізнання є гіперонімні реакції *horse* (0,051) та *mustang* (0,023), а також синонімна реакція *stallion* (0,023). Синонімні ядерні асоціати *ghost* (0,55), *soul* (0,043) вказують на сприйняття стимулу як загальної назви, а реакція *Holy* є синтагматичним синонімом та формує разом зі стимулом широковідомий релігійонім на позначення однієї з іпостасей Бога в християнському вченні – Святого Духа.

Варто зазначити, що навколоядерна зона саме цього стимулу охопила найбільшу кількість гіперонімів. Деякі з них вказують на знайомство із героєм фільму «Spirit: Stallion of the Cimarron» та актуалізують зону віртуальності: *movie* (0,015), *cartoon horse* (0,012), *film* (0,008), *horse film* (0,008), *cartoon movie* (0,004), *cartoon* (0,004). Інші гіпероніми свідчать про ототожнення пошукового стимулу із алкогольними напоями (*whisky* – 0,012, *Vodka* – 0,008, *gin* – 0,008, *alcohol* – 0,008). Окремі учасники сприйняли стимул як ергонім – назву популярної та дешевої американської авіакомпанії (*airlines* – 0,008). Синонімні реакції навколоядерної зони ідентифікують стимул як власну назву коня з популярного фільму: *Cimarron* (0,015) *The Disney's movie* (0,008), *Netflix* (0,004). До речі, реакція *The Disney's movie*, як і одиничний асоціат *cartoon Pixar movie*, є дещо помилкою (фільм створений у студії «DreamWorks Animation»), однак, не свідчить про незнання.

Периферія асоціативного поля стимулу теж багата на реакції впізнання. Тут маємо переважно гіперонімні (*kids animation*, *a horse from a movie*, *kids movie*, *animation film horse*, *cartoon film*, *fictional horse*, *animated horse*, *horse books*, *teen horse series*, *horse movie*) та синонімні реакції (*famous fictional horse*, *the stallion from that old movie*, *horse movie about native Americans*, *from horse film Spirit*, *horse from*

*the Film Spirit, horse name in Disney movie, animated DreamWorks film, film with horse named Spirit).*

Серед синонімних реакцій традиційно фіксуємо розширені, деталізовані асоціати, як-от: *cartoon buckskin mustang from Spirit Stallion of the Cimarron* або *the main horse character (originally wild) in an animated series on Netflix*, які вказують на те, що фільм є добре знайомим для респондентів. Фіксуємо значну кількість порівняльних конструкцій вищого ступеня, наприклад, *the best movie to ever exist, best movie ever, favorite movie of my daughter*, які також демонструють популярність та важливість фільму. Найбільш потужними асоціатами є цілі висловлювання, які свідчать про те, що фільм, у якому фігурує аналізований гіпонім, не просто знайомий для людей, а й залишив міцний відбиток в їх пам'яті та пробудив любов до конярства: *my love of horses hinged on this film story of the true wildness in horses, horse name for the movie that started my love of horses.*

Особистісні реакції *my kids ponys name, my old pony which has recently died, my old horse, my pony, my horse (Catori means spirit in Native American)* вказують на те, що гіпонім є досить популярною власною назвою для коней та поні, а реакції *name of the dog in the book I just read* та *cat of a friend* розкривають широкий потенціал стимулу в межах зоонімії, його функціонування як кіноніма та феліноніма відповідно.

Серед реакцій периферії простежуємо й такі, що можемо зарахувати до тематичної групи «релігія, віра»: *God, the Essence of you that resides inside your body, the people who look out from me from above, what our HEAVENLY FATHER has given every living creature especially humans...but sometimes they forget ti be kind and loving, Going to Heaven, what happens after we die.*

Серед отриманих реакцій переважають гіперонімні (41,9%), які складають майже половину від усіх реакцій та свідчать про намагання респондентів визначити сутність стимулу. Синонімні реакції також виявилися досить численними (37,9%), що реалізує намагання учасників експерименту запропонувати індивідуальний опис стимулу. Третє місце посіли квалітативні реакції (14,6%), які вказували на абстрактні поняття, з якими ототожнюється стимул. Меронімні, символічні,

індивідуальні та суміжні реакції становлять лише поодинокі випадки, а фонетичні та каузативні реакції взагалі відсутні.

Отже, для майже 40% респондентів онім *Spirit* є в першу чергу носієм змісту «дикий мустанг з анімаційного фільму». Майже всі реакції впізнання вказують на віртуальний характер стимулу. Асоціативне поле стимулу є поліденотатним з основним потужним напрямом асоціювання, який свідчить про те, що історія про дикого мустанга досі наявна у сховищі пам'яті носіїв англійської мови. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,079.

Гіпонім *Joey* отримав 244 реакцій, і з них 31 адресована головному персонажу воєнної драми С. Спілберга «Бойовий кінь». Індекс яскравості асоціатів, що повторюються, наведено в таблиці:

Табл. 3.26.

Індекс Апресяна частотних асоціатів на стимул *Joey*

Joey		
Загальна кількість всіх реакцій		244
Загальна кількість різних реакцій		84
Засвідчено $\geq 2$ рази		10
Засвідчено 1 раз		74
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>kangaroo</b>	65	0,262
<i>Friends</i>	34	0,135
<b>baby kangaroo</b>	31	0,122
<i>War Horse</i>	20	0,077
<b>budgie</b>	5	0,016
<i>Essex</i>	5	0,016
name	4	0,012
boys name (2), horse (2), war (2)		по 0,004 кожна

В асоціативному полі цього стимулу ядро формують перші шість асоціати з найвищим показником індексу Апресяна: споріднені гіпонімні реакції – *kangaroo* (0,62) та *baby kangaroo* (0,122), а також онімні меронімні асоціати – *Friends* (0,135)

та *War Horse* (0,077). Ядерні реакції по суті розкривають основні стратегії асоціювання. Так, стимул часто сприймається як загальна назва та асоціюється в мовній свідомості носіїв англійської мови з молодим кенгуром, для позначення якого й використовується. Підтвердженням цьому можуть бути такі асоціативні реакції периферії, як *baby wallaby, kanga, pouch, the bush kangaroo, small kangaroo, a kid or a kangaroo kid*. У ядрі асоціативного поля також фіксуємо синонімний онімний асоціат *Essex* у п'яти вжитках – прізвище відомої медійної персони Джої Есекса, який взяв участь в популярному британському реаліті-шоу «The Only Way Is Essex». Ще один ядерний асоціат *budgie* у п'яти вжитках належить до гіперонімного типу.

Учасники експерименту також згадують популярний американський ситком «Друзі», одним з головних персонажів якого є хлопець на ім'я Джої Тріббіані: *Friends Series character, From Friends!, Tribbiani, from tv show Friends, from the sitcom Friends, Friends character*. В одного з респондентів стимул навіть викликав акустичні відчуття, які він одразу спробував пояснити: «*So no one told ya life was gonna be this wayuuu*» \*clap\*clap\*clap\*clap\* (*not that I ever watched the show, but I still think of it*). Цікаво, що ця асоціація, яка є відтворенням рядку з пісні музичної заставки на початку серіалу, містить цілий букет фонетичних та графічних стилістичних засобів – звуковідтворення, графони, подовження літер, використання астерисків).

Ще одним, однак менш потужним, шляхом ідентифікації цього оніма виявилось впізнавання в ньому імені коня – головного героя воєнної драми С. Спілберга «Бойовий кінь» (2011) за мотивами однойменної повісті М. Морпурго, вперше опублікованої у Великобританії в 1982 році. Найкращою ілюстрацією цього напряму асоціювання є подвійна асоціація *War Horse book / film main character*, а також реакції периферії: *name of horse in War Horse, horse from the film War Horse, War horse book the truth of animals in war, horse in War Horse*. Варто звернути увагу, що всі реакції впізнання гіпоніма вказують на його віртуальний характер.



Особливістю асоціативного поля стимулу є його багатоденотатність. Спираючись на аналіз реакцій респондентів, серед розрядів денотатів, яким належить цей онім, можемо назвати такі: гіпоніми (*horse (0,004), sweet horse, foal, horses name, possible name of horse, Arabian, my horse, our wild foal, my friend's pony*), орнітоніми (*budgie (0,016), our first budgies name, bird*), кіноніми (*dog*), антропоніми (*cousin, guys name, good name for a boy, person, human name, brother in law, my fiancé's name, husband's bestfriend, me, son*).

Отже, у результаті проведеного аналізу було встановлено, що лише 12,7% усіх наведених реакцій онімного концепту *Joey* мають відношення до денотата, обраного для аналізу. Можна виділити декілька потужних напрямів асоціювання, які прослідковуються вже у ядрі асоціативного поля стимулу. Стимул ідентифікується учасниками експерименту і як власна, і як загальна назва. Реальний та віртуальний компонент однаковою мірою реалізуються в назві, хоча всі реакції впізнання вказують на віртуальність гіпоніма. Домінантна позиція належить гіперонімним реакціям (56,1%), які мають значну варіативність запропонованих розрядів, до яких можна зарахувати денотат. Наступними за уживаністю є меронімні реакції (23,4%), які вказують на сприйняття респондентами стимулу, саме як актанта віртуальної дійсності. Поширеними традиційно виявилися й синонімні реакції (16,8%), які є спробою охарактеризувати стимул. Фіксуємо також поодинокі випадки квалітативних реакцій (3,3%) та одну суміжну реакцію (0,4%), натомість каузативні, символічні, фонетичні та індивідуальні реакції в цьому асоціативному полі відсутні. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,081.

На стимул *Bree* було отримано 232 реакцій, і з них лише 5 пов'язані з гіпонімом. Реакції, що повторюються, за індексом яскравості розподіляються так:

Табл. 3.27.

Індекс Апресьяна частотних асоціатів на стимул *Bree*

<b>Bree</b>	
Загальна кількість всіх реакцій	232

Загальна кількість різних реакцій		104
Засвідчено $\geq 2$ рази		19
Засвідчено 1 раз		85
АСОЦІАТ	кількість реакцій	міра входження до асоціативного поля стимулу
<b>cheese</b>	86	0,036
<b>girl's name</b>	7	0,025
<i>Larson</i>	6	0,021
<b>name</b>	5	0,017
<b>friend</b>	5	0,017
brie	4	0,012
girl	4	0,012
friend's daughter	3	0,008
nickname for <i>Brianna</i>	3	0,008
<i>Desperate Housewives</i>	3	0,008
<i>Narnia</i>	3	0,008
horse	3	0,008
<i>Tolkien</i>	3	0,008
dog (2), soup (2), free (2), cheese only spelt different (2), breeze (2), my friend (2)		по 0,004 кожна

Перші п'ять асоціатів із найвищими показниками індексу Апресяна формують ядро асоціативного поля стимулу: гіперонімні – *cheese* (0,036), *girl's name* (0,025), *name* (0,017) та синонімні – *Larson* (0,021) та *friend* (0,017). Найчастотніша реакція *cheese* спродукована помилковою ідентифікацією стимулу як назви одного з найпопулярніших французьких сирів – Brie, для якої гіпонім стає омофоном та яка також є складником асоціативного поля – *brie* (0,012). Про це свідчать такі одиничні реакції, як, наприклад, *cheese* ☺ або *white cheese*, а також численні асоціати, в яких увага акцентується саме на неправильному написанні стимулу: *cheese only spelt different*, *misspelling of a French cheese*, *cheese but I think that's spelled Brie*, *cheese but spelt wrong*, *wrong spelt cheese*, *cheese even though spelled wrong*, *makes me think of cheese different spelling*.

Такі реакції ядра та навколоядерної зони, як *girl's name* (0,03), *friend* (0,017), *girl* (0,012), *friend's daughter* (0,008), *nickname for Brianna* (0,008), *my friend* (0,004) вказують на часту вживаність антропоніма в англomовному світі. Сюди ж належать одиничні синонімні реакції, які входять до першого та другого кіл антропонімного

фрейму: *my friends granddaughter, niece, co-worker's name, my sister, stepdaughter, Tanya's friend, name of pony club rider*, а також реакції-пояснення: *an abbreviation for Breeo or Breeana, a girl's nickname short for Brianna etc, short for Brianna*.

Ім'я належить значній кількості відомих реально існуючих, а також вигаданих осіб: реакція *Larson* (Brie Larson – американська акторка), реакція *VanDecamp* (Bree Van de Kamp – одна з центральних героїнь американського телесеріалу «Відчайдушні домогосподарки»).

В онімному асоціаті *Tolkien* (0,008) йдеться про поселення у вигаданому світі Середзем'я Дж. Толкіна, що підтверджують й реакції *hobbit town, hobbits*.

Приналежність стимулу до зоонімного фрейму розкривають різноскеровані асоціації: *horse* (0,008), *dog* (0,004), *mini pony, donkey, horse name, small horse ive worked with, my cat*.

Безумовними реакціями впізнання стимулу вважаємо лише онімні асоціати: *Narnia* (0,008), *Bree in Narnia, horse from Narnia*, кожен з яких містить згадку про казкову країну із серії фентезійних книг, написаних Клайвом Стейплзом Льюїсом.

Цікаво, що один із учасників експерименту впізнав у стимулі суміжний гіпонім, який також належить світу віртуальності – квалітативна реакція *talk* під час додаткового обговорення була доповнена поясненням: «*Bree was a horse name in a show where the horse could talk*».

Отже, лише близько 2,2% опитуваних пов'язали стимул з персонажем третьої книжки гептології «Хроніки Нарнії» за назвою «Кінь та його хлопчик», написаної англійським письменником К. С. Льюїсом. Віртуальний характер стимулу реалізувався в незначній кількості синонімних реакцій впізнання, перелічених вище. Асоціативне поле онімного концепту має неоднорідну структуру та згрупувалося навколо різних референтів. Більшість асоціацій все ж орієнтовані або на сир Брі, або на жіноче ім'я Бріанна. Домінантні позиції серед типів реакцій в асоціативному полі стимулу традиційно займають гіперонімні (61,2%) та синонімні реакції (23,4%), які визначають сутність стимулу та описують його. Менш поширеними виявилися квалітативні (6%), фонетичні (4,7%) та меронімні реакції (4,3%). Одиначною є індивідуальна реакція, натомість каузативні, суміжні та

символічні реакції відсутні. Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» склав 0,008.

Зіставлення типів реакцій на віртуальні гіпоніми-стимули унаочнено нижче:

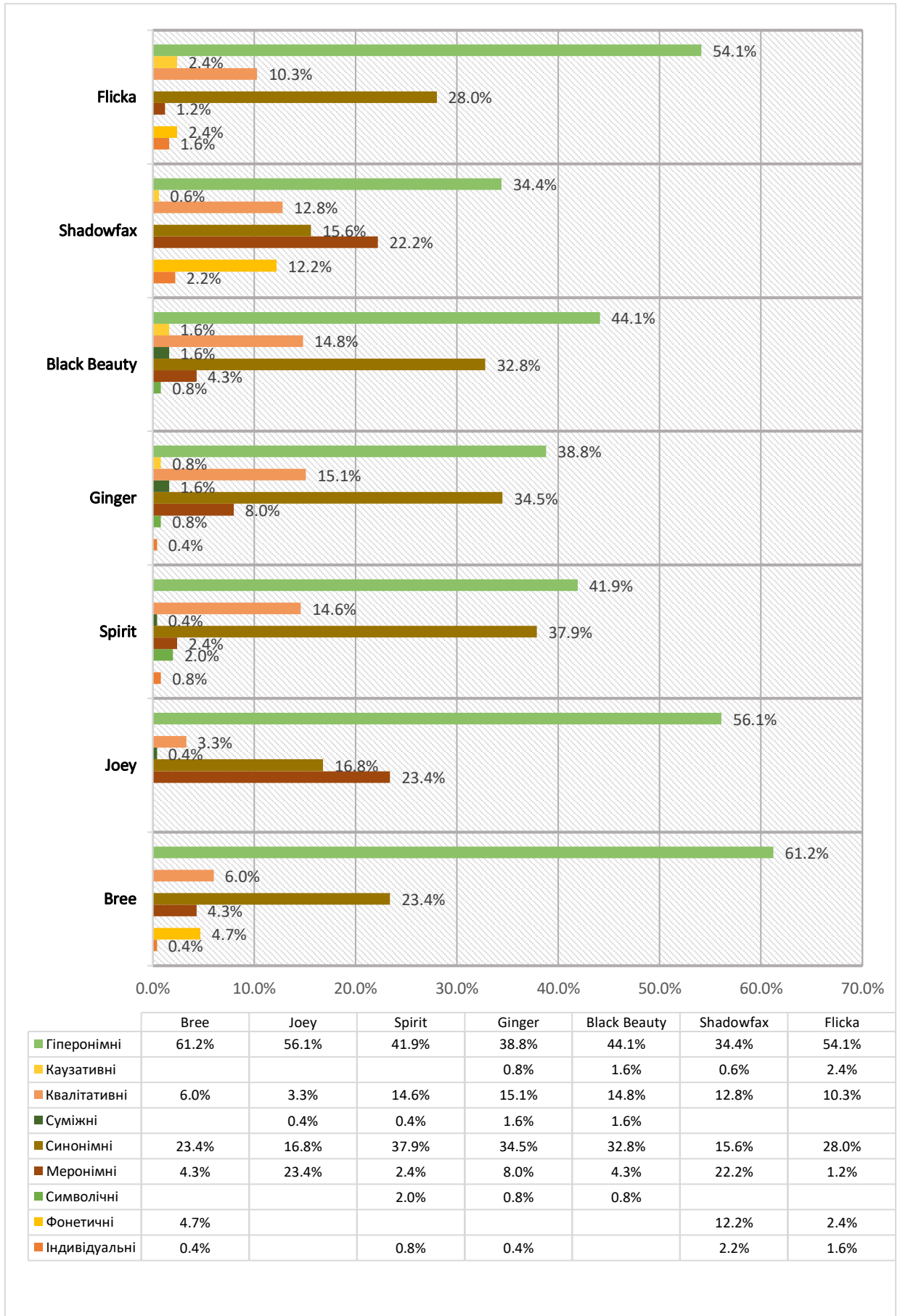


Рис. 3.3. Співвідношення типів реакцій на віртуальні гіпоніми

На діаграмі видно, що усі сформовані асоціативні поля зібрали найбільшу кількість гіперонімних реакцій: *Bree* – 61,2%, *Joey* – 56,1%, *Flicka* – 54,1%, *Black Beauty* – 44,1%, *Spirit* – 41,9%, *Ginger* – 38,8%, *Shadowfax* – 34,4%. Друге місце в асоціативному полі 5 стимулів посіли синонімні реакції: *Spirit* – 37,9%, *Ginger* – 34,5%, *Black Beauty* – 32,8%, *Flicka* – 28%, *Bree* – 17,3%. Меронімні реакції посіли друге місце в асоціативному полі стимулів *Joey* – 23,4% та *Shadowfax* – 22,2%. Квалітативні реакції теж досить поширені: *Ginger* – 15,1%, *Black Beauty* – 14,8%, *Spirit* – 14,6, *Shadowfax* – 12,8%, *Flicka* – 10,3%. Розмаїття гіперонімних реакцій, їх різновекторність підтверджують тезу про відсутність усталених параметрів ідентифікації гіпонімів, того загального репертуару, який дає змогу чітко вказати – цей онім є власною назвою коня. Синонімні реакції віртуального сектора розкривають глибину пізнання сутності запропонованих стимулів-концептів, реалізують бажання респондентів охарактеризувати денотат, що ховається за стимульним словом, крізь призму власних вражень та думок. Меронімні ж реакції пов'язані зі сприйняттям учасниками стимулу, саме як актанта віртуальної дійсності. Інші типи реакцій мали незначну кількість.

Асоціативні поля стимулів віртуального сектора виявилися не менш насиченими власними назвами. Так, з 1669 запропонованих реакцій 350 онімних. Показово і водночас цілком зрозуміло, що домінувальним розрядом виявилися саме **ідеоніми** (239 вжитків), які пов'язані з нематеріальною, віртуальною дійсністю літературних творів, художніх фільмів, комп'ютерних ігор тощо. Фіксуємо також значно меншу кількість **антропонімів** (64 вжитки) та **топонімів** (11 вжитків). Зрозуміло, що серед розрядів, які вказують на те, що запропоновані стимули є власними назвами коней, більш поширеними виявилися **гіпопоедоніми** (35 випадків), далі **зоотовароніми** (11 випадків) та **гіпоніми** (5 випадків).

Стосовно структури асоціативного поля стимулів цієї групи, варто зазначити, що вона є неоднорідною, як правило, з двома або більше потужними напрямками асоціювання. Лише асоціативне поле на стимул *Black Beauty* є однорідним, адже майже всі асоціати ядерно-периферійної зони стосуються саме того денотата, який

було обрано для експерименту. Це пов'язано з одноденотатністю самого оніма-стимулу, який є закріпленим у суспільній свідомості лише за одним персонажем.

Отже, стимули *Black Beauty* та *Flicka* викликали більшість реакцій впізнання гіпоніма – 91,4% та 70,3% відповідно, стимули *Spirit*, *Shadowfax*, *Ginger* та *Joey* викликали значну кількість таких реакцій – 39,9%, 37,8%, 15,5% та 12,7% відповідно, а у стимулі *Bree* гіпонім впізнали лише 2,2% опитуваних, що свідчить про те, що цей гіпонім не входить у ментальний лексикон носіїв англійської мови.

Сумарний індекс яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» коливається від 0,230 на стимул *Flicka* до 0,008 на стимул *Bree*.

### Висновки до Розділу 3

В останній час особливе значення в ономастиці набуває когнітивний підхід до вивчення власних назв, який полягає у дослідженні механізмів структурування та організації онімів у свідомості індивіда. Цей розділ дослідження присвячено вивченню власних назв коней саме як когнітивних структур.

Гіпоніми, як і будь-які інші власні назви, відомі людині, зберігаються у її **ментальному лексиконі**, тобто сховищі довгострокової пам'яті, у вигляді **онімних концептів** – комплексів знань про об'єкти номінації, які покликані зберігати, структурувати та передавати онімну інформацію. Два процеси супроводжують входження гіпонімів до ментального лексикону: процес **концептуалізації**, тобто витворення концепту, та процес **категоризації**, тобто введення цього концепту до певного фрейму. Після такої трансформації та перекодування гіпоніми-концепти формують **гіпонімний субфрейм** як складник ширшої когнітивної категорії – зоонімного фрейму.

Для того, щоб визначити, що саме репрезентує гіпонім у ментальному лексиконі носіїв англійської мови та виявити семантичне наповнення гіпонімів-концептів, було проведено вільний асоціативний експеримент, який полягає в отриманні асоціативних реакцій респондентів та побудові асоціативних полів гіпонімів-стимулів із подальшим кількісним та якісним опрацюванням результатів.

До участі в експерименті було залучено 250 носіїв англійської мови, яким було запропоновано 27 гіпонімів-стимулів різної природи, структури та сфери вжитку: 10 реальних офіційних, 10 реальних неофіційних та 7 віртуальних гіпонімів. **Реальні офіційні гіпоніми**, що увійшли до вибірки, містять власні назви визначних коней-персоналій реальної дійсності, чемпіонів міжнародних кінних змагань, легендарних улюбленців президентів. **Реальні неофіційні гіпоніми**-стимули обіймають найбільш популярні в країнах англосфери повсякденні, розмовно-побутові наймення коней. Вибірку **віртуальних гіпонімів**-стимулів формують назви широковідомих коней-персонажів літературних творів та кінофільмів.

Загальна кількість отриманих реакцій складає 6458 одиниць, з яких 2453 – одиничні реакції, 4005 – реакції, що повторюються. Кількість онімних реакцій – 1310. Кількість відмов від реакції – 377, тобто 5,8%. Асоціативне поле кожного стимулу містить від 180 до 258 реакцій. На базі анкет інформантів було укладено асоціативний словник гіпонімів, який містить короткий опис основних характеристик денотата, якому належить гіпонім-стимул, та класичну статтю з такими числовими показниками: 1) загальна кількість різних реакцій; 2) загальна кількість всіх реакцій; 3) кількість різних онімних реакцій; 4) загальна кількість онімних реакцій; 5) загальна кількість реакцій найближчого кола; 6) загальна кількість відмов.

Введення показника загальної кількості реакцій найближчого кола пов'язане з розглядом гіпонімного субфрейму в ментальному лексиконі кожного окремого індивіда як структури, що складається з трьох концентрично розташованих кіл. До **першого кола** входять власні назви коней, які належать людині, з якими вона знайома особисто та контактувала. До **другого кола** входять назви коней реальних та віртуальних, яких людина бачила, чи має конкретне уявлення про них. **Третє коло** формують гіпоніми, які індивід не знає або вже забув. У цьому дослідженні говоримо узагальнено про розгляд структури індивідуального онімного фрейму крізь призму власних назв коней, оскільки специфіка більшості гіпонімів-стимулів нашої вибірки передбачає множинність варіантів їхнього денотативного



профілювання, тому й асоціативні реакції можуть стосуватися зовсім інших денотатів. Загальна кількість реакцій першого кола – 2,96%.

Проведення вільного асоціативного експерименту супроводжувалося додатковим обговоренням з респондентами їхніх стратегій асоціювання з метою збереження об'єктивності, точності та достовірності наукової інтерпретації результатів. У процесі аналізу анкет було виявлено такі специфічні стратегії асоціювання, наведені у порядку зменшення частотності застосування: 1) пролонговані описові та експозиторні асоціації, побудовані як ціле висловлювання; 2) орієнтація на конотативні властивості стимулів, які зумовлюють специфіку реагування; 3) доповнення асоціацій коментарями-роздумами, взятими в дужки; 4) вибір єдиної тематичної лінії асоціювання; 5) надання невербальних реакцій-пиктограм; 6) надання однакової реакції на всі стимули. Виявлення та аналіз стратегій асоціювання допомагають зрозуміти природу відповідних асоціативних зв'язків, розширюють знання дослідника про характер мислення реципієнтів.

Для усіх асоціатів, що повторюються, було вираховано індекс яскравості за формулою Ю. Д. Апресяна, який дозволяє виділити більш і менш яскраві, ядерні та периферійні реакції, встановити вагомість кожної повторюваної реакції в загальній структурі асоціативного поля, міру асоціативної зв'язності реакції зі стимулом. Найвищий коефіцієнт яскравості першої реакції – 0,428 (*Peanut – butter*) з обсягом у 106 повторень, найнижчий – 0,055 (*Spirit – ghost*) з обсягом у 15 повторень. Найвищі показники сумарного індексу яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» – 0,464.

У процесі аналізу отриманих результатів було виокремлено дев'ять типів реакцій: 1) гіперонімні реакції, які є спробою встановлення класу денотата, якому належить онім-стимул; 2) синонімні реакції, тобто дескрипції, перифрази чи синоніми до оніма-стимулу; 3) квалітативні реакції, які вказують на властивості та прикмети стимулу; 4) меронімні реакції, які позначають частину чи ціле по відношенню до стимулу; 5) каузативні реакції, які формуються шляхом причинно-наслідкового асоціювання; 6) суміжні реакції, утворені шляхом метафоричного чи

метонімічного осмислення стимулу; 7) символічні реакції, які є спробою розкриття образного змісту стимулу; 8) фонетичні реакції, які ґрунтуються на співзвучності оніма з пропонованим асоціатом або на інших різновидах мовної гри; 9) індивідуальні реакції, які неможливо розтлумачити без додаткових пояснень респондента, оскільки асоціативний зв'язок зі стимулом не є прозорим та породжується особистим досвідом індивіда, незрозумілим експериментатору. Високопродуктивними для гіпонімних стимулів є три типи реакцій: синонімні (33,4%), гіперонімні (32,8%) та квалітативні (15,8%). Кількість меронімних реакцій складає 9,1%. Низькопродуктивними є каузативні, фонетичні, суміжні, символічні та індивідуальні реакції. Серед асоціативних реакцій, які було надано на реальні офіційні гіпоніми, переважають гіперонімні (34,5%), значну частку займають синонімні (26,3%) та квалітативні (17,5%). Серед асоціатів, які було надано на реальні неофіційні гіпоніми, найбільшу кількість мають синонімні (44,1%), високою є частотність гіперонімних (21,3%) та квалітативних (17,6%). Серед реакцій, які було надано на віртуальні гіпоніми, домінувальним типом є гіперонімні (47,5%), значну частину також становлять синонімні (27,6%) та квалітативні (11%). Поширеність гіперонімного асоціювання у нашому експерименті корелює із загальною тенденцією, однак переважання синонімних та квалітативних асоціатів є особливістю сприйняття гіпонімів носіями англійської мови – гіпонімні стимули багаті на синоніми, дескрипції та перифрази, які яскраво відображають особистісні смисли та досвід респондентів.

Виокремлення ядерних реакцій дозволило встановити, що реальні гіпоніми *Secretariat, War Admiral, California Chrome, Man O' War, Seabiscuit* та *Hoof Hearted*, а також віртуальні гіпоніми *Flicka, Black Beauty, Ginger* та *Spirit* присутні у вигляді окремих концептів у ментальних лексиконах носіїв англійської мови на загальномовному рівні. Популярність їх денотатів суттєво переважає над сукупністю інших варіантів їхнього денотативного профілювання не тільки в межах розряду гіпонімів, а й враховуючи увесь корпус існуючих онімних розрядів. Вони формують центр загальномовного гіпонімного субфрейму на протигагу його периферії (*Cincinnati, Ravel, Charisma, Nelson; Shadowfax, Joey, Bree*).

Основні положення Розділу 3 відображено в 6 публікаціях [Алексєєва 2017б, Алексєєва 2019б, Алексєєва 2020а, Алексєєва 2020б, Алексєєва 2020д, Aleksieieva 2021].

## ВИСНОВКИ

Малодослідженою новітньою сферою ономастики є сфера кінного світу. Науковці вперше винесли ім'я коня у центр наукового пошуку наприкінці ХІХ – на початку ХХ століття. Розділ зооніміки, присвячений вивченню власних назв коней, ще зовсім молодий, тому було уточнено базові термінозначення, релевантні для оперування у цій сфері наукового пошуку. Для посилення на власні назви коней було запропоновано вживати термін **гіпонім**. Використання вітчизняними ономатологами цього ж терміна, але з подвоєнням, з одного боку вказує на бажання уникнути небажаної омонімічності термінозначень, а з іншого – є суттєвим порушенням норм українського правопису. Для посилення на розділ ономастики, який вивчає функціонування власних назв коней, традиційно вживається термін **гіпоніміка**. Було виділено таку складову гіпоніміки, як **гіпонімія** або **гіпонімікон**, що охоплює сукупність усіх власних назв коней, які йменуються в індивідуальному порядку.

Гіпоніми є специфічним класом власних назв зі своїми характерними ознаками. Магістральною опозицією гіпонімії є опозиція назв **офіційних** та **неофіційних**. Спортивні міжнародні та національні організації уніфікують правила та супроводжують хаотичний та стрімкий процес номінації. Усебічна кодифікація офіційних форм найменувань, властива антропонімам, топонімам, космонімам та іншим магістральним розрядам онімів, стає характеристикою й гіпонімів, що підкреслює їх значущість та необхідність дослідження. Не менш важливою складовою гіпонімікому є неофіційні назви, які використовуються у повсякденному житті, складають народну (реальну) гіпонімію, однак побутують як адміністративно й законодавчо нерегульовані одиниці.

З метою здійснення комплексного аналізу англословної гіпонімії, було виділено структурну, словотвірну, мотиваційну та функціональну класифікації гіпонімів, а також їх поділ за ступенем реальності та у зв'язку зі сферою вживання.

Було виділено такі структурні типи гіпонімів: **прості**, які поділяються на безафіксні, афіксальні та усічені; **складні**, які поділяються на власне композити, афіксальні композити та складні скорочення; а також **складені**, що охоплюють

словосполуки, словосполучення, фрази, комбіновані аббревіатури, гіпонімні зсуви та редуplikовані назви. Серед офіційних гіпонімів найуживанішими за структурою є словосполучення (69,6%) та фрази (10,4%). Найбільшу кількість гіпонімів нашої вибірки становлять двочленні найменування – 1163 одиниці (58,2%), кількість тричленних найменувань – 429 одиниць (21,5%), одночленних – 248 одиниць (12,4%), з чотирма компонентами і більше – 115 одиниць (5,7%), комбіновані аббревіатури складають 45 випадків (2,2%). Превалювання двочленних та тричленних конструкцій пов'язане з підвищеною потребою в оказіональному словотворенні. Серед неофіційних гіпонімів абсолютну більшість складають прості гіпоніми – афіксальні (40,6%), безафіксні (37%) та усічені (10,6%). Складні та складені назви майже не вживаються в народній гіпонімії через важкість їхньої вимови, натомість структурно однослівні, прості гіпоніми слугують виразниками розмовного побутового колориту, оскільки легко вимовляються і швидко запам'ятовуються.

Було також встановлено, що система творення гіпонімів є багатогранною та представлена практично усіма можливими способами словотворення, поширеними в сучасній англійській мові. **Онімізація** апелятивної лексики є найбільш продуктивним лексико-семантичним шляхом збагачення офіційного гіпонімікону (90%). **Трансонімізовані** гіпоніми складають загалом 10% у досліджуваному матеріалі, причому враховувалися й багатоконпонентні гіпоніми, які містять у своєму складі онім іншого розряду як один з компонентів назви. **Запозичення** з інших мов складають 6%. Найбільш продуктивним лексико-семантичним шляхом творення неофіційних назв також є **онімізація** (70%). Кількість **трансонімізованих** неофіційних гіпонімів складає 30%, **запозичень** – 2,4%. Серед словотвірних моделей офіційних та неофіційних гіпонімів було виокремлено **афіксацію, складання, скорочення, стягнення та одноосновні назви**. Творення офіційних гіпонімів шляхом складання є найпродуктивнішим (88,9%). Найбільш поширеною словотвірною моделлю неофіційних гіпонімів є афіксація (40,6%), поширеними є також одноосновні назви (37%). Неофіційні гіпоніми становлять незамкнений континуум, який постійно оновлюється: незважаючи на наявність досить широкого

традиційного корпусу узвичаєних назв, загальний гіпонімний ряд постійно розширюється за рахунок поповнення новими номінативними одиницями.

Онімне обігрування є більш поширеним серед офіційних назв та здійснюється за допомогою **специфічних способів словотворення** (12,4%), які обіймають **сегментацію** (0,2%), тобто порушення звичної сполучуваності морфем у складі назви, **семантичний каламбур** (0,6%), тобто творення назви за принципом подвійної семантики з залученням мовної гри, **стилізацію** (6%), тобто запозичення традиційної моделі власних назв інших розрядів у творенні гіпонімів, **гібридизацію** (1,7%), тобто поєднання різномовних компонентів в одній назві, **графон** (3,8%), тобто неформальні скорочення або неправильний правопис компонентів назви, а також **анаграми** (0,1%), тобто хаотичні перевпорядковування літер назви, її зворотне відтворення. 1% неофіційних гіпонімів утворено із залученням онімної гри. Специфічні способи словотворення представляють нову, нетрадиційну палітру словотвірних моделей, надають підвищену експресію назві, слугують результатом індивідуальної мовотворчості.

Було визначено, що групування гіпонімів за мотиваційними відношеннями є явищем надскладним, яке потребує інформації «з перших вуст» про умови створення та вибору назви, оскільки будь-які спроби дослідників самостійно визначити мотив номінації за внутрішньою формою гіпоніма нівелюватимуться можливою невідповідністю цього мотиву тій ознаці, яка реально покладена в основу пропріатива.

Аналіз мотиваційної структури офіційного гіпонімікону дозволив виділити такі типи мотивації гіпонімів у порядку зменшення частотності їхньої реалізації: **патронімічна** мотивація, яка вказує на родинні зв'язки тварини; **номінальна** мотивація, яка охоплює назви, що присвоюються без будь-якого мотиву і підбираються лише за принципом відсутності подібного імені; **меморіальна** мотивація, яка втілює бажання номінатора увічнити пам'ять про певних людей, місця чи події; **локативна** мотивація, яка вказує на місце народження, проживання, придбання коня, стосується певних географічних об'єктів; **ситуативна** мотивація, яка є прихованою та пов'язана з життєвими подіями чи ситуаціями, актуальними

на момент номінації; **апотропейна** мотивація, яка вказує на бажану поведінку чи характеристики, які повинен мати денотат; **квалітативна** мотивація, яка вказує на характерні зовнішні або внутрішні риси денотата; **асоціативна** мотивація, яка вказує на певний твір мистецтва; **символічна** мотивація, яка покликана створити певний образ, прихований за назвою; **ідеологічна** мотивація, яка відображає в назві певні політичні, військові реалії, філософські чи релігійні погляди; **тематична** мотивація, яка передбачає іменування одразу декількох коней за певною тематикою, утворюючи тематичний ряд назв, що складають окрему тематичну групу; **комунікативна** мотивація, яка є характерною саме для гіпонімної номінації та обіймає випадки, коли власники, розраховуючи на те, що ім'я коня буде неодноразово озвучене коментатором кінних змагань, підбирають назви таким чином, щоб при включенні їх у текст створювався гумористичний ефект, що приверне увагу до назви та сприятиме її кращому запам'ятовуванню; **посесивна** мотивація, яка вказує на власника коня, тренера або вершника; **темпоральна** мотивація, яка пов'язана з часом народження чи придбання коня; а також **сутнісна** мотивація, яка характеризується мінімальною поширеністю, адже вказує на типологічні ознаками тварини або її функціональне призначення, що за правилами офіційної номінації забороняється. Домінувальні позиції належать номінальній (16,7%), патронімічній (28,6%), меморіальній (11%) та локативній мотивації (7,6%), тобто, окрім довільного підбору назви без конкретного мотиву, в основі мотивування офіційних гіпонімів лежить така сукупність фактів: відношення коня до предків, територіальна приналежність і родинні зв'язки власника, онімне наповнення його пам'яті.

Офіційні гіпоніми часто є втіленням декількох мотивів одночасно і в нашій вибірці представлені такими типами **комбінованої** мотивації (7,6%): **патронімічно-посесивною, патронімічно-апотропейною, патронімічно-квалітативною, патронімічно-меморіальною, патронімічно-ідеологічною, локативно-квалітативною, квалітативно-меморіальною, посесивно-символічною, посесивно-асоціативною, ситуативно-квалітативною та комунікативно-символічною.** Наявність двох мотивів в одній назві контрастує з

номінальним принципом підбору власних назв коней та свідчить про важливе значення, яке надається назві власником, продумане та обґрунтоване назвотворення.

Мотивованість неофіційних гіпонімів вивчалася як закономірність між змістом та формою мовної одиниці через відсутність можливості збору інформації про причину вибору кожної окремої назви. Усе розмаїття мотивів у сфері неофіційної номінації зводиться до превалювання **номінальних, ситуативних, меморіальних, асоціативних та сутнісних** гіпонімів. Поширеним є вживання одного з компонентів складної офіційної назви у якості розмовно-побутової.

В цілому ж було з'ясовано, що номінативний процес офіційної та неофіційної сфер характеризується спорідненістю мотивів, хоча мотивація офіційних гіпонімів, безумовно, є більш стихійною.

Що стосується функцій гіпонімів, то в офіційній номінації реалізуються такі: **номінативна**, яка є наданням коню унікальної назви задля виділення та ідентифікації серед інших; **емоційно-експресивна**, що є спробою передачі емоцій номінатора та впливу на емоції реципієнта, **апелятивно-комунікативна**, яка реалізується через заклик до адресата з метою переконання в перевазі певного коня порівняно з іншими; **сугестивна**, тобто приховане навіювання реципієнту позитивних думок по відношенню до тварини, що призводить до незапланованих придбань, ставок чи інвестицій; **іміджетворча**, призначення якої – створити цікавий образ, який допоможе власнику привернути суспільну увагу до тварини; **характеристична**, яка є інформуванням про фізичні та поведінкові якості коня; **дейктична**, яка є вказівкою у назві на родовід коня або його походження; **меморіальна**, що є здатністю назви «накопичувати» інформацію про тварину і слугувати вічною пам'яткою про неї; **текстотворча**, яка реалізується через активне функціонування гіпонімів у газетному та спортивному дискурсах; **метамовна**, яка є спробою опису номінативного процесу в самій назві; **соціальна**, яка є здатністю гіпонімів відбивати соціальні настрої та цінності, що панують у суспільстві; **культурно-інформативна**, що є віддзеркаленням у гіпоніміконі мовних новацій та нещодавно введених в активний ужиток слів.



Обов'язковими у поліфункціональній палітрі офіційних гіпонімів є **номінативна, іміджетворча та культурно-інформативна** функції, тоді як усі інші є факультативними та реалізуються в різноманітних поєднаннях. Значно менш розгалуженим є функціональний потенціал неофіційних гіпонімів, який зводиться до обов'язкової реалізації у назвах **номінативної та вокативної** функцій з можливим залученням конотативного компонента у їхню семантичну структуру.

Було також розглянуто власні назв коней саме як когнітивні структури. Гіпоніми, як і будь-які інші власні назви, відомі людині, зберігаються у її **ментальному лексиконі**, тобто сховищі довгострокової пам'яті, у вигляді **онімних концептів** – комплексів знань про об'єкти номінації, які покликані зберігати, структурувати та передавати онімну інформацію. Два процеси супроводжують входження гіпонімів до ментального лексикону: процес **концептуалізації**, тобто витворення концепту, та процес **категоризації**, тобто приєднання цього концепту до відповідного фрейму. Після такої трансформації та перекодування гіпоніми-концепти формують **гіпонімний субфрейм** як складник ширшої когнітивної категорії – зоонімного фрейму.

Для того, щоб визначити, що саме репрезентує гіпонім у ментальному лексиконі носіїв англійської мови та виявити семантичне наповнення гіпонімів-концептів, було проведено вільний асоціативний експеримент, який полягає в отриманні асоціативних реакцій респондентів та побудові асоціативних полів гіпонімів-стимулів із подальшим кількісним та якісним опрацюванням результатів. До участі в експерименті було залучено 250 носіїв англійської мови, яким було запропоновано 27 гіпонімів-стимулів різної природи, структури та сфери вжитку: 10 реальних офіційних, 10 реальних неофіційних та 7 віртуальних гіпонімів. **Реальні офіційні гіпоніми**, що увійшли до вибірки, містять власні назви визначних коней-персоналій реальної дійсності, чемпіонів міжнародних кінних змагань, легендарних улюбленців президентів. **Реальні неофіційні гіпоніми-стимули** обіймають найбільш популярні в країнах англосфери повсякденні, розмовно-побутові наймення коней. Вибірку **віртуальних гіпонімів-стимулів** формують назви широковідомих коней-персонажів літературних творів та кінофільмів.

Загальна кількість отриманих реакцій складає 6458 одиниць, з яких 2453 – одиничні реакції, 4005 – реакції, що повторюються. Кількість відмов від реакції – 377, тобто 5,8%. Асоціативне поле кожного стимулу містить від 180 до 258 реакцій. На базі анкет інформантів було укладено асоціативний словник гіпонімів.

Гіпонімний субфрейм у ментальному лексиконі кожного окремого індивіда було розглянуто як структуру, що складається з трьох концентрично розташованих кіл. До **першого кола** входять власні назви коней, які належать людині, з якими вона знайома особисто та контактувала. До **другого кола** входять назви коней реальних та віртуальних, яких людина бачила, чи має конкретне уявлення про них. **Третє коло** формують гіпоніми, які індивід не знає або вже забув. У цьому дослідженні говоримо узагальнено про розгляд структури індивідуального онімного фрейму крізь призму власних назв коней, оскільки специфіка більшості гіпонімів-стимулів нашої вибірки передбачає множинність варіантів їхнього денотативного профілювання, тому й асоціативні реакції можуть стосуватися зовсім інших денотатів. Загальна кількість реакцій першого кола – 2,96%.

Проведення вільного асоціативного експерименту супроводжувалося додатковим обговоренням з респондентами їхніх стратегій асоціювання з метою збереження об'єктивності, точності та достовірності наукової інтерпретації результатів. У процесі аналізу анкет було виявлено такі специфічні стратегії асоціювання, наведені у порядку зменшення частотності застосування: 1) пролонговані описові та експозиторні асоціації, побудовані як ціле висловлювання; 2) орієнтація на конотативні властивості стимулів, які зумовлюють специфіку реагування; 3) доповнення асоціацій коментарями-роздумами, взятими в дужки; 4) вибір єдиної тематичної лінії асоціювання; 5) надання невербальних реакцій-пиктограм; 6) надання однакової реакції на всі стимули. Виявлення та аналіз стратегій асоціювання допомагають зрозуміти природу відповідних асоціативних зв'язків, розширюють знання дослідника про характер мислення реципієнтів.

Для усіх асоціатів, що повторюються, було вираховано індекс яскравості за формулою Ю. Д. Апресяна, що дозволило виділити більш і менш яскраві, ядерні та периферійні реакції, встановити вагомість кожної повторюваної реакції в загальній

структурі асоціативного поля, міру асоціативної зв'язності реакції зі стимулом. Найвищий коефіцієнт яскравості першої реакції – 0,428 (*Peanut – butter*) з обсягом у 106 повторень, найнижчий – 0,055 (*Spirit – ghost*) з обсягом у 15 повторень. Найвищі показники сумарного індексу яскравості асоціатів, що повторюються, із ключовим елементом «horse» – 0,464.

У процесі аналізу отриманих результатів було виокремлено дев'ять типів реакцій: 1) гіперонімні реакції, які є спробою встановлення класу денотата, якому належить онім-стимул; 2) синонімні реакції, тобто дескрипції, перифрази чи синоніми до оніма-стимулу; 3) квалітативні реакції, які вказують на властивості та прикмети стимулу; 4) меронімні реакції, які позначають частину чи ціле по відношенню до стимулу; 5) каузативні реакції, які формуються шляхом причинно-наслідкового асоціювання; 6) суміжні реакції, утворені шляхом метафоричного чи метонімічного осмислення стимулу; 7) символічні реакції, які є усталеними концептуальними структурами іншої, ніж зміст стимулу, понятійної сфери; 8) фонетичні реакції, які ґрунтуються на співзвучності оніма з пропонованим асоціатом або на інших різновидах мовної гри; 9) індивідуальні реакції, які неможливо розтлумачити без додаткових пояснень респондента, оскільки асоціативний зв'язок зі стимулом не є прозорим та породжується особистим досвідом індивіда, незрозумілим експериментатору. Високопродуктивними для гіпонімних стимулів є три типи реакцій: **синонімні** (33,4%), **гіперонімні** (32,8%) та **квалітативні** (15,8%). Кількість меронімних реакцій складає 9,1%. Низькопродуктивними є каузативні, фонетичні, суміжні, символічні та індивідуальні реакції. Серед асоціативних реакцій, які було надано на реальні офіційні гіпоніми, переважають **гіперонімні** (34,5%), значну частку займають синонімні (26,3%) та квалітативні (17,5%). Серед асоціатів, які було надано на реальні неофіційні гіпоніми, найбільшу кількість мають **синонімні** (44,1%), високою є частотність гіперонімних (21,3%) та квалітативних (17,6%). Серед реакцій, які було надано на віртуальні гіпоніми, домінувальним типом є **гіперонімні** (47,5%), значну частину також становлять синонімні (27,6%) та квалітативні (11%). Поширеність гіперонімного асоціювання у нашому

експерименті корелює із загальною тенденцією, однак переважання синонімних та квалітативних асоціатів є особливістю сприйняття гіпонімів носіями англійської мови – гіпонімні стимули багаті на синоніми, дескрипції та перифрази, які яскраво відображають особистісні смисли та досвід респондентів.

Спільною рисою, яка об'єднує реальні офіційні, реальні неофіційні та віртуальні гіпоніми, є онімна насиченість їхніх асоціативних полів. Так, з 6458 асоціативних реакцій, які було отримано під час експерименту, 1310 реакцій є онімами. Серед розрядів власних назв, які було запропоновано респондентами, поширеними виявилися асоціати-**ідеоніми** кількістю 479 одиниці, асоціати-**антропоніми** кількістю 368 одиниць, асоціати-**топоніми**, які було вжито 223 рази. Оніми ще чотирьох розрядів вживалися в меншому обсязі, однак саме вони засвідчили впізнаваність власних назв коней у стимулах експерименту. Було зафіксовано 69 випадків вжитку **зоотоваронімів**, до яких зараховуємо назви порід коней, 66 **гіпонімів**, 41 **гіпопоетонім**, тобто власні коней, засвідчені в художніх творах, а також 37 **чемпіонатонімів**, до яких належать назви офіційних кінних спортивних змагань.

Виокремлення ядерних реакцій дозволило встановити, що реальні гіпоніми *Secretariat, War Admiral, California Chrome, Man O' War, Seabiscuit* та *Hoof Hearted*, а також віртуальні гіпоніми *Flicka, Black Beauty, Ginger* та *Spirit* присутні у вигляді окремих концептів у ментальних лексиконах носіїв англійської мови на загальномовному рівні. Популярність їх денотатів суттєво переважає над сукупністю інших варіантів їхнього денотативного профілювання не тільки в межах розряду гіпонімів, а й враховуючи увесь корпус існуючих онімних розрядів. Вони формують центр загальномовного гіпонімного субфрейму на протигагу його периферії (*Cincinnati, Ravel, Charisma, Nelson; Shadowfax, Joey, Bree*).

Загальною рисою асоціативних полів неофіційних гіпонімів-стимулів є те, що майже всі реакції впізнання з'являються на периферії, натомість ядро та навколоядерну зону формують реакції, які вказують на сприйняття стимулу як загальної назви або ж власної назви іншого розряду. Структура асоціативного поля стимулів є вкрай неоднорідною. Неофіційні гіпоніми характеризуються

поліденотатністю та мають неабиякий потенціал та різновекторність у номінуванні тварин.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексеева Н. М. Англомовні гіпоніми в мовленні. *Мовознавчий вісник*. 2019. Вип. 27. С. 129-134.
2. Алексеева Н. М. Асоціативний потенціал англомовних гіпонімів. *Записки з ономастики*. 2020. № 23. С. 3-30.
3. Алексеева Н. М. Буття англомовних гіпонімів у ментальному лексиконі. *Записки з ономастики*. 2019. № 22. С. 5-18.
4. Алексеева Н. М. Ментальне буття гіпонімів: проведення вільного асоціативного експерименту й основні стратегії асоціювання. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2020. Вип. 31. Т. 1. С. 249-255.
5. Алексеева Н. М. Мотиваційна структура офіційного гіпонімікону англійської мови. *Записки з ономастики*. 2018. № 21. С. 5-19.
6. Алексеева Н. М. Мотиви вибору власних назв коней країн англосфери. *Сучасні наукові дослідження представників філологічних наук та їхній вплив на розвиток мови та літератури: матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. Львів: Наукова філологічна організація «Логос», 2020. С. 102-104.
7. Алексеева Н. М. Особливості творення та мотивації офіційних гіпонімів. *Одеська лінгвістична школа: кола реконструкцій : колект. монографія*. Одеса: ПолиПринт, 2020. С. 56-68.
8. Алексеева Н. М. Особливості функціонування офіційних гіпонімів на позначення скакових коней. *Записки з ономастики*. 2017. № 20. С. 5-17.
9. Алексеева Н. М. Поліфункціональність офіційних гіпонімів Великої Британії та США. *Abstracts of XII International Scientific and Practical Conference. Edmonton* : International Science Group, 2020. С. 225-227.
10. Алексеева Н. М. Структура індивідуального гіпонімічного субфрейму. *Theoretical and empirical scientific research: concept and trends: Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the International Scientific and*

- Practical Conference. Oxford, United Kingdom: Oxford Sciences Ltd. & European Scientific Platform, 2020. С. 168-169.
11. Алексеєва Н. М. Структурна типологія гіпонімів. *Мова*. 2018. № 29. С. 61-68.
  12. Алексеєва Н. М. Структурно-дериваційна специфіка неофіційних гіпонімів англійської мови. *Сучасні студії з романської і германської філології*: матеріали міжнародної заочної науково-практичної конференції. Одеса: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2020. С. 200-202.
  13. Алексеєва Н. М. Таксономічний аспект дослідження гіпонімів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Вип. 31 (Т. 2). С. 4-7.
  14. Алексеєва Н. М. Функційне навантаження гіпонімів країн англосфери. *Österreichisches Multiscience Journal*. 2020. №27 (Vol. 1). С. 25-29.
  15. Андреенко Е. Ю. Коммуникативно-прагматический потенциал имени собственного в научно-фантастическом тексте: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Одесский государственный университет. Одесса, 1992. 214 с.
  16. Апресян Ю. Д. Современные методы изучения значений и некоторые проблемы структурной лингвистики. *Проблемы структурной лингвистики*. Москва: Наука, 1963. С. 102-147.
  17. Аркушин Г. Л. Слововір зоонімів північно-західної України. URL: [https://typologia.at.ua/index/arkushin\\_grigoriy\\_slovotvir\\_zoonimiv\\_pivnichno\\_zakhidnoji\\_ukrajini/0-202](https://typologia.at.ua/index/arkushin_grigoriy_slovotvir_zoonimiv_pivnichno_zakhidnoji_ukrajini/0-202)
  18. Белецкий А. А. Лексикология и теория языкознания: (Ономастика). Киев: Изд-во Киев. ун-та, 1972. 207 с.
  19. Біла Є. С. Англломовні ароматоніми: структурний, семантичний та когнітивний виміри : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Одеський національний університет. Одеса, 2018. 193 с.
  20. Бондалетов В. Д. Русская ономастика. Изд. стереотип. Москва: Книжний дом «Либроком», 2016. 312 с.
  21. Бучко Г. Є., Бучко Д. Г. Історична та сучасна українська ономастика: Вибрані праці. Чернівці: Букрек, 2013. 456 с.

22. Варникова Е. Н. Зоонимы: место в ономастическом пространстве. *Вопросы ономастики*. 2011. № 1 (10). С. 51-62.
23. Варникова Е. Н. Семантические и словообразовательные особенности кличек лошадей в истории русского языка (по данным переписных книг вологодских монастырей XVI — начала XVIII в.). *Вопросы ономастики*. 2020. Т. 17, № 1. С. 47-83.
24. Вархол С. Значение зоонимии в исследовании проблем этногенеза славян (круг проблем). *Ономастика Поволжья* : материалы VIII конф. по ономастике Поволжья / отв. ред. В. И. Супрун. Москва : Изд-во Ин-та этнологии и антропологии РАН, 2001. С. 208-218.
25. Васильева Н. В. Заметки о психоономастике. *Вопросы психолингвистики*. 2014. № 2(20). С.128-137.
26. Васильева Н. В. Когнитивная ономастика: взгляд из Европы. Рец. на кн.: *Cognitive Onomastics: A Reader* / ed. by S. Brendler. Hamburg: Vaar, 2016. 204 p. *Вопросы ономастики*. 2017. Т. 14. № 3. С. 210-221.
27. Васильева Н. В. Рец. на кн.: *Namenarten und ihre Erforschung: ein Lehrbuch für das Studium der Onomastik*. Hamburg, 2004. / *Вопросы ономастики*. 2005. № 2. С. 183-186.
28. Волосевич З. І. Матеріали до словника зоонімів. *Щорічні записки з українського мовознавства*. Одеса: Друкарський двір, 1995. Вип.1. С. 49-56.
29. Габдрахманова К. В. Топонимы в современном немецком языке : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. / Башкирский государственный университет. Уфа, 2016. 172 с.
30. Гасанова С.Х. Об ономастических названиях в современном социокультурном пространстве. *Проблемы общей и региональной ономастики*. Майкоп: РИО АГУ, 2016. С. 68-70
31. Голев Н. Д. О формах концептуализации имен собственных и формах ее измерения. *Этнолингвистика. Ономастика. Этимология: мат. II Междунар. науч. конф.* Екатеринбург: изд-во Урал. ун-та, 2012. С. 85-87.



32. Гольдин В. Е., Сдобнова А. П. К проблеме коммуникативного анализа ассоциативных данных. *Известия Саратовского университета*. 2012. Т. 7. Сер. Филология, журналистика. С. 3-7.
33. Гопка Б. М., Скоцик В. Є., Зламанюк Л. М. Імена коней. *Науково-технічний бюлетень*. 2017. № 117. С. 43-52.
34. Горбач О. С. Ономастикон українських сатирично-гумористичних текстів кінця ХХ -початку ХХІ століття: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Кам'янець-Подільський національний університет. Кам'янець-Подільський, 2017. 243 с.
35. Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Харьков: Изд. группа «РА – Каравелла», 2001. 316 с. URL: <http://www.textology.ru/razdel.aspx?id=38>
36. Дідур Ю. І. Особливості функціонування ергонімів у мові, мовленні та ментальному лексиконі (в українській, англійській та російській мові) : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 / Одеський національний університет. Одеса, 2015. 195 с.
37. Дмитриева Л. М. Онтологическое и ментальное бытие топонимической системы: на материале русской топонимии Алтая. Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2002. 253 с.
38. Долбіна К. Д. Когнітивні аспекти функціонування зоонімних пропріальних одиниць: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 / Одеський національний університет. Одеса, 2014. 195 с.
39. Долбина К. Д. Структурная классификация зоонимов (на материале английского, русского и украинского языков). *Вестник ВГУ*. 2013. № 2. С. 208-210.
40. Завалишина Ю. Г. Зоонимы и фитонимы в русской и английской паремиологии в аспекте этнического менталитета: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Курский государственный педагогический университет. Курск, 1998. 220 с.
41. Загородня О. Ф. Асоціативні поля суспільно-політичної лексики в мовній картині світу українців (комп'ютерне опрацювання результатів

- психолінгвістичного експерименту) : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.21 / Житомирський державний університет. Житомир, 2018. 256 с.
42. Залевская А. А. Некоторые проблемы подготовки ассоциативного эксперимента и обработки его результатов. *Экспериментальные исследования в области лексики и фонетики*. Калинин: Калинин. гос. пед. ин-т, 1971. Т.98. Ч.2. С.3-119.
  43. Зубко А. М. Українська ономастика: здобутки і проблеми. *Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики*: зб. наук. пр. 2007. Вип. 15. С. 262-281.
  44. Карпенко М. Ю. Онімний простір Інтернету (на матеріалі англomовних сайтонімів) : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Одеський національний університет. Одеса, 2016. 251 с.
  45. Карпенко О. Ю. Визначення наявності оніма у ментальному лексиконі. *Наукові записки Тернопільського нац. пед. ун-ту. Серія: Мовознавство*. Тернопіль, 2007. Т.1 (16) 2007. С. 81-90.
  46. Карпенко О. Ю. Використання методів НЛП в ономастичних дослідженнях. *Вісник Одеського національного університету*. 2013. Т. 18. Вип. 2(6). С. 59-62.
  47. Карпенко О. Ю. Засади когнітивної ономастики. *Науковий вісник Чернівецького університету*. Слов'янська філологія. Чернівці: Рута, 2007. Вип. 356-359. С. 396-401.
  48. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика. *Українське мовознавство. Міжвідомчий наук.зб.* Київ: Київський університет, 2006. Вип. 36. С. 77-84.
  49. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика як напрямок пізнання власних назв : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.15 / Київський національний університет. Київ, 2007. 416 с.
  50. Карпенко О. Ю. Міркування про когнітивну ономастику. *Мовознавство*. 2009. № 3-4. С.40-42.
  51. Карпенко О. Ю. Онімне якоріння. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. 2013. Вип. 6 (1). С. 96-102.

52. Карпенко О. Ю. Організація індивідуального зоонімічного фрейму. *Вісник Донецького університету. Серія Б : Гуманітарні науки*. Донецьк, 2008. Вип. 1. С. 55- 59.
53. Карпенко О. Ю. Проблематика когнітивної ономастики. Одеса: Астропринт, 2006. 325 с.
54. Карпенко Ю. О. Про критерії поділу власних і загальних назв. *Повідомлення Української ономастичної комісії*. Київ: Наукова думка, 1974. Вип.10. С. 3-10.
55. Карпенко Ю. А. О функциях собственных имен. *Spoločenské fungovanie vlastných mien. VII. Slovenská onomastická konferencia*. Bratislava: Veda, 1980. S. 6-13.
56. Кирилюк О. Л. Кіноніми Кіровоградщини: особливості вибору кличок та способи їх творення. *Ономастичні науки*. 2006. № 1. С. 46-49.
57. Кирилюк О. Л. Кінонімія в сучасній українській мові: принципи номінації та способи творення : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка. Кіровоград, 2008. 310.
58. Ковалевська Т. Ю. Класифікаційні ознаки онімних асоціатів. *Записки з ономастики*. Одеса: Астропринт, 2002. Вип. 6. С. 37-43.
59. Ковалик І. І. Про ономатизацію, трасономатизацію і деономатизацію. *IV Республіканська ономастична конференція: тези*. Київ, 1969. С. 3-5
60. Ковалик І. І. Словотвір особових імен в українській мові (здрібніло-пестливі утворення). *Територіальні діалекти і власні назви*. Київ, 1965. С. 304-312.
61. Ковалик І. І. Словотворча будова української топоніміки (Назви населених пунктів із суфіксом -иц-я (-ниці-я)). *Питання українського мовознавства*. Львів: Вид-во Львівського ун-ту, 1960. Книга 4. С. 137-143.
62. Ковтюх С. Л. Основні проблеми дослідження зоонімії української мови. *Записки з загальної лінгвістики*. Одеса: ОРІДУ НАДУ. 2005. Вип. 6. С. 100-106.
63. Ковтюх С. Л., Кирилюк О. Л. Кінонімія в сучасній українській мові: принципи номінації та способи творення. Кіровоград: Вид-во ДЛАУ, 2010. 167 с.

64. Колесник Н. С. Ще раз про об'єкт, предмет і методику дослідження власних назв на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2019. Випуск 71. Ч. I. С.212–221.
65. Колоїз Ж. В. У лабіринтах онімного простору. Лексико-граматична система української мови в комунікативному вимірі. *Збірник матеріалів Міжнародної наукової інтернет-конференції*. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2020. 76 с.
66. Коровченко И. И. К вопросу о построении электронного ассоциативного словаря проприальной лексики (на материале медианоминации). *Вопросы психолингвистики*. Москва: Институт языкознания РАН, 2015. №01 (23). С. 199-211
67. Крюкова И. В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности: дис. ... д-ра филол. наук / Волгоградский государственный педагогический университет. Волгоград, 2004. 360 с.
68. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке. Москва: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
69. Купчинська З. О. Львівська ономастична школа: етапи становлення і перспективи розвитку. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. Вип. 71. Львів, 2019. Ч.І. С. 3-78.
70. Курганова Н. И. Ассоциативный эксперимент как метод исследования значения живого слова. *Вопросы психолингвистики*. 2019. Вып. 3 (41). С. 24-38.
71. Кухаренко В. А. Практикум по стилистике английского языка. Изд. 3, исправл. Москва: Флинта : Наука, 2009. 184 с.
72. Левицкий В. В. Семасиология. Монография для молодых исследователей. Изд. 2, исправл. и дополн. Винница: Нова Книга, 2012. 680 с.
73. Лосев А. Ф. Философия имени. Москва: Изд-во МГУ, 1990. 270 с.
74. Лучик В. В. Про нові напрями української ономастики. *Studia slovakistika*. Ужгород: 2009. № 10. С. 144-146.
75. Матвеев А. К. В роли создателя топонимов / Под ред. М. Э. Рут. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1991. С. 13-27.

76. Миронюк Л. Ф. Семантическая типология славянских зооморфических глаголов. Днепропетровск, 1987. 80 с.
77. МОК II. Вторая московская ономастическая конференция. Итоги дискуссии депонированы в ИНИОН РАН СССР, см. Исаева З. Г., Исхакова Х. Ф., Подольская Н. В. Теория и методика ономастических исследований. Дискуссия. 1981.
78. Молчанова Г. Г. Когнитивно-коммуникативные механизмы организации английского урбанонимикона. *Когнитивные исследования языка. Когниция и коммуникация в лингвистических исследованиях*. Москва: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2017. Вып. 29. С. 140-147.
79. Молчанова Г. Г. Когнитивный диссонанс как транзакционный прием построения урбанонима. *Вестник Московского университета. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. Сер. 19. 2018. №1. С. 8-16.
80. Молчанова Г. Г. Когнитивная коммуникация и транзакционные подходы к устойчивым вербальным символам. *Язык. Культура. Перевод. Коммуникация*. Москва: «КДУ», «Университетская книга», 2018. Вып. 2. 568 с.
81. Моргун А. В. Сопоставление состава типовых словообразовательных парадигм русских зоонимов и фитонимов: *Тези доповідей науково-практичної конференції молодих вчених, присвяченої 45-річчю Ужгородського державного університету*. Ужгород, 1990. С.55-56.
82. Насакіна С. В. Структура та функціональне навантаження власних назв у рекламних текстах фармацевтичних препаратів: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 / Одеський національний університет. Одеса, 2014. 207 с.
83. Неклесова В. Ю. Когнітивна природа власних назв на позначення часу: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 / Одеський національний університет. Одеса, 2010. 231 с.
84. Німчук В. В. Українська ономастична термінологія. *Повідомлення української ономастичної комісії*. 1966. № 1. С. 24-43.

85. Новикова О. Н. Потенциал взаимодействия ономастики с нейронауками. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов: Грамота, 2018. № 5 (83). Ч. 2. С. 371-374
86. Новичихина М. Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации: дис. ... д-ра филол. наук / Воронежский государственный университет. Воронеж, 2004. 351 с.
87. Образцова О. В., Образцова О. М. Висловлення з частковою або нульовою предикацією в системі сучасної англійської мови (на матеріалі художньої прози ХХІ століття). Монографія. Одеса: Освіта України, 2015. 262 с.
88. Овчинникова И. Г. Структура ментального лексикона: возрастная динамика ассоциативных связей. *Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности*. 2006. № 4. С. 85-92.
89. Пашкевич А. А. Особенности кличек животных как именных классов. *Аспирантские тетради*. СПб., 2006. № 2 (19). С. 60-64.
90. Платон. Кратил / пер. Т. В. Васильевой. *Собрание соч.* : В. 4. Т. 1. Москва, 1993. С. 613-681.
91. Плигин А. А., Герасимов А. В. Руководство к курсу НЛП-Практик. Москва: Издательство ООО «КСП+», 2000. 578 с.
92. Подольская Н. В. Проблемы ономастического словообразования (к постановке вопроса). *Вопросы языкознания*. 1990. № 3. С. 40-53.
93. Полянiчко О. Д. Структурні, семантичні та когнітивні виміри космопоедонімів (на матеріалі англомовної науково-фантастичної прози) : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Одеський національний університет. Одеса, 2018. 180 с.
94. Поротников П. Т. Из уральской зоонимии. *Восточнославянская ономастика*. Москва: 1972. 240 с.
95. Робустова В. В. К когнитивной ономастике. *Вестник Московского университета. Серия: 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2014. № 1. С. 41-49.

96. Робустова В. В. Особенности реализации антропоцентрического принципа в ономастической номинации. *Когнитивные исследования языка*. 2016. № XXVI. С. 387-390.
97. Романова Т. П. Основные семантические компоненты иппонима и структура иппонимического поля. *Номинация в ономастике*. Урал, 1991. С. 151-157.
98. Романова Т. П. Система русских официальных иппонимов и формирование ее типологических черт : автореф. дис... канд. филол. наук : 10.02.01 / Самарский государственный университет. Воронеж, 1988. 22 с.
99. Романова Т. П. Система способов словообразования рекламных собственных имен. *Вестник Самарского государственного университета*. 2007. № 5/2 (55). С. 204-214.
100. Руденко Д. И. Имя в парадигмах «философии языка». Харьков: Изд-во «Основа», 1990. 299 с.
101. Руденко Д. И., Сватко Ю. Н. Философия имени: в поисках новых пространств. Харьков, 1993. 104 с.
102. Рут М. Э. Антропонимы: размышления о семантике. *Известия Уральского государственного университета*. 2001. № 20. С. 59-64.
103. Рядченко Н. Г. Зоонимика. Зоонимия русская. *Русская ономастика и ономастика России*. Москва, 1994. С. 77-84.
104. Рядченко Н. Г. Зоонимия как класс ономастической лексики. *Актуальные вопросы русской ономастики*. Киев, 1988. С. 88-96.
105. Сабитова С. О. Некоторые особенности идентификации топонимов: На материале «Ассоциативного тезауруса английского языка». *Психолингвистические проблемы семантики*. Калинин, 1990. С. 45-51.
106. Салмина О. В. Традиционный пласт русской зоонимии (на материале кличек животных с. Покровка Самарской области). *Разноуровневая характеристика лексических единиц : сб. науч. ст. по материалам докладов и сообщений*. Смоленск, 2001. С. 174-184.
107. Сапожникова Л. М. Функционально-семантическая классификация собственных имён. *Вестник ТвГУ. Серия: Филология*. 2015. № (2). С. 115-122.

108. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. 2-е видання. Черкаси, 2017. 890 с.
109. Селіверстова Л. І. Українські антропоніми в когнітивному аспекті в курсі української мови як іноземної. *Теорія і практика викладання української мови як іноземної*. 2011. Вип. 6. С. 121-217.
110. Скляренко О. М. Семантика кінь в ономастичній сфері. *Записки з ономастики*. Одеса: Астропринт, 2011. Вип. 14. с. 180-194.
111. Солнцева Н. В. Сопоставительный анализ зоонимов русского, французского и немецкого языков в этносемантическом аспекте. Омск, 2004. 220 с.
112. Сталтмане В. Э. Словообразование. Теория и методика ономастических исследований / Отв. ред. А.П. Непокупный. Москва: Наука, 1986. С. 162-173.
113. Стернин И. А., Рудакова А. В. Психолингвистическое значение слова и его описание. Ламберт. 2011. 192 с.
114. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. Москва: Наука, 1973. 367 с.
115. Суперанская А. В. Структура имени собственного. Фонология и морфология. Москва: Айрис-пресс, 2005. 375 с.
116. Суперанская А. В. Экспериментальные методы изучения восприятия имен. *Actes du XI Congress International des Sciences Onomastique*. Т. 2. Sofia, 1975. P. 327-338.
117. Суперанская А. В., Сталтмане В. Э. Подольская Н. В., Султанов А. Х. Теория и методика ономастических исследований. 3-е изд. Москва: Книжный дом «Либроком», 2009. 256 с.
118. Сурмач О. Я. Асоціативний експеримент та вербальні асоціації у психолінгвістичних дослідженнях. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. 2012. Вип. 29. С. 22-24. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf\\_2012\\_29\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2012_29_10).
119. Сюсько М. І. Взаємовідношення власних і загальних імен (зооніми і апеллятиви) в українській мові. Ужгород, 1985. 66 с.



120. Сюсько М. І. З народного джерела: карпатоукраїнський зоонімікон у контексті інших слов'янських (і неслов'янських) мов. Ужгород: Гражда, 2011. 272 с.
121. Сюсько М. І. Із народного джерела: карпатоукраїнська зоонімія. *Студії з ономастики та етимології*. 2004. Київ: Вид-во НАН України, 2004. С. 169-179.
122. Сюсько М. І. Питання сучасної української літературної та живорозмовної мови: вибране. Монографія. Ужгород: Гражда, 2014. 522 с.
123. Сюсько М. И. Способы и типы деривации в зоонимии. Киев: УМК ВО, 1989. 48 с.
124. Сюсько М. И. Статус зоонима в онимической системе: Ономасиологический аспект. Киев: УМК ВО, 1988. 87 с.
125. Тараненко О. О. На теми сучасного українського ономастикону: тенденції конотативних нашарувань. *Мовознавство*. 2010. № 1. С. 14-36.
126. Терехова Д. І. Етнопсихолінгвістичний аналіз асоціативного поля стимулу «БОРОДА» в українській та російській мовах. *Науковий вісник Ізмаїльського державного педагогічного інституту*. Ізмаїл, 2000. Вип.9. С. 179-187.
127. Ткаченко Г. В. Англомовні хремотоніми як лінгвокогнітивні феномени картини світу: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Одеський національний університет. Одеса, 2012. 236 с.
128. Топтун В. М. Взаємозв'язки антропонімів та зоонімів в українських говорах Чернігівщини. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія : Філологічні науки*. 2010. № 2. С. 75-77.
129. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови: монографія. Хмельницький: Авіст, 2008. 550 с.
130. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови. Частина II. Функціонування власних назв : монографія. Хмельницький: ХНУ, 2009. 394 с.
131. Торчинський М. М. Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови : дис. ... докт. філол. наук: 10.02.01 / Київський національний університет імені Т. Шевченка. Київ, 2010. 502 с.

132. Трапезникова А. А. Ономастическое сознание современного горожанина: на материале эргонимии Красноярска: дис. ... канд. филол. наук / Сибирский федеральный университет. Красноярск, 2010. 213 с.
133. Уфимцева Н. В. Языковое сознание и образ мира славян: сборник статей / Отв. ред. Н. В. Уфимцева. Москва: Институт языкознания, 2000. 230 с.
134. Флоренский П.О. Малое собр. соч. Вып.1. Имена. Москва: Купина, 1993. 319 с.
135. Флорінська С. С. Статус зооніма в ономастичній системі української мови: функційний аспект: (на матеріалі Кіровоградської області). *Лінгвістика : зб. наук. пр.* / За ред. проф. К. Д. Глуховцевої. Старобільськ : ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2017. № 1 (36). С.216-223.
136. Фрумкина Р. М. Психолінгвістика. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. 4-е изд. Москва: Издательский центр «Академия», 2008. 316 с.
137. Хантингтон С. Кто мы?: Вызовы американской национальной идентичности / пер. А. Башкирова. Москва: Транзиткнига, 2004. 635 с.
138. Хоанг Тхи Хонг Чанг. Ресторанный нейминг: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: дис. ... канд. филол. наук / Национальный исследовательский Томский государственный университет. Томск. 2018. 284 с.
139. Ходоренко Г. В. Когнітивні аспекти функціонування сучасної антропоніміки (на прикладі найменувань груп осіб). Дніпропетровськ: Пороги, 2011. 422 с.
140. Чармэссон Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллионы. СПб.: Питер, 1999. 224 с.
141. Чибиров Т. Н. Классификация ипонимов в осетинской, русской и английской лингвокультурах. *Вестник ВНЦ*. 2018. Т. 18. №1. С. 10-18.
142. Чучка П. П. Взаємозв'язки антропонімів та зоонімів Закарпаття з гідронімією Карпат. Питання гідроніміки. Київ: Наук. думка, 1971. С. 81-86.
143. Чучка П. П. Слов'янське й неслов'янське в зоонімії Закарпаття. *Тези доп. VI укр. славістичної конф.* Чернівці, 1964. С. 61-63.

144. Шебештян Я. М. Способи і типи деривації в сфері літературно-художньої зоонімії. *Гуманітарна освіта: досвід і проблеми*. Ужгород: УДУ, 1999. С. 588-591.
145. Шебештян Я. М. Сучасна українська літературно-художня зоонімія: функції, склад та структура: автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Чернівецький національний університет імені Ю. Федьковича. Чернівці, 2008. 20 с.
146. Шебештян Я. М. Українська літературно-художня зоонімія як мовно-стилістичний засіб творення національного колориту. *Сучасні проблеми мовознавства та літературознавства*. Вип. 2. Ужгород. 2000. С. 235-239.
147. Шевчик А. В. Комплексное мотивологическое исследование зоонимов русского языка: автореф. дис. ... канд. филол. Наук : 10.02.01 / Томский государственный университет. Томск, 2011. 20 с.
148. Шекспір В. Ромео і Джульєтта. Зібрання творів у 6-ти томах. Том 2. Київ: Дніпро, 1986. С. 311-413. URL: [https://www.ae-lib.org.ua/texts/shakespeare\\_\\_romeo\\_and\\_juliet\\_\\_ua.htm](https://www.ae-lib.org.ua/texts/shakespeare__romeo_and_juliet__ua.htm)
149. Шестакова С. О. До питання про стратифікацію сучасного ономастичного простору. *Типологія та функції мовних одиниць*. Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2015. № 1 (3). С. 232-240.
150. Шмелёв А. Д. Русский язык и внеязыковая действительность. Москва: Языки славянской культуры, 2002. 492 с.
151. Шмелева Т. В. Ономастика. Славянск-на-Кубани : Издательский центр филиала ФГБОУ ВПО «КубГУ» в г. Славянске-на-Кубани, 2013. 161 с.
152. Шотова-Ніколенко Г. В. Зоонімікон романів Ю. І. Яновського / Г. В. Шотова-Ніколенко // *Записки з ономастики* : зб. наук. пр. / відп. ред. Ю. О. Карпенко. – Одеса : Астропринт, 2005. – Вип. 9. – С. 114-116.
153. Щербак А. С. Основные типы ономастических концептов (на материале региональной концептосферы). *Вестник ТГУ*. 2009. №10. С. 169-175.
154. Юсифов Ю. Г. Зоологическая лексика азербайджанского языка (на основе орнитонимов): автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.02 / Азербайджанский государственный педагогический институт. Баку, 1985. 20 с.

155. Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика. Структурализм: «за» и «против». *Сб. статей.* / Отв. ред. Е. Я. Басин. Москва: Прогресс, 1975. С.193-230.
156. Aleksieieva N. Associative Identification of Proper Names: A Cognitive Approach. *WISDOM*, 2(18), Yerevan, 2021. P. 194-203.
157. Aleksieieva N. M. Word-building and motivational features of English official hipponyms. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна.* 2019. Вип. 71 (1). С. 235-247.
158. Algeo J. On defining proper name. Gainesville: University of Florida Press, 1973. 94 p.
159. Arabian Horses Registration. URL: <https://www.arabianhorses.org/registration/>
160. Best Horse Names. URL: <https://horses.lovetoknow.com/horse-names/best-horse-names>
161. Bogage J. Justify? Solomini? How the Kentucky Derby horses get their names. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/early-lead/wp/2018/05/02/justify-solomini-how-the-kentucky-derby-horses-get-their-names/>
162. Bosch G. Infantile Autism. A Clinical and Phenomenological-Anthropological Investigation Taking Language as the Guide. Translated by D. Jordan and I. Jordan. New-York: Springler-Verlag, 1970. 155 p.
163. Bruni I. How Does a Racehorse Get Its Name? URL: <https://www.nbcwashington.com/news/sports/Triple-Crown-How-to-Name-Your-Racehorse-481276101.html>
164. Burridge R. The Grey Horse: The True Story of Desert. Penguin Books Ltd, 1992. 288 p.
165. Champagne A. 25 Best Racehorse Names of All Time. URL: <https://www.stadiumtalk.com/s/best-racehorse-names-be7b8ad6b49a42df>
166. Coates R. Eight issues in The Pragmatic Theory of Properhood. *Acta Linguistica Lithuanica.* 2012. T. 66. С. 119-140.
167. Coates R. Railway Locomotive Names and Train Names. In: Oxford handbook of names and naming / ed. by Carole Hough, Oxford: Oxford University Press, 2016. p. 646-654.

168. Coates R. We are surrounded by onymies: relations among names, name-types, and terminological categories. *Paper to the 24th International Congress of Onomastic Sciences*. Barcelona. 2014. P. 6-13.
169. Cognitive Onomastics: A Reader / ed. by S. Brendler. Hamburg: Baar, 2016. 204 p.
170. Covfefe Trumps the Competition at Churchill Downs. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-rLIA-uhXXQ>
171. Dammel A., Nübling D., Schmuck M. Beiträge zur Namenforschung 50: Tiernamen – Zoonyme / Band I (Heft 1/2): Haustiere. Heidelberg: Winter. 2015. 254 s.
172. Dammel A., Nübling D., Schmuck M. Beiträge zur Namenforschung 50: Tiernamen – Zoonyme / Band II (Heft 3/4): Nutztiere. Heidelberg: Winter. 2015. 261 s.
173. Debus F. Namenkunde und Namengeschichte: Eine Einführung. Grundlagen der Germanistik. Berlin: Erich Smidt Verlag, 2012. 280 s.
174. Dwyer P., Minnegal M. A Funny Name for a Horse. *Popular Anthropology Magazine*. Australian Edition. 2011. P. 42-43.
175. Frakes J. How every horse in the 2018 Kentucky Derby got its name. URL: <https://www.courier-journal.com/story/sports/horses/triple/derby/2018/05/02/kentucky-derby-2018-horse-names/571074002/>
176. Gasque T. J. The Power of Naming. Harrington Lectures. 2000. URL: <https://www.divorceny.com/wp-content/uploads/sites/177/unsorted/Files/harrington-lecture-Gasque%5B1%5D.pdf>
177. Hansack E. Der Name im Sprachsystem: Grundprobleme der Sprachtheorie. Regensburg: Roderer, 2000. 414 p.
178. Hearne V. Adam's Task: Calling Animals by Name. New-York: The Akadine Press. 2000. 274 p.
179. Horse names released by Jockey Club. URL: <https://www.horsetalk.co.nz/news/2008/01/006.shtml>
180. Horse Race Announcer Gets the Challenge of His Career. URL: <https://www.insideedition.com/headlines/1111-horse-race-announcer-gets-the-challenge-of-his-career>

181. Hough C. Name structures and name survival. *Journal of the English Place-Name Society*. 2016. V. 48. P. 5-27.
182. Hough C. Seeing and not seeing saints in the landscape. URL: <https://cogtop.org/en/blog/>
183. Howell R.W., Vetter H. J. *Language in Behavior*. 2nd ed. New-York: Human Sciences Press, 1985. 299 p.
184. Jones E. Queen names new police horse – and hands out carrots to top racehorses. URL: <https://www.horseandhound.co.uk/news/queen-names-new-police-horse-hands-carrots-top-racehorses-682870>
185. Köhler W. *Gestalt Psychology*. 2nd Ed. New York: Liveright, 1947. 224 p.
186. Langacker R. W. *Foundations of Cognitive Grammar*. Stanford: University Press, 1987. V. 1. 516 p.
187. Langendonck W. V. Theory and typology of proper names. *Trends in linguistics*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2007. 410 p.
188. Lehrer A. Names and Naming: Why We Need Fields and Frames. *Frames, Fields, and Contrasts*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1992. P. 123-142.
189. Leibring K. Animal names. In: *Oxford handbook of names and naming* / ed. by Carole Hough, Oxford: Oxford University Press, 2016. p. 615-627
190. Leibring K. Zoonyms in the Onomasticon – Names of Cattle, Dogs and Cats from a Scandinavian Perspective. *Beiträge zur Namenforschung*. 50.1. 2015. 37-75.
191. List of Key Onomastic Terms. URL: <http://icosweb.net/drupal/sites/default/files/ICOS-Terms-en.pdf>
192. Mannis B., Lewis C. *The Incredible Little Book of 10,001 Names for Horses*. Horse Hollow Press, 1999. 160 p.
193. Maurer D., Pathman T., Mondloch C. The shape of boubas: Sound-shape correspondences in toddlers and adults. *Developmental Science*. 2006. № 9. P. 316-322.
194. Mill J. *Of Names. A System of Logic, Ratiocinative and Inductive: Being a Connected View of the Principles of Evidence, and the Methods of Scientific Investigation*

- (*Cambridge Library Collection – Philosophy*). Cambridge: Cambridge University Press, 2011. P. 27-58.
195. Morgenstern Chr. Das Möwenlied. URL: <http://www.gedichtsuche.de/gedicht/items/Das%20Möwenlied%20-%20Morgenstern,%20Christian.html>
196. Namenarten und ihre Erforschung. Ein Lehrbuch für das Studium der Onomastik. Anlässlich des 70. Geburtstages von Karlheinz Hengst / Hrsg. von Andrea Brendler und Silvio Brendler. Hamburg: Baar, 2004. 1024 s.
197. Names in daily life. Biblioteca tècnica de política lingüística. № 11. Barcelona, 2014. 273 p.
198. Nicolaisen W. F. H. Onomastic Onomastics. *Actes du XVIe Congrès International des Sciences Onomastiques*. Québec: les Presses de l' Université Laval, 1990. P. 3-14.
199. No Easy Task To Name Names. URL: [https://www.washingtonpost.com/archive/sports/1992/01/04/no-easy-task-to-name-names/51968299-4a5b-46b6-9766-a608c9027501/?utm\\_term=.0e8a43d69a1f](https://www.washingtonpost.com/archive/sports/1992/01/04/no-easy-task-to-name-names/51968299-4a5b-46b6-9766-a608c9027501/?utm_term=.0e8a43d69a1f)
200. Nübling D., Fahlbusch F., Heuser R. Tiernamen (Zoonyme). *Namen. Eine Einführung in die Onomastik*. Tübingen: Narr, 2012. 191–205.
201. Posnanski J. Legend of Big Red. URL: <https://sportsworld.nbcsports.com/man-o-war-greatest-horse-in-history/>
202. Ramachandran V. S., Hubbard E. M. Synaesthesia: A window into perception, thought and language. *Journal of Consciousness Studies*. 2001. 8 (12). P. 3-34.
203. Rattlesnake Ridge Elementary School Names Roxie for Border Patrol's Horse Unit. URL: <https://www.cbp.gov/newsroom/local-media-release/rattlesnake-ridge-elementary-school-names-roxie-border-patrol-s-horse>
204. Redmonds G. Names and History. People, Places and Things. London: Hambledon and London, 2004. 258 p.
205. Room A. The Naming of Animals: An Appellative Reference to Domestic, Work and Show Animals Real and Fictional. North Carolina: McFarland & Co., 1993. 232 p.
206. Rutkiewicz-Hanczewska M. Semantics of proper Names. The Structure of the Mental Lexicon of proper names. *Theory and Methodology. Socio-onomastics* / ed. by Carole Hough and Daria Izdebska, University of Glasgow, 2016, Vol. 4. P. 167-178.

207. Schwerdt J. Hipponymie. Zu Benennungsmotiven bei Pferdenamen in Geschichte und Gegenwart. *BNF* 42. 2007. S. 1-43.
208. Sidhu D. M., Pexman P. M. Five mechanisms of sound symbolic association. URL: <http://dx.doi.org/10.3758/s13423-017-1361-1>
209. Sidhu D. M., Pexman P. M. What's in a Name? Sound Symbolism and Gender in First Names. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0126809>
210. Sjöblom P. Commercial Names. In: Oxford handbook of names and naming / ed. by Carole Hough, Oxford: Oxford University Press, 2016. p. 454-467
211. Terhi A., Saarelma M., Sjöblom P. Names in focus: an introduction to Finnish onomastics. Translated by L. Pearl. *Studia Fennica Linguistica*. Helsinki: Finnish Literature Society, 2012. 287 p.
212. The International Council of Onomastic Sciences (ICOS). URL: <https://icosweb.net>
213. The Jockey Club. Online Names Book. URL: <https://www.registry.jockeyclub.com/registry.cfm?page=namesrch&search=>
214. The Oxford Handbook of Names and Naming / ed. by C. Hough. Oxford : Oxford Univ. Press, 2016. 771 p.
215. The Science of Naming a Racehorse. URL: <https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=4634884>
216. Tomasik P. Nazewnictwo kolejowe: na materiale języka polskiego, rosyjskiego i czeskiego. Bydgoszcz: Wydaw. Uniw. Kazimierza Wielkiego, 2016. 218 s.
217. Valentine T., Brennen T., Brédart S. *The Cognitive Psychology of Proper Names*. 2nd ed. Taylor & Francis, 2002. 212 p.
218. Vicario F. Hagionyms and hagiotoponyms in ancient Friulian documents. URL: [https://onomasticafelecan.ro/iconn4/proceedings/2\\_31\\_Vicario\\_Federico\\_ICONN\\_4.pdf](https://onomasticafelecan.ro/iconn4/proceedings/2_31_Vicario_Federico_ICONN_4.pdf)
219. Wallop H. From Dickens to Brian, how police horses get their strange names. URL: <https://www.telegraph.co.uk/men/the-filter/11500741/Brian-What-sort-of-a-name-is-that-for-a-horse.html>



220. Wear T. A. *Horse's Name Was...: A Dictionary of Famous Horses from History, Literature, Mythology, Television and Movies*. Metuchen, New Jersey: Scarecrow Press, 1993. 217 p.

### Довідкові джерела

221. Бутенко Н. П. *Словник асоціативних норм української мови*. Львів: Вища школа, 1979. 120 с.
222. Бучко Д. Г., Ткачова Н. В. *Словник української ономастичної термінології*. Харків: Ранок-НТ, 2012. 256 с.
223. Ковалевська Т. Ю., Сологуб Г. Д., Ставченко О. В. *Асоціативний словник української рекламної лексики*. Одеса: Астропринт, 2001. 115 с.
224. *Основная система и терминология славянской ономастики (Основен систем й терминологија на словенската ономастика)*. Скопье, 1983. 414 с.
225. Подольская Н. В. *Словарь русской ономастической терминологии*. 2-е изд., перероб. и доп. Москва: Наука, 1988. 192 с.
226. *Русский ассоциативный словарь: в 2 т. / Сост. Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов*. Москва: АСТ; Астрель, 2002. Т. 1. От стимула к реакции. Около 7000 стимулов. 783 с.; Т. 2: От реакции к симулу. Более 100 000 реакций. 992 с.
227. Селіванова О. О. *Лінгвістична енциклопедія*. Полтава: Довкілля-К, 2011. 844 с.
228. *Словарь ассоциативных норм русского языка / Под. ред. А. А. Леонтьева*. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1977. 192 с.
229. *Словник зоонімів північно-західної України / упоряд. Г. Л. Аркушин*. Луцьк: ПП Іванюк В. П., 2016. 288 с.
230. *Український асоціативний словник: в 2 т. / укладач С. Мартінек*. Т. 1 : Від стимулу до реакції. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. 344 с.; Т. 2 : Від реакції до стимулу. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. 468 с.

231. Чернобров А. А. Ассоциативный словарь английских личных имен. Новосибирск : Изд-во НГПУ, 1995. 98 с.
232. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений / Сост. В. Серов. 2-е изд. Москва: Локид-Пресс, 2005. 880 с.
233. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд. Москва: Большая Российская энциклопедия, 1998. 685 с.
234. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language. Cambridge: Cambridge University Press, 1995. 489 p.
235. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com>
236. Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com>
237. Warchoł S. Słownik etymologiczno-motywacyjny słowiańskiej zoonimii ludowej. Vols. 1–5. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2007–2016.

## ДОДАТОК 1

### Публікації за темою дисертації та відомості про апробацію

#### Список публікацій здобувача:

1. Алексеєва Н. М. Особливості функціонування офіційних гіпонімів на позначення скакових коней. *Записки з ономастики*. 2017. № 20. С. 5–17.
2. Алексеєва Н. М. Таксономічний аспект дослідження гіпонімів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Вип. 31 (Т. 2). С. 4–7.
3. Алексеєва Н. М. Мотиваційна структура офіційного гіпонімікону англійської мови. *Записки з ономастики*. 2018. № 21. С. 5–19.
4. Алексеєва Н. М. Структурна типологія гіпонімів. *Мова*. 2018. № 29. С. 61–68.
5. Алексеєва Н. М. Англомовні гіпоніми в мовленні. *Мовознавчий вісник*. 2019. Вип. 27. С. 129–134.
6. Алексеєва Н. М. Буття англомовних гіпонімів у ментальному лексиконі. *Записки з ономастики*. 2019. № 22. С. 5–18.
7. Алексеєва Н. М. Асоціативний потенціал англомовних гіпонімів. *Записки з ономастики*. 2020. № 23. С. 3–30.
8. Алексеєва Н. М. Ментальне буття гіпонімів: проведення вільного асоціативного експерименту й основні стратегії асоціювання. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2020. Вип. 31. Т. 1. С. 249–255.
9. Алексеєва Н. М. Мотиви вибору власних назв коней країн англосфери. *Сучасні наукові дослідження представників філологічних наук та їхній вплив на розвиток мови та літератури: матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. Львів: Наукова філологічна організація «Логос», 2020. С. 102–104.

10. Алексеєва Н. М. Особливості творення та мотивації офіційних гіпонімів. Одеська лінгвістична школа: кола реконструкцій : колективна монографія. Одеса: ПолиПринт, 2020. С. 56–68.
11. Алексеєва Н. М. Поліфункціональність офіційних гіпонімів Великої Британії та США. *Abstracts of XII International Scientific and Practical Conference*. Edmonton : International Science Group, 2020. С. 225–227.
12. Алексеєва Н. М. Структура індивідуального гіпонімічного субфрейму. *Theoretical and empirical scientific research: concept and trends: Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*. Oxford, United Kingdom: Oxford Sciences Ltd. & European Scientific Platform, 2020. С. 168–169.
13. Алексеєва Н. М. Структурно-дериваційна специфіка неофіційних гіпонімів англійської мови. *Сучасні студії з романської і германської філології: матеріали міжнародної заочної науково-практичної конференції*. Одеса: Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2020. С. 200–202.
14. Алексеєва Н. М. Функційне навантаження гіпонімів країн англосфери. *Österreichisches Multiscience Journal*. 2020. №27 (Vol. 1). С. 25–29.
15. Aleksieieva N. M. Word-building and motivational features of English official hipponyms. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2019. Вип. 71 (1). С. 235–247.
16. Aleksieieva N. Associative Identification of Proper Names: A Cognitive Approach. *WISDOM*, 2(18), Yerevan, 2021. P. 194–203.

**Апробацію** результатів дослідження здійснено на 13 наукових конференціях, з яких 9 є міжнародними:

1. Міжнародна наукова конференції «Мова в різних лінгвокультурних просторах» (Україна, Одеса, 2018);
2. Шості міжнародні наукові читання пам'яті члена-кореспондента НАН України Ю. О. Карпенка (Україна, Одеса, 2019);

3. Міжнародна наукова конференція «Гуманітарний простір міста і регіону» (Україна, Одеса, 2019);
4. XVIII Міжнародна ономастична конференція (Україна, Львів, 2019);
5. XII Міжнародна науково-практична конференція «Impact of modernity on science and practice» (Канада, Едмонтон, 2020);
6. Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні наукові дослідження представників філологічних наук та їхній вплив на розвиток мови та літератури» (Україна, Львів, 2020);
7. Міжнародна науково-практична конференція (із заочною участю) «Сучасні студії з романської і германської філології» (Україна, Одеса, 2020);
8. Міжнародна науково-практична конференція «Theoretical and empirical scientific research: concept and trends» (Велика Британія, Оксфорд, 2020);
9. Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Проблеми філології: історія та сучасність» (Україна, Хмельницький, 2021);
10. Міжнародна науково-практична конференція «Міжкультурні комунікації в галузі освіти» (Україна, Хмельницький, 2021);
11. 72-га наукова конференція професорсько-викладацького складу і наукових працівників ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна, Одеса, 2017);
12. 73-я наукова конференція професорсько-викладацького складу і наукових працівників ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна, Одеса, 2018);
13. 74-а наукова конференція професорсько-викладацького складу і наукових працівників ОНУ імені І. І. Мечникова (Україна, Одеса, 2019).

## Список аналізованих офіційних гіпонімів

№	Гіпонім	Структурний тип		Словотвірна модель
		Тип	Підтип	
1	A Cause for Hope	Складений	Словосполучення	Складання
2	A Star for Maria	Складений	Словосполучення	Складання
3	A Stu	Складений	Словосполука	Складання
4	A Sweeter Road	Складений	Словосполучення	Складання
5	A Tough Buck	Складений	Словосполучення	Складання
6	A Wren for Jen	Складений	Словосполучення	Складання
7	Abaco Sandbanks	Складений	Словосполучення	Складання
8	Abalizado	Простий	Афіксальний	Афіксація
9	Abbie Ticket	Складений	Словосполучення	Складання
10	Abby Boy	Складений	Словосполучення	Складання
11	Abby's Got Game	Складений	Фраза	Складання
12	Abel'srockingchair	Складений	Словосполучення	Складання
13	Abidjan	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
14	Able Buck	Складений	Словосполучення	Складання
15	Abo Case	Складений	Словосполучення	Складання
16	Above Average Joe	Складений	Словосполучення	Складання
17	Above the Devil	Складений	Словосполука	Складання
18	Abreezeinthe forest	Складений	Словосполучення	Складання
19	Absolute Boo	Складений	Словосполучення	Складання
20	Absolute Proof	Складений	Словосполучення	Складання
21	Absolutely Unreal	Складений	Словосполучення	Складання
22	Abu Dhabi Champion	Складений	Словосполучення	Складання
23	Abu Simbel	Складений	Словосполучення	Складання
24	Abuelito Jaime	Складений	Словосполучення	Складання
25	Academy Blues	Складений	Словосполучення	Складання
26	Academy's Win	Складений	Словосполучення	Складання
27	Acanhada	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
28	Accept Victory	Складений	Фраза	Складання
29	Acclaimed Shoplift	Складений	Словосполучення	Складання
30	Accuse	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
31	Ace in My Pocket	Складений	Словосполучення	Складання
32	Acequia	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
33	Aces N Angels	Складений	Словосполучення	Складання
34	Aces Up	Складений	Словосполука	Складання
35	Achi Bonakkorsi	Складений	Словосполучення	Складання
36	Adventurous Spirit	Складений	Словосполучення	Складання
37	Aeritrick	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
38	All I Want	Складений	Фраза	Складання
39	All Night Flight	Складений	Словосполучення	Складання
40	All Smoke	Складений	Словосполучення	Складання
41	All That Glimmers	Складений	Фраза	Складання
42	Allpro Dixie	Складений	Словосполучення	Складання
43	Alyana Eclipse	Складений	Словосполучення	Складання
44	Aly's Answer	Складений	Словосполучення	Складання
45	Alyssa the Dancer	Складений	Словосполучення	Складання
46	Alyway Cat	Складений	Словосполучення	Складання
47	Amanda Gale	Складений	Словосполучення	Складання
48	Amaryllis Beach	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
49	Amazing Agent	Складений	Словосполучення	Складання
50	Amazing Crown	Складений	Словосполучення	Складання
51	Amazingly	Простий	Афіксальний	Афіксація
52	Amazona City	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
53	Ambarona	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
54	Amber Brew	Складений	Словосполучення	Складання
55	Amber's Ballarina	Складений	Словосполучення	Складання
56	Ambona	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
57	Ameena	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
58	Amen	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
59	American Bear	Складений	Словосполучення	Складання
60	American Divine	Складений	Словосполучення	Складання
61	American Fighter	Складений	Словосполучення	Складання
62	American Heiress	Складений	Словосполучення	Складання
63	American Peace	Складений	Словосполучення	Складання
64	American Rosie	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

65	American Vision	Складений	Словосполучення	Складання
66	America's Idol	Складений	Словосполучення	Складання
67	Amerrico's Storm	Складений	Словосполучення	Складання
68	Angel Party	Складений	Словосполучення	Складання
69	Angels Desired	Складений	Словосполучення	Складання
70	Angel's Galaxy	Складений	Словосполучення	Складання
71	Angels Last Bet	Складений	Словосполучення	Складання
72	Angelwithanego	Складений	Словосполучення	Складання
73	Angie Oakley	Складений	Словосполучення	Складання
74	Angie's Pride	Складений	Словосполучення	Складання
75	Angry Lil Stinkbug	Складений	Словосполучення	Складання
76	<i>Animaux Del Viento</i>	Складений	Словосполучення	Складання
77	Anjosh	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
78	Anna K.	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання / Стилізація
79	Annabellatariat	Складний	Складне скорочення	Стягнення / Семантичний каламбур
80	As Told	Складений	Словосполука	Складання
81	Assumption	Простий	Афіксальний	Афіксація
82	Aster Charlie	Складений	Словосполучення	Складання
83	<i>Astrologo</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
84	At a Glance	Складений	Словосполука	Складання
85	At One Blow	Складений	Словосполучення	Складання
86	Atay	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
87	Athisbest	Складений	Словосполука	Складання
88	Atitudeofgratitude	Складений	Словосполучення	Складання
89	Atlantic Dancer	Складений	Словосполучення	Складання
90	Atlantic Prince	Складений	Словосполучення	Складання
91	Atlas's Angel	Складений	Словосполучення	Складання
92	Atomic Echo	Складений	Словосполучення	Складання
93	Atro	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
94	Atsa Pretty Muffin	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
95	Atta Callie	Складений	Фраза	Складання
96	Atta Girl Boo Boo	Складений	Фраза	Складання
97	Attendance	Простий	Афіксальний	Афіксація
98	Atticaria	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
99	Attitude Racer	Складений	Словосполучення	Складання
100	Attractive Crown	Складений	Словосполучення	Складання
101	Aubrey's Diamond	Складений	Словосполучення	Складання
102	Audacious One	Складений	Словосполучення	Складання
103	Awesome Value	Складений	Словосполучення	Складання
104	Awl About Hannah	Складений	Словосполучення	Складання
105	<i>Ay Mamita</i>	Складений	Словосполука	Складання
106	Aztec Secret	Складений	Словосполучення	Складання
107	Azu Were	Складений	Словосполука	Складання
108	B L's One Like Mom	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
109	B Marie	Складений	Фраза	Складання
110	Baahee	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
111	Babe of Huff	Складений	Словосполучення	Складання
112	Baby Adriano's	Складений	Словосполучення	Складання
113	Baby Brown Eyes	Складений	Словосполучення	Складання
114	Baby Chill Out	Складений	Фраза	Складання
115	Baby Harlow	Складений	Словосполучення	Складання
116	Baby Lips	Складений	Словосполучення	Складання
117	Babyneedsnewshoes	Складений	Фраза	Складання
118	Babysix	Складений	Словосполучення	Складання
119	Bachelor Butte	Складений	Словосполучення	Складання
120	Back Catcha Eric	Складений	Фраза	Складання / Графон
121	Be S. U.	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
122	Be Still My Heart	Складений	Фраза	Складання
123	Bear Trapper	Складений	Словосполучення	Складання
124	Bear's Message	Складений	Словосполучення	Складання
125	Bear's Saga	Складений	Словосполучення	Складання
126	Bea's Baby	Складений	Словосполучення	Складання
127	Beat Your Feet	Складений	Фраза	Складання
128	Beatmichiganagain	Складений	Фраза	Складання
129	Beau Cat Museum	Складений	Словосполучення	Складання
130	Beau Rivage	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

131	Beaufort Scale	Складений	Словосполучення	Складання
132	Beauty's Li'l Star	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
133	Becalmed	Складений	Фраза	Складання
134	Bee Bonnet	Складений	Словосполучення	Складання
135	Beeker Street	Складений	Словосполучення	Складання / Стилiзацiя
136	Beepers Prince	Складений	Словосполучення	Складання
137	Beer Tears	Складений	Словосполучення	Складання
138	Beethoven's Torch	Складений	Словосполучення	Складання
139	Before Taxes	Складений	Словосполука	Складання
140	Behappy Don'tworry	Складений	Фраза	Складання
141	Best Copy	Складений	Словосполучення	Складання
142	Best Mint	Складений	Словосполучення	Складання
143	Best of Both	Складений	Словосполучення	Складання
144	Best of the Quest	Складений	Редушлікована назва	Складання
145	Best Reason	Складений	Словосполучення	Складання
146	Best Strike	Складений	Словосполучення	Складання
147	Bet On Buddy	Складений	Фраза	Складання
148	Bethany Breeze	Складений	Словосполучення	Складання
149	Beth's Melody	Складений	Словосполучення	Складання
150	Betsy D Cat	Складений	Комбінована абрeвiятура	Складання
151	Bettatee	Складений	Складне скорочення	Стягнення
152	Better Safe	Складений	Словосполучення	Складання
153	Bette's Aftershock	Складений	Словосполучення	Складання
154	Betty Be Bop	Складений	Фраза	Складання
155	Betty's Summer	Складений	Словосполучення	Складання
156	Bettysberg	Простий	Афіксальний	Афіксація / Стилiзацiя
157	Beulah Pierpont	Складений	Словосполучення	Складання
158	Bevco	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
159	Beware of the Son	Складений	Фраза	Складання
160	Beyond Beautiful	Складений	Словосполука	Складання
161	Beyond Spectacular	Складений	Словосполука	Складання
162	Blu Grotto	Складений	Словосполучення	Складання
163	Blue Aura	Складений	Словосполучення	Складання
164	Blue Boxer	Складений	Словосполучення	Складання
165	Blue by U Too	Складений	Фраза	Складання
166	Blue Collar Boy	Складений	Словосполучення	Складання
167	Blue Dia	Складений	Словосполучення	Складання / Гiбридизацiя
168	Blue Duster	Складений	Словосполучення	Складання
169	Blue Eye Blondie	Складений	Словосполучення	Складання
170	Blue Justice	Складений	Словосполучення	Складання
171	Blue Lupin	Складений	Словосполучення	Складання
172	Blue Punch	Складений	Словосполучення	Складання
173	Blue Sky Song	Складений	Словосполучення	Складання
174	Blue Squiggles	Складений	Словосполучення	Складання
175	Blue Warbler	Складений	Словосполучення	Складання
176	Bluegrass Belle	Складений	Словосполучення	Складання
177	Bluegrass Lass	Складений	Словосполучення	Складання
178	Bluehard Sweet	Складений	Словосполучення	Складання
179	Bluemooninyoureye	Складений	Словосполучення	Складання
180	Blueridge Royale	Складений	Словосполучення	Складання
181	Blues House	Складений	Словосполучення	Складання
182	Blue's Troubadour	Складений	Словосполучення	Складання
183	Bluesbdancing	Складений	Словосполучення	Складання
184	Blummer's Shadow	Складений	Словосполучення	Складання
185	Blushing Baby	Складений	Словосполучення	Складання
186	Blushing Queen	Складений	Словосполучення	Складання
187	Blushing Stage	Складений	Словосполучення	Складання
188	Boone's Band	Складений	Словосполучення	Складання
189	Booster Rocket	Складений	Словосполучення	Складання
190	Bootscootn Express	Складений	Словосполучення	Складання
191	Boozin With Deano	Складений	Словосполучення	Складання
192	Boppin	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
193	Border Fire	Складений	Словосполучення	Складання
194	Bored	Простий	Афіксальний	Афіксація
195	Born Again	Складений	Словосполучення	Складання
196	Born On Derby Day	Складений	Фраза	Складання

\*курсивом - запозичення



197	Born to Fight	Складений	Фраза	Складання
198	Borug	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
199	Bosco Fire N Ice	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
200	Bosque Road	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
201	<i>Botanica</i>	Простий	Афікський	Афіксація
202	Bounceherback	Складений	Фраза	Складання
203	Bound by Humor	Складений	Словосполучення	Складання
204	Bound to Gossip	Складений	Фраза	Складання
205	Buds N Roses	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
206	Buff Daddy	Складений	Словосполучення	Складання
207	Buffalo Billy	Складений	Словосполучення	Складання
208	Built for Speed	Складений	Словосполучення	Складання
209	Bull Lake	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
210	Bulldog Legend	Складений	Словосполучення	Складання
211	Bullet Dance	Складений	Словосполучення	Складання
212	Bulletproof Spirit	Складений	Словосполучення	Складання
213	Bulls Dynamite	Складений	Словосполучення	Складання
214	Bully Bully Brown	Складений	Словосполучення	Складання
215	Bump and Run	Складений	Словосполучення	Складання
216	Bunkhouse	Складений	Власне композит	Складання
217	<i>Buoniconiti</i>	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
218	Burgandy Belle	Складений	Словосполучення	Складання
219	Burlister	Простий	Афікський	Афіксація
220	Burn the Harp	Складений	Фраза	Складання
221	Burnbernieburn	Складений	Фраза	Складання
222	Burnin' Ash	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
223	Burning Damask	Складений	Словосполучення	Складання
224	Burning Issue	Складений	Словосполучення	Складання
225	Burning Way	Складений	Словосполучення	Складання
226	Call Him Rocky	Складений	Фраза	Складання
227	Call in Rich	Складений	Словосполучення	Складання
228	Call Me Cajun	Складений	Фраза	Складання
229	Call Me Dutchess	Складений	Фраза	Складання
230	Call Me Kelly	Складений	Фраза	Складання
231	Call Me Misty	Складений	Фраза	Складання
232	Call Me Sookie	Складений	Фраза	Складання
233	Call Me Time	Складений	Фраза	Складання
234	Call Me Waki	Складений	Фраза	Складання
235	Call the Bluff	Складений	Фраза	Складання
236	Call to Dance	Складений	Словосполучення	Складання
237	Callie's Request	Складений	Словосполучення	Складання
238	<i>Calmato</i>	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
239	Calusa Cove	Складений	Словосполучення	Складання
240	Calypso Cat	Складений	Словосполучення	Складання
241	Came a Storm	Складений	Фраза	Складання
242	Camelot de Cat	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
243	Cameron Pass	Складений	Словосполучення	Складання
244	Camies Katina	Складений	Словосполучення	Складання
245	<i>Caminhada</i>	Простий	Афікський	Афіксація
246	Camp Party	Складений	Словосполучення	Складання
247	Campaigning	Простий	Афікський	Афіксація
248	Camping	Простий	Афікський	Афіксація
249	Cat Cry	Складений	Словосполучення	Складання
250	Cat Foolery	Складений	Словосполучення	Складання
251	Cat in Motion	Складений	Словосполучення	Складання
252	Cat Man	Складений	Словосполучення	Складання
253	Cat On the Island	Складений	Словосполучення	Складання
254	Cat Tak	Складений	Фраза	Складання
255	Catenuous	Простий	Афікський	Афіксація
256	Cathys Breeze	Складений	Словосполучення	Складання
257	Catkin River	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
258	Catnip Louise	Складений	Словосполучення	Складання
259	Cato Lady	Складений	Словосполучення	Складання
260	Catron County	Складений	Словосполучення	Складання
261	Cat's Enough	Складений	Фраза	Складання
262	Cat's Glow	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

263	Cats On Tour	Складений	Словосполучення	Складання
264	Cats Raisin Kane	Складений	Словосполучення	Складання
265	Catsawayletsplay	Складений	Фраза	Складання
266	<i>Cattivo Attore</i>	Складений	Словосполучення	Складання
267	Caught Courting	Складений	Словосполучення	Складання
268	Cause Celebre	Складений	Словосполука	Складання
269	Cause I Said	Складений	Фраза	Складання
270	Cause I'm Classy	Складений	Фраза	Складання
271	Cause Ur Cute	Складений	Фраза	Складання / Графон
272	Cavalry Guard	Складений	Словосполучення	Складання
273	<i>Caverna</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
274	Cayannie	Простий	Афіксальний	Афіксація
275	Cayman Halo	Складений	Словосполучення	Складання
276	Cayoke's Wish	Складений	Словосполучення	Складання
277	Cha Said the Kitty	Складений	Фраза	Складання / Графон
278	Charlie John	Складений	Словосполучення	Складання
279	Charlies Ugly Cap	Складений	Словосполучення	Складання
280	Charliesirishpride	Складений	Словосполучення	Складання
281	Charlita	Простий	Афіксальний	Афіксація / Гібридизація
282	Charm N Rhythm	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
283	Charmed Star	Складений	Словосполучення	Складання
284	Chase Me Faster	Складений	Фраза	Складання
285	Chase This Rascal	Складений	Фраза	Складання
286	Chases Big Boy	Складений	Фраза	Складання
287	Chatterboxsecret	Складений	Словосполучення	Складання
288	Checkered	Простий	Афіксальний	Афіксація
289	Checks for Free	Складений	Словосполучення	Складання
290	Claire Baby	Складений	Словосполучення	Складання
291	Clara Melody	Складений	Словосполучення	Складання
292	Clare's Boy	Складений	Словосполучення	Складання
293	Class Action Suit	Складений	Словосполучення	Складання
294	Class Fancy Cat	Складений	Словосполучення	Складання
295	Class Gogo	Складений	Словосполучення	Складання
296	Class Love	Складений	Словосполучення	Складання
297	Classic Brook	Складений	Словосполучення	Складання
298	Classic Kitten	Складений	Словосполучення	Складання
299	Classic Malibu	Складений	Словосполучення	Складання
300	Classic Slash	Складений	Словосполучення	Складання
301	Classical World	Складений	Словосполучення	Складання
302	Classie Secret	Складений	Словосполучення	Складання
303	Classy Abby	Складений	Словосполучення	Складання
304	<i>Claudccini</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
305	<i>Clavarias</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
306	Clearcutadvantage	Складений	Словосполучення	Складання
307	Color Me Josh	Складений	Фраза	Складання
308	Color Me Up Duck	Складений	Фраза	Складання
309	Color Out	Складений	Словосполука	Складання
310	Comanche Kitten	Складений	Словосполучення	Складання
311	Come Back Karma	Складений	Фраза	Складання
312	Come On Pat	Складений	Фраза	Складання
313	Come Out Come Out	Складений	Редуплікована назва	Складання
314	Comedy Class	Складений	Словосполучення	Складання
315	<i>Comendadora</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
316	Comeon Haynesville	Складений	Словосполучення	Складання
317	Comets a Blazin	Складений	Словосполучення	Складання
318	Comical Kitty	Складений	Словосполучення	Складання
319	<i>Comisionado</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
320	Command the Waters	Складений	Фраза	Складання
321	Commandeer	Простий	Афіксальний	Афіксація
322	Commanding Lead	Складений	Словосполучення	Складання
323	Committed	Простий	Афіксальний	Афіксація
324	Compadre Surprise	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
325	Company of Mary	Складений	Словосполучення	Складання
326	Court the Princess	Складений	Словосполучення	Складання
327	Courtney's Prize	Складений	Словосполучення	Складання
328	Court's Journey	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

329	Cousin Adam	Складений	Словосполучення	Складання
330	Cousin Kevin	Складений	Словосполучення	Складання
331	Couturier	Простий	Афіксальний	Афіксація
332	Coves Edge	Складений	Словосполучення	Складання
333	Cowboy Notes	Складений	Словосполучення	Складання
334	Cowboy Thunder	Складений	Словосполучення	Складання
335	Cowgirls Shadow	Складений	Словосполучення	Складання
336	Cowtown Cookie	Складений	Словосполучення	Складання
337	Coyote's Dream	Складений	Словосполучення	Складання
338	Cozzies Valay Girl	Складений	Словосполучення	Складання
339	Cpl Johnny Paul	Складений	Словосполучення	Складання
340	Cracklin	Простий	Афіксальний	Афіксація
341	Crafty and Drafty	Складений	Редуплікована назва	Складання
342	Crafty River	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
343	Crafty Unicorn	Складений	Словосполучення	Складання
344	Craklin' Suzie	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
345	Cu Soonerthanlater	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
346	Culpepper Colonel	Складений	Словосполучення	Складання
347	Cumin	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
348	Cupidity	Простий	Афіксальний	Афіксація
349	Cure	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
350	Curious Clyde	Складений	Словосполучення	Складання
351	Curling Rocks	Складений	Словосполучення	Складання
352	Currane	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
353	Current Design	Складений	Словосполучення	Складання
354	Curvey Star	Складений	Словосполучення	Складання
355	Cut Class Lianne	Складений	Словосполучення	Складання
356	Cute to Boot	Складений	Редуплікована назва	Складання
357	Cutie's Cowboy	Складений	Словосполучення	Складання
358	Cutter Dane	Складений	Словосполучення	Складання
359	Cuttino Corners	Складений	Словосполучення	Складання
360	Cuvee Attack	Складений	Словосполучення	Складання
361	<i>Cuvee Mont</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
362	Cuz'n Dick	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
363	Cyberetta	Простий	Афіксальний	Афіксація / Гібридизація
364	Cyclamen	Складний	Власне композит	Складання
365	Cyclone Canyon	Складений	Словосполучення	Складання
366	Cypriot	Простий	Афіксальний	Афіксація
367	Czar of Dixie	Складений	Словосполучення	Складання
368	D C Gold Runner	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
369	D D Congaree	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
370	D D Stormin	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
371	Dab a Do	Складений	Редуплікована назва	Складання
372	Dabney	Простий	Афіксальний	Афіксація
373	Daylite N Darkness	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
374	Day's Done	Складений	Фраза	Складання
375	Dazig's Halo	Складений	Словосполучення	Складання
376	Dazzlin Dalton	Складений	Словосполучення	Складання
377	Dazzling Jo	Складений	Словосполучення	Складання
378	De Titan	Складений	Словосполука	Складання / Гібридизація
379	Deacon Crone	Складений	Словосполучення	Складання
380	Deal Casino	Складений	Словосполучення	Складання
381	Deal of a Lifetime	Складений	Словосполучення	Складання
382	Deanors King	Складений	Словосполучення	Складання
383	Dear Silver	Складений	Словосполучення	Складання
384	Dearest Gulch	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
385	Debatable	Простий	Афіксальний	Афіксація
386	Debbie's Limit	Складений	Словосполучення	Складання
387	<i>Deblue</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
388	Debora Ann	Складений	Словосполучення	Складання
389	Deb's Wild Tale	Складений	Словосполучення	Складання
390	Debutante's Dude	Складений	Словосполучення	Складання
391	Decarchy Cocktail	Складений	Словосполучення	Складання
392	Deception Free	Складений	Словосполучення	Складання
393	Decide Why	Складений	Фраза	Складання
394	Deckers	Простий	Афіксальний	Афіксація

\*курсивом - запозичення

395	Deco Drive	Складений	Словосполучення	Складання
396	<i>Deseada</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
397	Desert Chic	Складений	Словосполучення	Складання
398	Desert Dodger	Складений	Словосполучення	Складання
399	Desert Gamble	Складений	Словосполучення	Складання
400	Desert Prize	Складений	Словосполучення	Складання
401	Desert Shellow	Складений	Словосполучення	Складання
402	Desert Tnt	Складений	Словосполучення	Складання
403	Design Perfection	Складений	Словосполучення	Складання
404	Designer	Простий	Афіксальний	Афіксація
405	<i>Despreocupado</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
406	<i>Destello</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
407	Destination Moon	Складений	Словосполучення	Складання
408	Destiny's Ahead	Складений	Словосполучення	Складання
409	Detective Poirot	Складений	Словосполучення	Складання
410	Deva's a Devil	Складений	Фраза	Складання
411	Devil Dancing	Складений	Словосполучення	Складання
412	Devil On Sunday	Складений	Словосполучення	Складання
413	Devilgetbehindme	Складений	Фраза	Складання
414	Devilish Beast	Складений	Словосполучення	Складання
415	Devil's Food	Складений	Словосполучення	Складання
416	Devil's Joy	Складений	Словосполучення	Складання
417	Devil's Mistake	Складений	Словосполучення	Складання
418	Devil's Punch Bowl	Складений	Словосполучення	Складання
419	Devil'swildchild	Складений	Словосполучення	Складання
420	Do It Krafty	Складений	Фраза	Складання
421	<i>Dolce Far Niente</i>	Складений	Словосполучення	Складання
422	Dollars N No Cents	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
423	Dolly's Lullaby	Складений	Словосполучення	Складання
424	Dolphin Bay	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
425	Domask China	Складений	Словосполучення	Складання
426	Domestic Flyer	Складений	Словосполучення	Складання
427	Domesticated Paddy	Складений	Словосполучення	Складання
428	Dominant Jeannes	Складений	Словосполучення	Складання
429	Dominican Capital	Складений	Словосполучення	Складання
430	<i>Don Alejandro</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
431	<i>Don Corleone</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
432	<i>Don Luis R.</i>	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання / Стилізація
433	<i>Don Ryan</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
434	<i>Don Sings Ramona</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
435	<i>Dona Adolfa</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
436	<i>Dona Raja</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
437	Doneraile Run	Складений	Словосполучення	Складання
438	<i>Donna Mac</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
439	<i>Donna Sha Lei Lei</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
440	Donncha	Складений	Фраза	Складання / Графон
441	Don't Ask	Складений	Фраза	Складання
442	Don't Countess Out	Складений	Фраза	Складання
443	Don't Forget Gil	Складений	Фраза	Складання / Графон
444	Dream Squad	Складений	Словосполучення	Складання
445	Dream Victory	Складений	Словосполучення	Складання
446	Dreams of Gold	Складений	Словосполучення	Складання
447	Dreamstuff	Складений	Словосполучення	Складання
448	Dreamy Huff	Складений	Словосполучення	Складання
449	Dressedforthecopa	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
450	Drewnormous	Складний	Складне скорочення	Стягнення
451	Drill Cadet	Складений	Словосполучення	Складання
452	Drink Or Sink	Складений	Редуплікована назва	Складання
453	Drive N Light	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
454	Droque	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
455	Dropinthebucket	Складений	Фраза	Складання
456	Drummer's Punch	Складений	Словосполучення	Складання
457	Drunken Love	Складений	Словосполучення	Складання
458	D's Bertrando	Складений	Словосполучення	Складання
459	D's Special Lady	Складений	Словосполучення	Складання
460	Dual Citizen	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

461	Dubai Falcon	Складений	Словосполучення	Складання
462	Dubai Lad	Складений	Словосполучення	Складання
463	Dubai Review	Складений	Словосполучення	Складання
464	Dubai You X Y Z	Складений	Комбінована аббревіатура	Складання
465	Dubonnet Red	Складений	Словосполучення	Складання
466	Duchess Denyse	Складений	Словосполучення	Складання
467	<i>El Guaynabito</i>	Складений	Словосполука	Складання
468	<i>El Hombre Grande</i>	Складений	Словосполучення	Складання
469	El Intochable	Складений	Словосполука	Складання / Гібридизація
470	<i>El Kiwi</i>	Складений	Словосполука	Складання
471	<i>El Lagunero</i>	Складений	Словосполука	Складання
472	<i>El Mariachi</i>	Складений	Словосполука	Складання
473	<i>El Mizmo</i>	Складений	Словосполука	Складання
474	<i>El Moro Lijero</i>	Складений	Словосполучення	Складання
475	<i>El Mucho Grande</i>	Складений	Словосполучення	Складання
476	<i>El Notario</i>	Складений	Словосполука	Складання
477	<i>El Otro</i>	Складений	Словосполука	Складання
478	<i>El Panteonero</i>	Складений	Словосполука	Складання
479	<i>El Pitufo</i>	Складений	Словосполука	Складання
480	<i>El Resuelve</i>	Складений	Словосполука	Складання
481	Elite Buckaroo	Складений	Словосполучення	Складання
482	Elixir of Love	Складений	Словосполучення	Складання
483	Elizabeth Rose	Складений	Словосполучення	Складання
484	<i>Ella Vondora</i>	Складений	Словосполука	Складання
485	<i>Ellegna</i>	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
486	Elles Secret	Складений	Словосполука	Складання
487	Ellie Express	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
488	Ello Guv	Складений	Словосполука	Складання / Графон
489	Ellusively Yours	Складений	Словосполучення	Складання
490	Elnayrah	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
491	Episode One	Складений	Словосполучення	Складання
492	Equal by Design	Складений	Словосполучення	Складання
493	Equamarine	Складний	Власне композит	Складання
494	Equinique Diamond	Складений	Словосполучення	Складання
495	Erbeia	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
496	Ericasdelillah	Складний	Складне скорочення	Стягнення
497	Eric's Misdeed	Складений	Словосполучення	Складання
498	Erin's Desert	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
499	Erin's Juju	Складений	Словосполучення	Складання
500	Erl Glacken	Складений	Словосполучення	Складання
501	Ermine's Prayer	Складений	Словосполучення	Складання
502	Ernie	Простий	Афіксальний	Афіксація
503	Erroneous Too	Складений	Словосполучення	Складання
504	E's Little Loco	Складений	Словосполучення	Складання / Графон / Гібридизація
505	<i>Escalero Grande</i>	Складений	Словосполучення	Складання
506	Escapism	Простий	Афіксальний	Афіксація
507	<i>Escrito Prairie</i>	Складений	Словосполучення	Складання
508	<i>Escutcheon</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
509	<i>Eskarita</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
510	<i>Espanto</i>	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
511	<i>Esperanzado</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
512	Esplanade Ridge	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
513	Espresso Steps	Складений	Словосполучення	Складання
514	Estate Planner	Складений	Словосполучення	Складання
515	<i>Estelar Del Ocho</i>	Складений	Словосполучення	Складання
516	<i>Estono Viene Facil</i>	Складений	Словосполучення	Складання
517	Fancy Catastrophe	Складений	Словосполучення	Складання
518	Fancy Fact	Складений	Словосполучення	Складання
519	Fancy Hooper	Складений	Словосполучення	Складання
520	Fancy Stepper	Складений	Словосполучення	Складання
521	Fancy Wine	Складений	Словосполучення	Складання
522	Fancyrun	Складений	Словосполучення	Складання
523	Fanny Blue	Складений	Словосполучення	Складання
524	Fansty Me	Складений	Словосполука	Складання
525	Fantastic Folly	Складений	Словосполучення	Складання
526	Fantastic Rewards	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

527	Fantasy Dream	Складений	Словосполучення	Складання
528	Fantasy Waltz	Складений	Словосполучення	Складання
529	Fappies Future	Складений	Словосполучення	Складання
530	Far Flung Hero	Складений	Словосполучення	Складання
531	Far Out	Складений	Словосполука	Складання
532	Far to Reach	Складений	Фраза	Складання
533	<i>Farahani</i>	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
534	Farma Sea	Складений	Словосполучення	Складання
535	<i>Fascotti</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
536	Fashion District	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
537	Fashion Leader	Складений	Словосполучення	Складання
538	Fast and Frugal	Складений	Словосполучення	Складання
539	Fast Burning Flame	Складений	Словосполучення	Складання
540	Fast Double G	Складений	Комбінована аббревіатура	Складання
541	Fight to Win	Складений	Фраза	Складання
542	Fighting Force	Складений	Словосполучення	Складання
543	Filibuster Threat	Складений	Словосполучення	Складання
544	Fill Up and Go	Складений	Фраза	Складання
545	Filly Pepper	Складений	Словосполучення	Складання / Семантичний каламбур
546	Final Credit	Складений	Словосполучення	Складання
547	Final Distraction	Складений	Словосполучення	Складання
548	Final Foot	Складений	Словосполучення	Складання
549	Final Miracle	Складений	Словосполучення	Складання
550	Final Rush	Складений	Словосполучення	Складання
551	Final Vindication	Складений	Словосполучення	Складання
552	Finally Found Out	Складений	Фраза	Складання
553	Find the Time	Складений	Фраза	Складання
554	Finders Keepers	Складений	Словосполучення	Складання
555	Finding the Time	Складений	Фраза	Складання
556	Fine as Frogs Hair	Складений	Словосполучення	Складання
557	Fine Friends	Складений	Словосполучення	Складання
558	Finest Shoes	Складений	Словосполучення	Складання
559	Fingal's Music	Складений	Словосполучення	Складання
560	Finishing Touch	Складений	Словосполучення	Складання
561	Fire Affair	Складений	Словосполучення	Складання
562	Fire Falls	Складений	Словосполучення	Складання
563	Fire Flyer	Складений	Словосполучення	Складання
564	Fire Mine	Складений	Словосполучення	Складання
565	Firebird Blubyu	Складений	Словосполучення	Складання
566	Fired by Text	Складений	Словосполучення	Складання
567	Fireinmyeyes	Складений	Словосполучення	Складання
568	For Good	Складений	Словосполука	Складання
569	For Her Eyes Only	Складений	Словосполучення	Складання
570	For Non Stop	Складений	Словосполука	Складання
571	For Scorpion	Складений	Словосполука	Складання
572	Foreign Envoy	Складений	Словосполучення	Складання
573	Forest Affair	Складений	Словосполучення	Складання
574	Forest Colors	Складений	Словосполучення	Складання
575	Forest Humor	Складений	Словосполучення	Складання
576	Forest Jewel	Складений	Словосполучення	Складання
577	Forest Mystery	Складений	Словосполучення	Складання
578	Forest Passage	Складений	Словосполучення	Складання
579	Forest Ruler	Складений	Словосполучення	Складання
580	Forest Tower	Складений	Словосполучення	Складання
581	Forever a Pearl	Складений	Словосполучення	Складання
582	Forever Faithful	Складений	Словосполучення	Складання
583	Forever My Queen	Складений	Словосполучення	Складання
584	Forever Rules	Складений	Словосполучення	Складання
585	Forget About It	Складений	Фраза	Складання
586	<i>Formadora</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
587	Formal Dining	Складений	Словосполучення	Складання
588	Formal Lass	Складений	Словосполучення	Складання
589	Formal Queen	Складений	Словосполучення	Складання
590	Formoreinformation	Складений	Словосполучення	Складання
591	Fort Bowie	Складений	Словосполучення	Складання
592	French Pop	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

593	French Chew	Складений	Словосполучення	Складання
594	French Crown	Складений	Словосполучення	Складання
595	French King	Складений	Словосполучення	Складання
596	French Madam	Складений	Словосполучення	Складання
597	French Soup	Складений	Словосполучення	Складання
598	French Valley	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
599	Frenchfries N Mayo	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
600	Frenzo	Складний	Складне скорочення	Стягнення
601	Fresh Et Sharp	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
602	Freudian Slap	Складений	Словосполучення	Складання
603	Friday's Deelite	Складений	Словосполучення	Складання
604	Friday'splay Boy	Складений	Словосполучення	Складання
605	Friendly Falcon	Складений	Словосполучення	Складання
606	Friendly Miss	Складений	Словосполучення	Складання
607	Friendly Silk	Складений	Словосполучення	Складання
608	Friends Indeed	Складений	Словосполучення	Складання
609	Fripp Point	Складений	Словосполучення	Складання
610	Friskaway	Складений	Словосполука	Складання
611	Frisky Cat	Складений	Словосполучення	Складання
612	Frisky Star	Складений	Словосполучення	Складання
613	Frogtown	Складний	Власне композит	Складання
614	Fromwithin	Складений	Словосполука	Складання
615	Front Paige Gal	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
616	Frontier Star	Складений	Словосполучення	Складання
617	Frosty Flavor	Складений	Словосполучення	Складання
618	Frozen Weekend	Складений	Словосполучення	Складання
619	G. H. Victoria	Складений	Комбінована аббревіатура	Складання
620	Ghost Diva	Складений	Словосполучення	Складання
621	Ghost Song	Складений	Словосполучення	Складання
622	Ghost Tour	Складений	Словосполучення	Складання
623	Ghostly Chant	Складений	Словосполучення	Складання
624	Ghostly Queen	Складений	Словосполучення	Складання
625	Ghostly Trick	Складений	Словосполучення	Складання
626	Ghostwriting	Складний	Афіксальний композит	Складання
627	Giacomos Legacy	Складений	Словосполучення	Складання
628	Giant Gianluca	Складений	Словосполучення	Складання
629	Giant Surf	Складений	Словосполучення	Складання
630	Gibson Halo	Складений	Словосполучення	Складання
631	Giddy Up Gray	Складений	Фраза	Складання
632	Gift Shoppe	Складений	Словосполучення	Складання
633	Gifted Leader	Складений	Словосполучення	Складання
634	Gigi's Secret	Складений	Словосполучення	Складання
635	Gijon	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
636	Gilded Nip	Складений	Словосполучення	Складання
637	Gilligan's Gold	Складений	Словосполучення	Складання
638	Gimme Gold	Складений	Фраза	Складання / Графон
639	Gimmeanotherwink	Складений	Фраза	Складання / Графон
640	Gimmenosass	Складений	Фраза	Складання / Графон
641	Go Hon Go	Складений	Фраза	Складання
642	Go Joker Wild	Складений	Фраза	Складання
643	Going Global	Складений	Словосполучення	Складання
644	Goinggoingone	Складений	Фраза	Складання
645	Goinup the Country	Складений	Фраза	Складання
646	Gold Attack	Складений	Словосполучення	Складання
647	Gold Big	Складений	Словосполучення	Складання
648	Gold Book	Складений	Словосполучення	Складання
649	Gold Coin	Складений	Словосполучення	Складання
650	Gold Digger Gal	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
651	Gold Dust Gal	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
652	Goldallover	Складений	Словосполучення	Складання
653	Golden Archway	Складений	Словосполучення	Складання
654	Golden Bienne	Складений	Словосполучення	Складання
655	Golden Brian	Складений	Словосполучення	Складання
656	Golden Cedar	Складений	Словосполучення	Складання
657	Golden Dame	Складений	Словосполучення	Складання
658	Golden Etbauer	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

659	Golden Fly	Складений	Словосполучення	Складання
660	Golden Irish Belle	Складений	Словосполучення	Складання
661	Golden Laurel	Складений	Словосполучення	Складання
662	Golden Miracle	Складений	Словосполучення	Складання
663	Golden Par	Складений	Словосполучення	Складання
664	Golden Pulpit	Складений	Словосполучення	Складання
665	Golden Ron	Складений	Словосполучення	Складання
666	Golden Start	Складений	Словосполучення	Складання
667	Goldengoods	Складений	Словосполучення	Складання
668	Goldenluckydevil	Складений	Словосполучення	Складання
669	Grateful Day	Складений	Словосполучення	Складання
670	Gray Gust	Складений	Словосполучення	Складання
671	Gray Lover	Складений	Словосполучення	Складання
672	Gray Smoke	Складений	Словосполучення	Складання
673	Grayson's Lion	Складений	Словосполучення	Складання
674	Great Affection	Складений	Словосполучення	Складання
675	Great Barrier Reef	Складений	Словосполучення	Складання
676	Great Curves	Складений	Словосполучення	Складання
677	Great Gator	Складений	Словосполучення	Складання
678	Great Jump	Складений	Словосполучення	Складання
679	Great Motion	Складений	Словосполучення	Складання
680	Great Path	Складений	Словосполучення	Складання
681	Great Punch	Складений	Словосполучення	Складання
682	Great Rising Star	Складений	Словосполучення	Складання
683	Great Story	Складений	Словосполучення	Складання
684	Great War Eagle	Складений	Словосполучення	Складання
685	Greatest of Ease	Складений	Словосполучення	Складання
686	Greatgrama	Складний	Власне композит	Складання
687	Greedy Daughter	Складений	Словосполучення	Складання
688	Greek Trick	Складений	Словосполучення	Складання
689	Greekdevil	Складений	Словосполучення	Складання
690	Greeley's Pickle	Складений	Словосполучення	Складання
691	H and B S	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
692	H N Enjoy My Dream	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
693	Half Moon Style	Складений	Словосполучення	Складання
694	Half Pot	Складений	Словосполучення	Складання
695	Hallissa Stone	Складений	Словосполучення	Складання
696	Halo Marie	Складений	Словосполучення	Складання
697	Haloacttofollow	Складений	Фраза	Складання
698	Halo's Dream	Складений	Словосполучення	Складання
699	Halos Parrot Bay	Складений	Словосполучення	Складання
700	Halo's Travail	Складений	Словосполучення	Складання
701	Ham It Up	Складений	Фраза	Складання
702	Ham Sammich	Складений	Словосполучення	Складання
703	Handily	Простий	Афіксальний	Афіксація
704	Hands Off	Складений	Словосполука	Складання
705	Handsome Hankers	Складений	Словосполучення	Складання
706	Handy Andy	Складений	Редуплікована назва	Складання
707	Hankhankmclank	Складений	Редуплікована назва	Складання
708	Hannah Mad Cat	Складений	Словосполучення	Складання
709	Hannahs Valley	Складений	Словосполучення	Складання / Стилїзація
710	Hannibal Bay	Складений	Словосполучення	Складання / Стилїзація
711	Happy Baby	Складений	Словосполучення	Складання
712	Happy Countess	Складений	Словосполучення	Складання
713	Happy Giggle	Складений	Словосполучення	Складання
714	Happy Lawyer	Складений	Словосполучення	Складання
715	Hey Kayleigh	Складений	Фраза	Складання
716	Hey Sugar Sugar	Складений	Фраза	Складання
717	Heyman	Складний	Власне композит	Складання
718	Hezahomeboy	Складений	Фраза	Складання
719	Hezasmoothkeizer	Складений	Фраза	Складання / Графон / Гїбридизація
720	Hidden Image	Складений	Словосполука	Складання
721	Hidden Vice	Складений	Словосполучення	Складання
722	<i>Hierro</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
723	High Aspirations	Складений	Словосполучення	Складання
724	High Bridled	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення



725	High Country Boy	Складений	Словосполучення	Складання
726	High Duty	Складений	Словосполучення	Складання
727	High Flying Lady	Складений	Словосполучення	Складання
728	High Heel Hilary	Складений	Редуплікована назва	Складання
729	High Importance	Складений	Словосполучення	Складання
730	High Keeping	Складений	Словосполучення	Складання
731	Highest Good	Складений	Словосполучення	Складання
732	Hometown Ruston	Складений	Словосполучення	Складання
733	Honed Edge	Складений	Словосполучення	Складання
734	<i>Honesto</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
735	Honey Gulch	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
736	Honey of a Girl	Складений	Словосполучення	Складання
737	Honey's Secret	Складений	Словосполучення	Складання
738	Honkey Tonk Milo	Складений	Словосполучення	Складання
739	Honor Fratello	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
740	Honor Survi	Складений	Словосполучення	Складання
741	Honorablegentlemen	Складений	Словосполучення	Складання
742	Honoriffic	Складний	Складне скорочення	Стягнення
743	Honour Family	Складений	Словосполучення	Складання
744	Honour Your Dreams	Складений	Фраза	Складання
745	Hoof Ain't It	Складений	Фраза	Складання / Семантичний каламбур
746	Hooked On Gold	Складений	Словосполучення	Складання
747	Hookin the Goods	Складений	Фраза	Складання
748	Hoosick Falls	Складений	Словосполучення	Складання
749	Hopalong Hank	Складений	Словосполучення	Складання
750	Hopeflash	Складний	Власне композит	Складання
751	Hopes Alley	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
752	Hopessweetconcern	Складений	Словосполучення	Складання
753	Horizon Blue	Складений	Словосполучення	Складання
754	Hormonal Diva	Складений	Словосполучення	Складання
755	Horn High Hugo	Складений	Редуплікована назва	Складання
756	Horse Opera	Складений	Словосполучення	Складання
757	Hosannah	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
758	Hospitable	Простий	Афіксальний	Афіксація
759	I No Wanna	Складений	Фраза	Складання / Графон
760	I O Cashel	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
761	I Play Dirty	Складений	Фраза	Складання
762	I Really Got to Go	Складений	Фраза	Складання
763	I'm a Joker	Складений	Фраза	Складання
764	I'm a Love Bug	Складений	Фраза	Складання
765	I'm a Ruckus	Складений	Фраза	Складання
766	Im a Tiger Lily	Складений	Фраза	Складання
767	Im Back	Складений	Словосполучення	Складання
768	Im Funny for Money	Складений	Редуплікована назва	Складання
769	I'm Honour Grad	Складений	Фраза	Складання
770	I'm Mad About You	Складений	Фраза	Складання
771	I'm Mary Ann	Складений	Фраза	Складання
772	I'm No Fairytail	Складений	Фраза	Складання
773	Im Not Your Friend	Складений	Фраза	Складання
774	Image of the Star	Складений	Словосполучення	Складання
775	Imaginary Sailor	Складений	Словосполучення	Складання
776	Imaginetta	Простий	Афіксальний	Афіксація / Гібридизація
777	Imaonetimespecial	Складений	Фраза	Складання
778	I'masouthern girl	Складений	Фраза	Складання
779	Imbuia Pajoqui	Складений	Словосполучення	Складання
780	Imelda Blue	Складений	Словосполучення	Складання
781	Imitation of Life	Складений	Словосполучення	Складання
782	Imminent Spirit	Складений	Словосполучення	Складання
783	Imnotagolddigger	Складений	Фраза	Складання
784	In Speight of It	Складений	Словосполучення	Складання
785	In Toe's Memory	Складений	Словосполучення	Складання
786	Inqadh	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
787	<i>Inrigavi</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
788	Insult	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
789	<i>Intelligentsia</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва / Гібридизація
790	Intentional	Простий	Афіксальний	Афіксація

\*курсивом - запозичення

791	Inthejar	Складений	Словосполука	Складання
792	Inthepassinglane	Складений	Фраза	Складання
793	Inthewinkofaneyeye	Складений	Словосполучення	Складання
794	Into the Rush	Складений	Словосполука	Складання
795	Invaderfromthewest	Складений	Словосполучення	Складання
796	Inversion	Простий	Афіксальний	Афіксація
797	Invite the Boys	Складений	Фраза	Складання
798	Invulnerable	Простий	Афіксальний	Афіксація
799	Ionlyhaveeyesforu	Складений	Фраза	Складання / Графон
800	Irene the Big One	Складений	Словосполучення	Складання
801	J Bo	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
802	J B's Top Hook	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
803	J C Remington	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
804	J D Flower Power	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
805	J D's Firecracker	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
806	J P Express	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання / Стилізація
807	J. P.'s Friend	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
808	Jaydenssweetheart	Складений	Словосполучення	Складання
809	Jazz Note	Складений	Словосполучення	Складання
810	Jazz Wonder	Складений	Словосполучення	Складання
811	Jazzable	Простий	Афіксальний	Афіксація
812	Jazzical	Простий	Афіксальний	Афіксація
813	Jazzycrownjewel	Складений	Словосполучення	Складання
814	Jealous Moment	Складений	Словосполучення	Складання
815	Jeb Stuart	Складений	Словосполучення	Складання
816	Jeffrey Be	Складений	Словосполучення	Складання
817	Jelly Donut	Складений	Словосполучення	Складання
818	Jenna's Ruler	Складений	Словосполучення	Складання
819	Jennpenn	Складний	Власне композит	Складання
820	Jenny Joy	Складений	Словосполучення	Складання
821	Jenny'sminutemouse	Складений	Словосполучення	Складання
822	Jen's Spell	Складений	Словосполучення	Складання
823	John Pearl	Складений	Словосполучення	Складання
824	John's Gold Prince	Складений	Словосполучення	Складання
825	Jokie	Простий	Афіксальний	Афіксація
826	Jolina	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
827	Jonathanslastdance	Складений	Словосполучення	Складання
828	Jordysgotagun	Складений	Фраза	Складання
829	Jose Prado	Складений	Словосполучення	Складання
830	Josh Deets	Складений	Словосполучення	Складання
831	Josie's Dream	Складений	Словосполучення	Складання
832	Josue C	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
833	Journeyoftheyear	Складений	Словосполучення	Складання
834	Jovial Zone	Складений	Словосполучення	Складання
835	Joy Dayjur	Складений	Словосполучення	Складання
836	Joy in Mudville	Складений	Словосполучення	Складання
837	Joyful Praise	Складений	Словосполучення	Складання
838	Joyfulexpectations	Складений	Словосполучення	Складання
839	Joyous Fever	Складений	Словосполучення	Складання
840	Joy's Partner	Складений	Словосполучення	Складання
841	K C's Star	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
842	K J Pride	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
843	K La La	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
844	K One G	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
845	Kayle Princess	Складений	Словосполучення	Складання
846	Kayou	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
847	Kaze Ellen	Складений	Словосполучення	Складання
848	Keep Me Home	Складений	Фраза	Складання
849	Keepinonestepahead	Складений	Фраза	Складання
850	Kellasaurus	Складний	Складне скорочення	Стягнення
851	Kelly's Ridge	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
852	Kelsey Nicole	Складений	Словосполучення	Складання
853	Kenahbear	Складний	Складне скорочення	Стягнення
854	Kendro	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
855	Kin He Run Tom	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
856	King Pai	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

857	King Roar	Складений	Словосполучення	Складання
858	King Scott's Call	Складений	Словосполучення	Складання
859	King's Plate	Складений	Словосполучення	Складання
860	Kings Return	Складений	Словосполучення	Складання
861	Kingsland Crescent	Складений	Словосполучення	Складання
862	Kingwangjjang	Складений	Словосполучення	Складання
863	Kinsey's Dream	Складений	Словосполучення	Складання
864	Kinzo Action	Складений	Словосполучення	Складання
865	Kipling's Red Bird	Складений	Словосполучення	Складання
866	Kippers Meadow	Складений	Словосполучення	Складання
867	Kip's Mescalero	Складений	Словосполучення	Складання
868	Kira's Wink	Складений	Словосполучення	Складання
869	Kirk	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
870	Kislany	Складний	Складне скорочення	Стягнення
871	Kiss Me Andy	Складений	Фраза	Складання
872	Kiss Me Slew	Складений	Фраза	Складання
873	Kiss My Stars	Складений	Фраза	Складання
874	Kiss the Lips	Складений	Фраза	Складання
875	Kissed by a Frog	Складений	Словосполучення	Складання
876	Kisses for Keychel	Складений	Словосполучення	Складання
877	Kissimmee Kyle	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
878	Kissinginthedark	Складений	Фраза	Складання
879	Kitistan	Простий	Афіксальний	Афіксація
880	Kitten Galore	Складений	Словосполучення	Складання
881	Kittens Revenge	Складений	Словосполучення	Складання
882	Kitty Caution	Складений	Словосполучення	Складання
883	Kittyatthebar	Складений	Словосполучення	Складання
884	Kitty's Boy	Складений	Словосполучення	Складання
885	Kiwi Gal	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
886	Kjs Maddog	Складений	Словосполучення	Складання
887	Klassy Maude	Складений	Словосполучення	Складання
888	Klepto Time	Складений	Словосполучення	Складання
889	Knight After Night	Складений	Словосполучення	Складання
890	Knight of Fire	Складений	Словосполучення	Складання
891	Knight Right	Складений	Словосполучення	Складання
892	Knights Maxamus	Складений	Словосполучення	Складання
893	Knockabout Cat	Складений	Словосполучення	Складання
894	Knock'em Out Joe	Складений	Фраза	Складання / Графон
895	Knuckle Up	Складений	Словосполука	Складання
896	Korona Kat	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
897	Kottis Kid	Складений	Словосполучення	Складання
898	Kournakova	Простий	Афіксальний	Афіксація / Гібридизація
899	Krakov Queen	Складений	Словосполучення	Складання
900	Kris Kross	Складений	Редуплікована назва	Складання
901	Krissy Kat	Складений	Словосполучення	Складання
902	Kristl's Love Boat	Складений	Словосполучення	Складання
903	Kristys Not Shy	Складений	Фраза	Складання
904	Kruisin With Luck	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
905	K's Trulyastarr	Складений	Словосполучення	Складання
906	Kurly Redoy	Складений	Словосполучення	Складання
907	Kwazy Kwisp	Складений	Словосполучення	Складання
908	Kylees' Giant	Складений	Словосполучення	Складання
909	Kyles Crypto	Складений	Словосполучення	Складання
910	L. Vicar	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
911	La Bandida	Складений	Словосполука	Складання
912	La Bella Marini	Складений	Словосполучення	Складання
913	La Bendiga	Складений	Словосполука	Складання
914	La Chiky	Складений	Словосполука	Складання / Гібридизація
915	La Dama Suerte	Складений	Словосполучення	Складання
916	Laachem	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
917	Labour of Love	Складений	Словосполучення	Складання
918	Labresiana Cat	Складений	Словосполучення	Складання
919	Lac de Gras	Складений	Словосполучення	Складання
920	Lace's Cracker	Складений	Словосполучення	Складання
921	Laci's Pride	Складений	Словосполучення	Складання
922	Lacotte	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва

\*курсивом - запозичення

923	Lacy by Design	Складений	Словосполучення	Складання
924	<i>Ladida</i>	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
925	<i>Lado Ciego</i>	Складений	Словосполучення	Складання
926	Lady Alexis	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
927	Lady Ashlyn	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
928	Lady Becnel	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
929	Lady Blue Eyes	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
930	Lady Bug Pearl	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
931	Lady Capes	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
932	Lady Chanelle	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
933	Lady Como	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
934	Lady Cuvee	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
935	Lady <i>Deniro</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація / Гібридизація
936	Lady Dona	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
937	Lady Durr	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
938	Lady Emery	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
939	Lady Fairfax	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
940	Lady Flanker	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
941	Lady Fu Peg	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
942	Lady Gemini	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
943	Lady Gloria	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
944	Lady Gypsy	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
945	Lady in Silk	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
946	Lady Isolina	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
947	Lady Juliana	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
948	Lady Keepin Cash	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
949	Lady Lamborghini	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
950	Lady Lexington	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
951	Lady Lizzy	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
952	Lady Lorna	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
953	Lady Malaxandra	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
954	Lady Maru	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
955	Lady Monarchos	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
956	Lady Moss	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
957	Lady of Samaria	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
958	Lady of the Future	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
959	Lady of Truth	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
960	Lady Offense	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
961	Lady Orient	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
962	Lady Patricia	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
963	Lady Ramona	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
964	Le Flying Monkey	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
965	Lefty Malone	Складений	Словосполучення	Складання
966	Legal	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
967	Legal Opinion	Складений	Словосполучення	Складання
968	Legal Warrior	Складений	Словосполучення	Складання
969	Legendofsparticus	Складений	Словосполучення	Складання
970	Legislature	Простий	Афіксальний	Афіксація
971	Lemaire	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
972	Lemon Drop Red	Складений	Словосполучення	Складання
973	Lemon Hard	Складений	Словосполучення	Складання
974	Lemon Lush	Складений	Словосполучення	Складання
975	Lemon Stick	Складений	Словосполучення	Складання
976	Lend	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
977	Lenny'slittleanangel	Складений	Словосполучення	Складання
978	Len's Lucky Lenise	Складений	Словосполучення	Складання
979	Leona's Dr.	Складений	Словосполучення	Складання
980	Leone Lunga	Складений	Словосполучення	Складання
981	Leo's Last	Складений	Словосполучення	Складання
982	Lil Miss Behaven	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація / Графон
983	Lil Miss Congenial	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація / Графон
984	Lil' Mister Mason	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація / Графон
985	Lil' Orphan Aggie	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
986	Lil Preacher	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
987	Lil Red Spidaman	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
988	Lil Wee Acres	Складений	Словосполучення	Складання / Графон

\*курсивом - запозичення

989	Lilmisshortcakes	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація / Графон
990	Lil's Gold	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
991	Lil's Love	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
992	Lil's St Patty	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
993	Lily Ascot	Складений	Словосполучення	Складання
994	Lily Petite	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
995	Limani	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
996	Lime Ice	Складений	Словосполучення	Складання
997	Limestone Ace	Складений	Словосполучення	Складання
998	Lincoln Launch	Складений	Словосполучення	Складання
999	Lindalouville	Складний	Власне композит	Складання
1000	Linda's Vision	Складений	Словосполучення	Складання
1001	Linderella	Складний	Складне скорочення	Стягнення / Семантичний каламбур
1002	Linearway	Складний	Власне композит	Складання
1003	Lingan Bay	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1004	Lins Back	Складений	Словосполучення	Складання
1005	Lion Alexandra	Складений	Словосполучення	Складання
1006	Lion Hunter	Складений	Словосполучення	Складання
1007	Lionesque	Простий	Афіксальний	Афіксація
1008	Lionofwallstreet	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1009	Lion's Code	Складений	Словосполучення	Складання
1010	Lion's Ghost	Складений	Словосполучення	Складання
1011	Lots of Love Mom	Складений	Фраза	Складання
1012	Lotta White	Складений	Словосполучення	Складання
1013	Loud Roar	Складений	Словосполучення	Складання
1014	Louie's Tap Dancer	Складений	Словосполучення	Складання
1015	Louisa's Own	Складений	Словосполучення	Складання
1016	Louisiana Mist	Складений	Словосполучення	Складання
1017	Lovable Warrior	Складений	Словосполучення	Складання
1018	Love a Story	Складений	Фраза	Складання
1019	Love Candy	Складений	Словосполучення	Складання
1020	Love Grows Wild	Складений	Фраза	Складання
1021	Love in a Canoe	Складений	Словосполучення	Складання
1022	Love Life'n Beers	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1023	Love Man	Складений	Словосполучення	Складання
1024	Love Me Over	Складений	Фраза	Складання
1025	Love Sir Paul	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1026	Love Sting	Складений	Словосполучення	Складання
1027	Lovely Evening	Складений	Словосполучення	Складання
1028	Lovely Ms. Cara	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1029	Lovely Stone	Складений	Словосполучення	Складання
1030	Love'nshare	Складений	Фраза	Складання / Графон
1031	Lover Beau	Складений	Словосполучення	Складання
1032	Lover Lex	Складений	Словосполучення	Складання
1033	Lush and Exotic	Складений	Словосполучення	Складання
1034	Luther'sintown	Складений	Фраза	Складання
1035	Luv Dump	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1036	Luxurious Flight	Складений	Словосполучення	Складання
1037	Lyin Goddess	Складений	Словосполучення	Складання
1038	Lynjoraean	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1039	Lynx Lake	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1040	Lyphard Rose	Складений	Словосполучення	Складання
1041	Lyrical Queen	Складений	Словосполучення	Складання
1042	Lytrump	Складний	Власне композит	Складання
1043	M B F Bridal Lace	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1044	Ma Amo Mac	Складений	Словосполучення	Складання
1045	Macabe's Gold	Складений	Словосполучення	Складання
1046	Macarena Macarena	Складений	Редуплікована назва	Складання
1047	Macedonio	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1048	<i>Macho Mario</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1049	<i>Macho Muchacho</i>	Складений	Редуплікована назва	Складання
1050	Macho Taste	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
1051	Macies Halo	Складений	Словосполучення	Складання
1052	Mack the Slew	Складений	Словосполучення	Складання
1053	Mac's Appeal	Складений	Словосполучення	Складання
1054	Mac's Parcel	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

1055	Mad Dancer	Складений	Словосполучення	Складання
1056	Madaad	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1057	Madam Belvedere	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1058	Madam Explicit	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1059	Madam Storm	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1060	Madame Mambo	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1061	Madame Pandit	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1062	Mari Lidos Boy	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1063	Maria's Dream	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1064	Maria's Money	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1065	Marie's Attitude	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1066	Mariokaronskipgulf	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1067	Marked	Простий	Афіксальний	Афіксація
1068	Market Sense	Складений	Словосполучення	Складання
1069	Market Street	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1070	Marketime	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1071	Markiza	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1072	Markree Breeze	Складений	Словосполучення	Складання
1073	Markyour Territory	Складений	Фраза	Складання
1074	Marlene's Cat	Складений	Словосполучення	Складання
1075	Marlie's Moon	Складений	Словосполучення	Складання
1076	<i>Marmol</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1077	Maroonwhiteandfast	Складений	Словосполучення	Складання
1078	Marquet Heiress	Складений	Словосполучення	Складання
1079	May We Belong	Складений	Фраза	Складання
1080	Maypole Dancer	Складений	Словосполучення	Складання
1081	Maze Like	Складений	Словосполучення	Складання
1082	Mazies Bling	Складений	Словосполучення	Складання
1083	McCool Countess	Складений	Словосполучення	Складання
1084	McEarly Bird	Складений	Словосполучення	Складання
1085	Me and Annie	Складений	Словосполучення	Складання
1086	Meade Haven	Складений	Словосполучення	Складання
1087	Meadow Vice	Складений	Словосполучення	Складання
1088	Meadowlake Moon	Складений	Словосполучення	Складання
1089	Meadow's Folly	Складений	Словосполучення	Складання
1090	Mean N Sassy	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1091	Meandmyloveman	Складений	Фраза	Складання
1092	Mecincyann	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1093	Medaglia Beat	Складений	Словосполучення	Складання
1094	Medal of Gold	Складений	Словосполучення	Складання
1095	<i>Medio Ciego</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1096	Meem the Dream	Складений	Фраза	Складання
1097	Meet the Princess	Складений	Фраза	Складання
1098	Meetinthestreet	Складений	Фраза	Складання
1099	Mega Party	Складений	Словосполучення	Складання
1100	Megacode	Простий	Афіксальний	Афіксація
1101	<i>Minocqua</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1102	Minou's Topper	Складений	Словосполучення	Складання
1103	Minting Money	Складений	Словосполучення	Складання
1104	Mio Mine	Складений	Словосполучення	Складання
1105	Miracle Jewel	Складений	Словосполучення	Складання
1106	Miracle Red	Складений	Словосполучення	Складання
1107	Mirror Pond	Складений	Словосполучення	Складання
1108	Mischief Teck	Складений	Словосполучення	Складання
1109	Misk Khitaam	Складений	Словосполучення	Складання
1110	Miss Al	Складений	Словосполучення	Складання
1111	Miss Alone	Складений	Словосполучення	Складання
1112	Miss Bee All	Складений	Словосполучення	Складання
1113	Miss Betty P	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1114	Miss My Ride	Складений	Фраза	Складання
1115	Miss Ninja Song	Складений	Фраза	Складання
1116	Miss Parisian Mist	Складений	Фраза	Складання
1117	Miss Pollys Legend	Складений	Фраза	Складання
1118	Miss Rancho Vista	Складений	Фраза	Складання / Гібридизація
1119	Miss Rosie Marie	Складений	Фраза	Складання
1120	Miss San Miguel	Складений	Фраза	Складання

\*курсивом - запозичення

1121	Miss Silver Bulett	Складений	Фраза	Складання
1122	Miss Spanish Bay	Складений	Фраза	Складання / Стилізація
1123	Miss Spelling	Складений	Словосполучення	Складання / Сегментація
1124	Miss Summer Reign	Складений	Фраза	Складання
1125	Missnthemusic	Складений	Фраза	Складання
1126	Missouricompromise	Складений	Словосполучення	Складання
1127	Missservicestripe	Складений	Словосполучення	Складання
1128	Monitoring	Простий	Афіксальний	Афіксація
1129	Monnie Marie	Складений	Словосполучення	Складання
1130	Monologue	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1131	<i>Monsieur Renoir</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1132	Monster Prospect	Складений	Словосполучення	Складання
1133	<i>Montanas Ala Mar</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1134	Montserat	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1135	Monwaya	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1136	Moon Glo Mae	Складений	Словосполучення	Складання
1137	Moonandfury	Складений	Словосполучення	Складання
1138	Moonovermanhattan	Складений	Словосполучення	Складання
1139	Moonrush	Складний	Власне композит	Складання
1140	Ms Primal Jones	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1141	<i>Ms Tallulah Belle</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація / Гібридизація
1142	Murphy's Law	Складений	Словосполучення	Складання
1143	Music for the Soul	Складений	Словосполучення	Складання
1144	Music Maneuver	Складений	Словосполучення	Складання
1145	Music Mogul	Складений	Словосполучення	Складання
1146	Musical Baby Gaga	Складений	Словосполучення	Складання
1147	Musical Factor	Складений	Словосполучення	Складання
1148	Musical Image Slew	Складений	Словосполучення	Складання
1149	Musical Queen	Складений	Словосполучення	Складання
1150	Musk Lime	Складений	Словосполучення	Складання
1151	Mustache Charlie	Складений	Словосполучення	Складання
1152	Mustang Un	Складений	Словосполука	Складання
1153	Mutual Affair	Складений	Словосполучення	Складання
1154	My Andean Spirit	Складений	Словосполучення	Складання
1155	My Annie T	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1156	My Bearded Girl	Складений	Словосполучення	Складання
1157	My Blue Sword	Складений	Словосполучення	Складання
1158	My Boy Jo	Складений	Словосполучення	Складання
1159	My Bull's Wild	Складений	Словосполучення	Складання
1160	My Cherokee Man	Складений	Словосполучення	Складання
1161	My Colleague	Складений	Словосполука	Складання
1162	My Cosmo	Складений	Словосполука	Складання
1163	My Crafty Life	Складений	Словосполучення	Складання
1164	My Dad's a Bully	Складений	Фраза	Складання
1165	Mya Yay	Складений	Словосполука	Складання
1166	Myakka Bandit	Складений	Словосполучення	Складання
1167	<i>Navidad</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1168	Navy Seal Bruce	Складений	Словосполучення	Складання
1169	Nays Have It	Складений	Фраза	Складання
1170	Nazy's Dream	Складений	Словосполучення	Складання
1171	Nearly Forever	Складений	Словосполука	Складання
1172	Nearly Was Mine	Складений	Фраза	Складання
1173	Need Not Apply	Складений	Фраза	Складання
1174	Nemrac	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва / Анаграма
1175	Neo in Excess	Складений	Словосполучення	Складання
1176	Networking	Складний	Афіксальний композит	Складання
1177	Never	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1178	Never Cross	Складений	Словосполучення	Складання
1179	Never Itch	Складений	Словосполучення	Складання
1180	No Contest	Складений	Словосполука	Складання
1181	No Exposure	Складений	Словосполука	Складання
1182	No Finer Miner	Складений	Редушлікована назва	Складання
1183	No Gray Twilight	Складений	Словосполучення	Складання
1184	No Kelp Weed	Складений	Словосполучення	Складання
1185	No Mo Money	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1186	No More Jealousy	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

1187	No More X's	Складений	Словосполучення	Складання
1188	No New Tax	Складений	Словосполучення	Складання
1189	No Ordinary Cowgirl	Складений	Словосполучення	Складання
1190	No Parachute	Складений	Словосполука	Складання
1191	No Please	Складений	Словосполука	Складання
1192	No Regret	Складений	Словосполука	Складання
1193	Noble Light	Складений	Словосполучення	Складання
1194	Noble Nannie	Складений	Словосполучення	Складання
1195	Noble Pup	Складений	Словосполучення	Складання
1196	Noble Smile	Складений	Словосполучення	Складання
1197	Nobody Like Mike	Складений	Словосполучення	Складання
1198	Nocknonheavensgate	Складений	Фраза	Складання / Семантичний каламбур
1199	Noelani	Простий	Афіксальний	Афіксація
1200	Noisy When Hot	Складений	Фраза	Складання
1201	Nolana	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1202	Nolie's Song	Складений	Словосполучення	Складання
1203	Nomadikat	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1204	Non Pagato	Складений	Словосполука	Складання
1205	Nonni's Tops	Складений	Словосполучення	Складання
1206	Noon Desire	Складений	Словосполучення	Складання
1207	Noon It Is	Складений	Фраза	Складання
1208	O S U Prospect	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1209	O Sing to Me	Складений	Фраза	Складання
1210	Ol Vern	Складений	Словосполука	Складання
1211	Olivia Twist	Складений	Словосполучення	Складання / Семантичний каламбур
1212	Olivia's Goody	Складений	Словосполучення	Складання
1213	Olmany	Простий	Афіксальний	Афіксація
1214	Olympic Courtesy	Складений	Словосполучення	Складання
1215	Olympic Gal	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1216	Olympic Native	Складений	Словосполучення	Складання
1217	Olympio Gold	Складений	Словосполучення	Складання
1218	Omaha's Shadow	Складений	Словосполучення	Складання
1219	Omega Alpha	Складений	Словосполучення	Складання
1220	Omen's Last Dance	Складений	Словосполучення	Складання
1221	Omniscient	Простий	Афіксальний	Афіксація
1222	On Any Sunday	Складений	Словосполучення	Складання
1223	Onceuponadecember	Складений	Словосполука	Складання
1224	Ondina	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1225	One Big Giggle	Складений	Словосполучення	Складання
1226	One Clever Chick	Складений	Словосполучення	Складання
1227	One Dancing Chic	Складений	Словосполучення	Складання
1228	One Eyed Harry	Складений	Словосполучення	Складання
1229	Onebumptojump	Складений	Фраза	Складання
1230	Ortygia	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1231	Osaka Joe	Складений	Словосполучення	Складання
1232	Oscar Shrugs	Складений	Словосполучення	Складання
1233	Osler Bluff	Складений	Словосполучення	Складання
1234	Otekah	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1235	Otisisgold	Складений	Фраза	Складання
1236	Ottawa	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1237	Oughterson	Простий	Афіксальний	Афіксація
1238	Our Angel Toni	Складений	Словосполучення	Складання
1239	Our Bandida	Складений	Словосполука	Складання / Гібридизація
1240	Our Boy Blue	Складений	Словосполучення	Складання
1241	Our Charley Girl	Складений	Словосполучення	Складання
1242	Our Classic Trip	Складений	Словосполучення	Складання
1243	Our Crystal Blue	Складений	Словосполучення	Складання
1244	Our Diva Factor	Складений	Словосполучення	Складання
1245	Our First Major	Складений	Словосполучення	Складання
1246	Our Free Lady	Складений	Словосполучення	Складання
1247	Our Great Hope	Складений	Словосполучення	Складання
1248	Our Helen Wheels	Складений	Словосполучення	Складання
1249	Our Last Call	Складений	Словосполучення	Складання
1250	Our Magic Couple	Складений	Словосполучення	Складання
1251	Our Mary Grace	Складений	Словосполучення	Складання
1252	Our Miss Ruth	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення



1253	Our Mr. Bud	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1254	Our No Nah Me	Складений	Словосполучення	Складання
1255	Our Performer	Складений	Словосполука	Складання
1256	Our Prime Market	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1257	Peak of Irish	Складений	Словосполучення	Складання
1258	Peak Top	Складений	Словосполучення	Складання
1259	Peakaboo Love	Складений	Словосполучення	Складання
1260	Peakaboot Snow	Складений	Словосполучення	Складання
1261	Peanutbutter Cup	Складений	Словосполучення	Складання
1262	Pearl Lake	Складений	Словосполучення	Складання
1263	Pearlz Girl	Складений	Словосполучення	Складання
1264	Peccadillo	Простий	Афіксальний	Афіксація
1265	Pecos River	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1266	Pedal for Roses	Складений	Словосполучення	Складання
1267	<i>Pedro Del Valle</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1268	Peekablue Sue	Складений	Словосполучення	Складання
1269	Peer Pressure	Складений	Словосполучення	Складання
1270	Pegasus Blewbaiyou	Складений	Словосполучення	Складання
1271	Pegasus Goldenhalo	Складений	Словосполучення	Складання
1272	Pegasus Passion	Складений	Словосполучення	Складання
1273	Peggy Page	Складений	Словосполучення	Складання
1274	Pelham	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1275	Penalty Box	Складений	Словосполучення	Складання
1276	Penn's Grant	Складений	Словосполучення	Складання
1277	Penny Earned	Складений	Словосполучення	Складання
1278	<i>Photo Voltaic</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1279	Piano Blues	Складений	Словосполучення	Складання
1280	Piasono Trace	Складений	Словосполучення	Складання
1281	Piccola Venezia	Складений	Словосполучення	Складання
1282	Picked Clean	Складений	Словосполучення	Складання
1283	Picky Picky	Складений	Редуплікована назва	Складання
1284	Pico Perico	Складений	Редуплікована назва	Складання
1285	Picture This	Складений	Фраза	Складання
1286	<i>Piedra Azul</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1287	Pike's Charm	Складений	Словосполучення	Складання
1288	Pillar of Fire	Складений	Словосполучення	Складання
1289	Pin Turn	Складений	Словосполучення	Складання
1290	Pine Brook Road	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1291	Pine Mountain	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1292	Pine Smoke	Складений	Словосполучення	Складання
1293	<i>Pinguino</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1294	Pink Cat	Складений	Словосполучення	Складання
1295	Pink Slip Sue	Складений	Словосполучення	Складання
1296	Pipiola	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1297	Pirate Brittany	Складений	Словосполучення	Складання
1298	Pirate Prospect	Складений	Словосполучення	Складання
1299	Pirate's Fool	Складений	Словосполучення	Складання
1300	Pirate's Pride	Складений	Словосполучення	Складання
1301	<i>Piscitelli</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
1302	Pray for Speed	Складений	Фраза	Складання
1303	Preachers Bid	Складений	Словосполучення	Складання
1304	Preapproved	Простий	Афіксальний	Афіксація
1305	Preciosity	Простий	Афіксальний	Афіксація
1306	Precious Gold	Складений	Словосполучення	Складання
1307	Precious Queen	Складений	Словосполучення	Складання
1308	Precocious Orphan	Складений	Словосполучення	Складання
1309	Preferred Mandate	Складений	Словосполучення	Складання
1310	Premeditatedredrum	Складений	Словосполучення	Складання / Анаграма
1311	Premium Justice	Складений	Словосполучення	Складання
1312	Premium Trader	Складений	Словосполучення	Складання
1313	Prenuptial Plans	Складений	Словосполучення	Складання
1314	Preppie's Memory	Складений	Словосполучення	Складання
1315	Presly Jade	Складений	Словосполучення	Складання
1316	Press Time	Складений	Словосполучення	Складання
1317	Prestariat	Складний	Складне скорочення	Стягнення / Семантичний каламбур
1318	Prettiful	Простий	Афіксальний	Афіксація

\*курсивом - запозичення

1319	Pretty Beaucat	Складений	Словосполучення	Складання
1320	Pretty Darn Quick	Складений	Словосполучення	Складання
1321	Pretty Gal	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1322	Pretty Janet	Складений	Словосполучення	Складання
1323	Private Kouk	Складений	Словосполучення	Складання
1324	Private Man	Складений	Словосполучення	Складання
1325	Private Notion	Складений	Словосполучення	Складання
1326	Private Plane	Складений	Словосполучення	Складання
1327	Private Status	Складений	Словосполучення	Складання
1328	Private Union	Складений	Словосполучення	Складання
1329	Privileged	Простий	Афіксальний	Афіксація
1330	Prize Hope	Складений	Словосполучення	Складання
1331	Prized Assault	Складений	Словосполучення	Складання
1332	Prized Star	Складений	Словосполучення	Складання
1333	<i>Pro Domo Tua</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1334	<i>Proactivo</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
1335	Procacity	Простий	Афіксальний	Афіксація
1336	Professor Chaos	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1337	Profit Rules	Складений	Словосполучення	Складання
1338	Prolific Heart	Складений	Словосполучення	Складання
1339	Prometheus Bull	Складений	Словосполучення	Складання
1340	Promise Breaker	Складений	Словосполучення	Складання
1341	Promise Lake	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1342	Promising Prayer	Складений	Словосполучення	Складання
1343	Promo Guest	Складений	Словосполучення	Складання
1344	Proper Crusinspeed	Складений	Словосполучення	Складання
1345	Proper Night	Складений	Словосполучення	Складання
1346	Proponet	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1347	Proselytize	Простий	Афіксальний	Афіксація
1348	Prospective Erica	Складений	Словосполучення	Складання
1349	Prospector Too	Складений	Словосполучення	Складання
1350	Prospectors Bluff	Складений	Словосполучення	Складання
1351	Prospectors Spirit	Складений	Словосполучення	Складання
1352	Protobin	Простий	Афіксальний	Афіксація
1353	R U Smokin	Складений	Фраза	Складання
1354	Rackety	Простий	Афіксальний	Афіксація
1355	Rade in the Knight	Складений	Словосполучення	Складання / Семантичний каламбур
1356	Radiant Talent	Складений	Словосполучення	Складання
1357	Radical Storm	Складений	Словосполучення	Складання
1358	Radio Rock Star	Складений	Словосполучення	Складання
1359	Raecinjasin	Складений	Редуплікована назва	Складання
1360	Raf and Ready	Складений	Словосполучення	Складання
1361	Raffie's Choice	Складений	Словосполучення	Складання
1362	Raffie's Rullah	Складений	Словосполучення	Складання
1363	<i>Ragazzi</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1364	Raging Lion	Складений	Словосполучення	Складання
1365	Raging Water	Складений	Словосполучення	Складання
1366	Ragun Rain	Складений	Словосполучення	Складання
1367	Rah Rah Lee	Складений	Словосполучення	Складання
1368	Rahy Ridge	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1369	Rahy Wind	Складений	Словосполучення	Складання
1370	Railroad Tie	Складений	Словосполучення	Складання
1371	Rainbow Annie	Складений	Словосполучення	Складання
1372	Rainbow's Best	Складений	Словосполучення	Складання
1373	Rainbowsinthewood	Складений	Словосполучення	Складання
1374	Rainey Secret	Складений	Словосполучення	Складання
1375	Real Clever Ray	Складений	Словосполучення	Складання
1376	Real Flashy	Складений	Словосполучення	Складання
1377	Real Ice	Складений	Словосполучення	Складання
1378	Real Life	Складений	Словосполучення	Складання
1379	Real Mambo	Складений	Словосполучення	Складання
1380	Real Oriented	Складений	Словосполучення	Складання
1381	Real Restless	Складений	Словосполучення	Складання
1382	Really Appealing	Складений	Словосполучення	Складання
1383	Really Cooking	Складений	Словосполучення	Складання
1384	Really Liberal	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

1385	Reason to Talk	Складений	Фраза	Складання
1386	Reasonable Prayer	Складений	Словосполучення	Складання
1387	Reatta's Legacy	Складений	Словосполучення	Складання
1388	Rebalancing	Простий	Афіксальний	Афіксація
1389	Rebecca's Bay	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1390	Rebel Ways	Складений	Словосполучення	Складання
1391	Rebellion Dog	Складений	Словосполучення	Складання
1392	Recalculating Norm	Складений	Словосполучення	Складання
1393	Reckless Jerry	Складений	Словосполучення	Складання
1394	<i>Recondita</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
1395	Recycle	Простий	Афіксальний	Афіксація
1396	Red Badge	Складений	Словосполучення	Складання
1397	Red Card	Складений	Словосполучення	Складання
1398	Red Cross	Складений	Словосполучення	Складання
1399	Red Flair	Складений	Словосполучення	Складання
1400	Red Fury	Складений	Словосполучення	Складання
1401	Red Hatter	Складений	Словосполучення	Складання
1402	Redbird's Dream	Складений	Словосполучення	Складання
1403	Reddywine	Складний	Власне композит	Складання
1404	Redexpress Diamond	Складений	Словосполучення	Складання
1405	Right On Cat	Складений	Словосполучення	Складання
1406	Right Turn	Складений	Словосполучення	Складання
1407	Riki Tiki Timebomb	Складений	Редуплікована назва	Складання
1408	Rimfire	Складний	Власне композит	Складання
1409	Ring Bling	Складений	Словосполучення	Складання
1410	Ringo's Sun	Складений	Словосполучення	Складання
1411	Rinka Dinka Doo	Складений	Редуплікована назва	Складання
1412	Rintoo	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1413	<i>Rio Deigo</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1414	<i>Rio Rico</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1415	Rio Sunshine	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
1416	<i>Riojano</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1417	Rise and Conquer	Складений	Фраза	Складання
1418	Risen in Deed	Складений	Словосполучення	Складання / Семантичний каламбур
1419	Rising Angel	Складений	Словосполучення	Складання
1420	Risk Drag	Складений	Словосполучення	Складання
1421	Risky Cat	Складений	Словосполучення	Складання
1422	Risky Red	Складений	Словосполучення	Складання
1423	Risque Centerfold	Складений	Словосполучення	Складання
1424	Rita May Run	Складений	Словосполучення	Складання
1425	Roc Roe	Складений	Словосполучення	Складання
1426	Rocky Spring	Складений	Словосполучення	Складання
1427	Rodeo Runner	Складений	Словосполучення	Складання
1428	Rodgerson	Простий	Афіксальний	Афіксація
1429	Rogers	Простий	Афіксальний	Афіксація
1430	Roglee	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1431	Rogues Way	Складений	Словосполучення	Складання
1432	Rojothemagnifico	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
1433	Roll America	Складений	Словосполучення	Складання
1434	Roll Me Over	Складений	Фраза	Складання
1435	Roll Preslee Roll	Складений	Фраза	Складання
1436	Rollin On a Lake	Складений	Фраза	Складання
1437	Rolling On Strong	Складений	Фраза	Складання
1438	Roma Kitten	Складений	Словосполучення	Складання
1439	Roman Aristocrat	Складений	Словосполучення	Складання
1440	Roman Score	Складений	Словосполучення	Складання
1441	Romancing the Gold	Складений	Фраза	Складання
1442	Romantic Line	Складений	Словосполучення	Складання
1443	Rome Is Freezing	Складений	Фраза	Складання
1444	Romolo's Friar	Складений	Словосполучення	Складання
1445	Rompon	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1446	Rondin	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1447	Ron's Prospect	Складений	Словосполучення	Складання
1448	Roo Lou Got It	Складений	Фраза	Складання
1449	Rooy Boy	Складений	Словосполучення	Складання
1450	<i>Rosa Pantera</i>	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

1451	Rosage	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1452	Rose Data	Складений	Словосполучення	Складання
1453	Rosebery Place	Складений	Словосполучення	Складання
1454	Roseland Won	Складений	Словосполучення	Складання
1455	Run Rayma Run	Складений	Редуплікована назва	Складання
1456	Run Smart One	Складений	Фраза	Складання
1457	Run Sweet Lady	Складений	Фраза	Складання
1458	Run to Win	Складений	Фраза	Складання
1459	Run With Grace	Складений	Фраза	Складання
1460	Runnin' John	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1461	Runnin On the Edge	Складений	Фраза	Складання
1462	Runnin' Success	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1463	Running Squall	Складений	Словосполучення	Складання
1464	Russianontherail	Складений	Словосполучення	Складання
1465	<i>Russyskia</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація / Гібридизація
1466	Ruud Striker	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1467	Ryan's Miracle	Складений	Словосполучення	Складання
1468	Salty Crystals	Складений	Словосполучення	Складання
1469	Salty Halo	Складений	Словосполучення	Складання
1470	Salty Rain	Складений	Словосполучення	Складання
1471	Salty Sarah	Складений	Словосполучення	Складання
1472	Salty Villainess	Складений	Словосполучення	Складання
1473	Salutenshoot	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
1474	<i>Salvaje</i>	Простий	Афіксальний	Афіксація
1475	Sam Maguire	Складений	Словосполучення	Складання
1476	Samda Dolpung	Складений	Словосполучення	Складання
1477	Same Old Story	Складений	Словосполучення	Складання
1478	Sammy Ammy	Складений	Словосполучення	Складання
1479	Sampson's Son	Складений	Словосполучення	Складання
1480	Sam's X S	Складений	Комбінована абrevіатура	Складання
1481	Samuels Blond Lady	Складений	Словосполучення	Складання
1482	Sanctuary Girl	Складений	Словосполучення	Складання
1483	Sand Skipper	Складений	Словосполучення	Складання
1484	Sandbagin' Lover	Складений	Словосполучення	Складання
1485	Sandhill Flyer	Складений	Словосполучення	Складання
1486	Sandia Sonata	Складений	Словосполучення	Складання
1487	Sea Witch	Складений	Словосполучення	Складання
1488	Seattle Cypress	Складений	Словосполучення	Складання
1489	Seattle King	Складений	Словосполучення	Складання
1490	Seattle Scene	Складений	Словосполучення	Складання
1491	Seattle Tuesday	Складений	Словосполучення	Складання
1492	Sebastian Inlet	Складений	Словосполучення	Складання
1493	Second Act	Складений	Словосполучення	Складання
1494	Second Battalion	Складений	Словосполучення	Складання
1495	Second Story	Складений	Словосполучення	Складання
1496	Secret Approval	Складений	Словосполучення	Складання
1497	Secret Bag	Складений	Словосполучення	Складання
1498	Secret Brook	Складений	Словосполучення	Складання
1499	Secret Dab	Складений	Словосполучення	Складання
1500	Secret Flame	Складений	Словосполучення	Складання
1501	Secret Holiday	Складений	Словосполучення	Складання
1502	Secret Lode	Складений	Словосполучення	Складання
1503	Secretly Taken	Складений	Словосполучення	Складання
1504	<i>Secreto de Estado</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1505	Sermononthemount	Складений	Словосполучення	Складання
1506	Serra Song	Складений	Словосполучення	Складання
1507	Serving Ma Man	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1508	Set Diamond	Складений	Словосполучення	Складання
1509	Sets Sugar Roll	Складений	Фраза	Складання
1510	Sevasmoke	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1511	Seven Sevens	Складений	Словосполучення	Складання
1512	Sevenfold	Складний	Власне композит	Складання
1513	Seventeen Legs	Складений	Словосполучення	Складання
1514	Seventh Prayer	Складений	Словосполучення	Складання
1515	Seventythree Roses	Складений	Словосполучення	Складання
1516	Sextette	Простий	Афіксальний	Афіксація

\*курсивом - запозичення

1517	Sexy Selfie	Складений	Словосполучення	Складання
1518	Shaalaal	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
1519	Shacky Brooks	Складений	Словосполучення	Складання
1520	Shadly	Простий	Афіксальний	Афіксація
1521	Shadow Banking	Складений	Словосполучення	Складання
1522	Shadow Runner	Складений	Словосполучення	Складання
1523	Shadow Shogun	Складений	Словосполучення	Складання
1524	Shadowfaxable	Складний	Афіксальний композит	Складання / Семантичний каламбур
1525	Shady Secret	Складений	Словосполучення	Складання
1526	Shafeera's Gold	Складений	Словосполучення	Складання
1527	<i>Shahdaroba</i>	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1528	Shake Your Maracas	Складений	Фраза	Складання
1529	Shakitsugaree	Складений	Фраза	Складання / Графон
1530	Shamelessly Rich	Складений	Словосполучення	Складання
1531	Shamrock Ruler	Складений	Словосполучення	Складання
1532	Shamroge	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
1533	Shanart	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
1534	Shanes Gold	Складений	Словосполучення	Складання
1535	Shanghied	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
1536	Short Change	Складений	Словосполучення	Складання
1537	Short Way Home	Складений	Словосполучення	Складання
1538	Shoshoon	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
1539	Shot Gun Stewart	Складений	Словосполучення	Складання
1540	Shot Tower	Складений	Словосполучення	Складання
1541	Shotgun City	Складений	Словосполучення	Складання
1542	Shoutforjoy	Складений	Словосполучення	Складання
1543	Show'em Slew	Складений	Фраза	Складання / Графон
1544	Showmetothecashier	Складений	Фраза	Складання
1545	Showtime Man	Складений	Словосполучення	Складання
1546	Shrewder McGruder	Складений	Словосполучення	Складання
1547	Shrimp Coctail	Складений	Словосполучення	Складання
1548	Shudabinajumper	Складений	Гіпонімний зсув	Складання
1549	Shuja	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
1550	Shutthefrontdoor	Складений	Фраза	Складання
1551	Shy Angel	Складений	Словосполучення	Складання
1552	Shy's Revenge	Складений	Словосполучення	Складання
1553	Siberian	Простий	Афіксальний	Афіксація
1554	Silver Threat	Складений	Словосполучення	Складання
1555	Silver Wells	Складений	Словосполучення	Складання
1556	<i>Simadartha</i>	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1557	Simnard's Cascade	Складений	Словосполучення	Складання
1558	Simon Ridge	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1559	Simoom	Простий	Безафікський	Одноосновна назва
1560	Simple Pass	Складений	Словосполучення	Складання
1561	Simplesubstitution	Складений	Словосполучення	Складання
1562	Simply Impressive	Складений	Словосполучення	Складання
1563	Simplysoreel	Складений	Словосполучення	Складання
1564	Simps	Простий	Афіксальний	Афіксація
1565	<i>Sin Fin</i>	Складений	Словосполука	Складання
1566	<i>Sin Nombre</i>	Складений	Словосполука	Складання
1567	Sin Stone	Складений	Словосполука	Складання
1568	Sinatra's Loverboy	Складений	Словосполучення	Складання
1569	Sincerely Susan	Складений	Словосполучення	Складання
1570	Sing Our Song	Складений	Фраза	Складання
1571	Singapore Dream	Складений	Словосполучення	Складання
1572	Singing Rock	Складений	Словосполучення	Складання
1573	Single Dawn	Складений	Словосполучення	Складання
1574	Singlenlooking	Складений	Словосполучення	Складання
1575	<i>Sinheungdaedolpung</i>	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1576	Sink the Boat	Складений	Фраза	Складання
1577	Sinners Choice	Складений	Словосполучення	Складання
1578	Siouxpersweety	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1579	Sippewissett	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1580	Sir Allison	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1581	Sir Beau	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1582	Sir Dynamite	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація

\*курсивом - запозичення

1583	Sir Frederick	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1584	Sir Gus	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1585	Sirius Grit	Складений	Словосполучення	Складання
1586	Smokie River	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1587	Smokin Bird	Складений	Словосполучення	Складання
1588	Smokin Cozy	Складений	Словосполучення	Складання
1589	Smokin Gokey	Складений	Словосполучення	Складання
1590	Smokin Jacob	Складений	Словосполучення	Складання
1591	Smokin Tempo	Складений	Словосполучення	Складання
1592	Smokinlex	Складений	Складне скорочення	Стягнення
1593	Smokinsarisk	Складений	Словосполучення	Складання
1594	Smolderin Bayou	Складений	Словосполучення	Складання
1595	Smooching	Простий	Афіксальний	Афіксація
1596	Smooth Conductor	Складений	Словосполучення	Складання
1597	Smooth E	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1598	Smooth Player	Складений	Словосполучення	Складання
1599	Smooth Tour	Складений	Словосполучення	Складання
1600	Snabb Flica	Складений	Словосполучення	Складання
1601	Snapshot	Складений	Власне композит	Складання
1602	Sneak a Peek	Складений	Редуплікована назва	Складання
1603	Sneaks	Простий	Афіксальний	Афіксація
1604	Sneaky Predator	Складений	Словосполучення	Складання
1605	Son of a Bear	Складений	Словосполучення	Складання
1606	Son of Sahn	Складений	Словосполучення	Складання
1607	Song of Boston	Складений	Словосполучення	Складання
1608	Songorokosongo	Складений	Редуплікована назва	Складання
1609	Sonias Joy	Складений	Словосполучення	Складання
1610	Sonori's Pride	Складений	Словосполучення	Складання
1611	Soo Awesome	Складений	Словосполука	Складання / Графон
1612	Soon to Be Single	Складений	Фраза	Складання
1613	Sooner	Простий	Афіксальний	Афіксація
1614	Sooner Spirit	Складений	Словосполучення	Складання
1615	Sophia Rel	Складений	Словосполучення	Складання
1616	Sophie's Beau	Складений	Словосполучення	Складання
1617	Sophie's Smile	Складений	Словосполучення	Складання
1618	Sophisticated Livi	Складений	Словосполучення	Складання
1619	Sorbonne	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1620	Sorcerer's Queen	Складений	Словосполучення	Складання
1621	Sorrento Kid	Складений	Словосполучення	Складання
1622	Sorta Smart	Складений	Словосполука	Складання / Графон
1623	Sosi Blu	Складений	Словосполучення	Складання
1624	Soto Beat	Складений	Словосполучення	Складання
1625	Soul Dancer	Складений	Словосполучення	Складання
1626	Soul of Borrego	Складений	Словосполучення	Складання
1627	Soul of Mine	Складений	Словосполучення	Складання
1628	Soul Symphony	Складений	Словосполучення	Складання
1629	Soulard	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1630	Soulful Heiress	Складений	Словосполучення	Складання
1631	Sound of Goodbye	Складений	Словосполучення	Складання
1632	Soup A' Fleet	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання / Графон
1633	Souper Four	Складений	Словосполучення	Складання
1634	Source of Money	Складений	Словосполучення	Складання
1635	South Carson	Складений	Словосполучення	Складання
1636	Southern Access	Складений	Словосполучення	Складання
1637	Sra. Guali	Складений	Словосполучення	Складання
1638	Srita Minister	Складений	Словосполучення	Складання
1639	Sshaucer	Складений	Складне скорочення	Стягнення
1640	Stable Currency	Складений	Словосполучення	Складання
1641	Stac Pollaidh	Складений	Словосполучення	Складання
1642	Stadium Rock	Складений	Словосполучення	Складання
1643	Stage Clearance	Складений	Словосполучення	Складання
1644	Stagedoor Duke	Складений	Словосполучення	Складання
1645	Staghorn	Складений	Власне композит	Складання
1646	Stamp n' Go	Складений	Фраза	Складання / Графон
1647	Standing O	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1648	Stanhope Bay	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

1649	Star Blast	Складений	Словосполучення	Складання
1650	Star Choice	Складений	Словосполучення	Складання
1651	Star Creek	Складений	Словосполучення	Складання
1652	Star Delta	Складений	Словосполучення	Складання
1653	Star Eagle	Складений	Словосполучення	Складання
1654	Starfish	Складний	Власне композит	Складання
1655	Stevie Z	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1656	Stickem	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1657	Stickyourtongueout	Складений	Фраза	Складання
1658	Still Voice	Складений	Словосполучення	Складання
1659	Stinging Bling	Складений	Словосполучення	Складання
1660	Stirred Up	Складений	Словосполука	Складання
1661	Stolen	Простий	Афіксальний	Афіксація
1662	Stolen Pennies	Складений	Словосполучення	Складання
1663	Stolen Whiskey	Складений	Словосполучення	Складання
1664	Stone Cold Merlin	Складений	Словосполучення	Складання
1665	Stoneward	Простий	Афіксальний	Афіксація
1666	Stonington	Простий	Афіксальний	Афіксація
1667	Storm Fever	Складений	Словосполучення	Складання
1668	Storm Harvest	Складений	Словосполучення	Складання
1669	Stormin Andes	Складений	Словосполучення	Складання
1670	Stormin' Bubsy	Складений	Словосполучення	Складання
1671	Stormin D Catzle	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1672	Stormin Heiress	Складений	Словосполучення	Складання
1673	Stormin Lashawn	Складений	Словосполучення	Складання
1674	Stormin' Nana	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1675	Stormin' Peter	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1676	Storming City	Складений	Словосполучення	Складання
1677	Storming Past	Складений	Словосполучення	Складання
1678	Sun Kissed Girl	Складений	Словосполучення	Складання / Сегментація
1679	Sunday Appeal	Складений	Словосполучення	Складання
1680	Sundays With You	Складений	Словосполучення	Складання
1681	Sundownrocket	Складений	Словосполучення	Складання
1682	Sunny Sol Rio	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
1683	Sunny's El Nino	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
1684	Sweet Allie Marie	Складений	Словосполучення	Складання
1685	Sweet Baby London	Складений	Словосполучення	Складання
1686	Sweet Boston Lady	Складений	Словосполучення	Складання
1687	Sweet Brooke	Складений	Словосполучення	Складання
1688	Sweet Charise	Складений	Словосполучення	Складання
1689	Sweet Conviction	Складений	Словосполучення	Складання
1690	Sweet Dancin Mari	Складений	Словосполучення	Складання
1691	Sweet Deja Vu	Складений	Словосполучення	Складання
1692	Sweet E. L. A.	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1693	Sweet Flattery	Складений	Словосполучення	Складання
1694	Sweet Ghost	Складений	Словосполучення	Складання
1695	Sweet Gracie	Складений	Словосполучення	Складання
1696	Sweet Hawk	Складений	Словосполучення	Складання
1697	Sweet Humor	Складений	Словосполучення	Складання
1698	Sweet Iron	Складений	Словосполучення	Складання
1699	Sweet La Rain	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
1700	Sweet Like Honey	Складений	Словосполучення	Складання
1701	Sweet Madily	Складений	Словосполучення	Складання
1702	Sweet Millie	Складений	Словосполучення	Складання
1703	Sweet Mr Man Porto	Складений	Словосполучення	Складання / Стилїзація
1704	Sweet Palmetto	Складений	Словосполучення	Складання
1705	Sweet Repentance	Складений	Словосполучення	Складання
1706	Sweet River	Складений	Словосполучення	Складання / Стилїзація
1707	Sweet Serenity	Складений	Словосполучення	Складання
1708	Sweet Storm O'Mine	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1709	Sweeter Than Sweet	Складений	Редуплікована назва	Складання
1710	Sweetly Singing	Складений	Словосполучення	Складання
1711	Sweetsouthernambar	Складений	Словосполучення	Складання
1712	Sweettay	Простий	Афіксальний	Афіксація / Графон
1713	T Rocket	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1714	Teaparty patriot	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

1715	Tea's Ms Mollie	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1716	Tekken's Blue Moon	Складений	Словосполучення	Складання
1717	Teleprompting	Простий	Афіксальний	Афіксація
1718	Tellme All Aboutit	Складений	Фраза	Складання
1719	Tellumyourthemayor	Складений	Фраза	Складання / Графон
1720	Tempestateapot	Складений	Словосполучення	Складання
1721	The Giant's Lamp	Складений	Словосполучення	Складання
1722	The Hooman	Складений	Словосполука	Складання
1723	The One	Складений	Словосполука	Складання
1724	The Other Guy	Складений	Словосполучення	Складання
1725	The Right Button	Складений	Словосполучення	Складання
1726	The Thinker	Складений	Словосполука	Складання
1727	The Ultimate Bid	Складений	Словосполучення	Складання
1728	The Wrong Face	Складений	Словосполучення	Складання
1729	Theoretically	Простий	Афіксальний	Афіксація
1730	Thequestionis	Складений	Фраза	Складання
1731	There Goes Kevin	Складений	Фраза	Складання
1732	Thesecolorsdorun	Складений	Фраза	Складання
1733	Thethirdjonesgirl	Складений	Словосполучення	Складання
1734	Theycallhimmrbiggs	Складений	Фраза	Складання
1735	Thief in the Night	Складений	Словосполучення	Складання
1736	Think Its All Over	Складений	Фраза	Складання
1737	Third Commandment	Складений	Словосполучення	Складання
1738	Thirsty Soul	Складений	Словосполучення	Складання
1739	Thirtyfirststreet	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1740	Thirtythreeacross	Складений	Словосполучення	Складання
1741	This Ones for Izzi	Складений	Фраза	Складання
1742	This Red Rocks	Складений	Словосполучення	Складання
1743	Thiscatsforcaryl	Складений	Фраза	Складання
1744	Thisdanceistaken	Складений	Фраза	Складання
1745	Thisishowweroll	Складений	Фраза	Складання
1746	Thismudsforyouandi	Складений	Фраза	Складання
1747	Thomas Lee	Складений	Словосполучення	Складання
1748	Thoroughbred Sally	Складений	Словосполучення	Складання
1749	Thoughtful Guy	Складений	Словосполучення	Складання
1750	Thrasher Ridge	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1751	Three Buttons Down	Складений	Словосполучення	Складання
1752	Three in the Room	Складений	Словосполучення	Складання
1753	Three o'Clock Rock	Складений	Словосполучення	Складання
1754	Three Rudys	Складений	Словосполучення	Складання
1755	Three Stents	Складений	Словосполучення	Складання
1756	Three Times A Lady	Складений	Словосполучення	Складання
1757	Threegoodkids	Складений	Словосполучення	Складання
1758	Thrice the Vice	Складений	Редуплікована назва	Складання
1759	Thrill Zone	Складений	Словосполучення	Складання
1760	Thru the Field	Складений	Словосполука	Складання / Графон
1761	Toot's Alarm	Складений	Словосполучення	Складання
1762	Top Bananna	Складений	Словосполучення	Складання
1763	Top Drive	Складений	Словосполучення	Складання
1764	Top Hit Man	Складений	Словосполучення	Складання
1765	Top Mambo	Складений	Словосполучення	Складання
1766	Top of the Stone	Складений	Словосполучення	Складання
1767	Top Penny	Складений	Словосполучення	Складання
1768	Top Primogenito	Складений	Словосполучення	Складання / Гібридизація
1769	Top Shuffuer	Складений	Словосполучення	Складання
1770	Top Storm	Складений	Словосполучення	Складання
1771	Top Twenty	Складений	Словосполучення	Складання
1772	Topcatstyle	Складений	Словосполучення	Складання
1773	Torito Monster	Складений	Словосполучення	Складання
1774	Tormento	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1775	Torpedo of Truth	Складений	Словосполучення	Складання
1776	Tri Delta True	Складений	Словосполучення	Складання
1777	Tri for Mr. L	Складений	Словосполучення	Складання
1778	Tri Polar	Складений	Словосполука	Складання / Сегментація
1779	Tricky and Tough	Складений	Словосполучення	Складання
1780	Tricky Champ	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення



1781	Tricky Deekey	Складений	Словосполучення	Складання
1782	Tricky Great	Складений	Словосполучення	Складання
1783	Tricky Ricardo	Складений	Словосполучення	Складання
1784	Tricky Surprise	Складений	Словосполучення	Складання
1785	Trilliant Topaz	Складений	Словосполучення	Складання
1786	Trinas Gift	Складений	Словосполучення	Складання
1787	Trinity Tavern	Складений	Словосполучення	Складання
1788	Tripendicular	Простий	Афіксальний	Афіксація
1789	Triple Kiss	Складений	Словосполучення	Складання
1790	Triple Strand	Складений	Словосполучення	Складання
1791	Tripledoubledylan	Складений	Словосполучення	Складання
1792	Trip's Eclipse	Складений	Словосполучення	Складання
1793	Triumph Arch	Складений	Словосполучення	Складання
1794	Trixie P	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1795	Trois Vallees	Складений	Словосполучення	Складання
1796	Tropical Rain	Складений	Словосполучення	Складання
1797	Trouble in Excess	Складений	Словосполучення	Складання
1798	Tru Brahms	Складений	Словосполучення	Складання
1799	Truco de Amor	Складений	Словосполучення	Складання
1800	True Blue Red	Складений	Словосполучення	Складання
1801	True Destiny	Складений	Словосполучення	Складання
1802	True Flare	Складений	Словосполучення	Складання
1803	True Lady	Складений	Словосполучення	Складання
1804	True Silver Magic	Складений	Словосполучення	Складання
1805	True Temper	Складений	Словосполучення	Складання
1806	True Zip	Складений	Словосполучення	Складання
1807	Truly Impressive	Складений	Словосполучення	Складання
1808	Truly Summer	Складений	Словосполучення	Складання
1809	Trumpet Player Jay	Складений	Словосполучення	Складання
1810	Trust Your Luck	Складений	Фраза	Складання
1811	Trusted Scout	Складений	Словосполучення	Складання
1812	Trusting Silver	Складений	Словосполучення	Складання
1813	Truthful Ruth	Складений	Словосполучення	Складання
1814	Truxing	Простий	Афіксальний	Афіксація
1815	T's Diamondglitter	Складений	Словосполучення	Складання
1816	T's Mountain	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1817	Tsarskaya	Простий	Афіксальний	Афіксація / Гібридизація
1818	Two Timin Woman	Складений	Словосполучення	Складання
1819	Twylight Cocktails	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1820	Tydro	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1821	Tyger River	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1822	Tyler's Rocket	Складений	Словосполучення	Складання
1823	Typhoon Ling Ling	Складений	Редуплікована назва	Складання
1824	Ty's Honour	Складений	Словосполучення	Складання
1825	U Fund It	Складений	Фраза	Складання
1826	U Kay	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання / Семантичний каламбур
1827	U. A. F. S. Star	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1828	Ubetimfast	Складений	Фраза	Складання
1829	Ubrighenmylife	Складений	Фраза	Складання
1830	Ucross	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1831	Ultimit Instigator	Складений	Словосполучення	Складання
1832	Ultra Pegasus	Складений	Словосполучення	Складання
1833	Umpee	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1834	Unabiding Citizen	Складений	Словосполучення	Складання
1835	Unambiguous	Простий	Афіксальний	Афіксація
1836	Unbeatable Wil	Складений	Словосполучення	Складання
1837	Unbridled Ascent	Складений	Словосполучення	Складання
1838	Unbridled Bullet	Складений	Словосполучення	Складання
1839	Unbridled Emotion	Складений	Словосполучення	Складання
1840	Unbridled Fury	Складений	Словосполучення	Складання
1841	Unbridled Minister	Складений	Словосполучення	Складання
1842	Unbridled Ring	Складений	Словосполучення	Складання
1843	Unbridled War	Складений	Словосполучення	Складання
1844	Unbridled's Legacy	Складений	Словосполучення	Складання
1845	Unbuttoned	Простий	Афіксальний	Афіксація
1846	Uncle Bellum	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

1847	Uncle Clem	Складений	Словосполучення	Складання
1848	Uncle Drew Bear	Складений	Словосполучення	Складання
1849	Uncle Glen	Складений	Словосполучення	Складання
1850	Uncle J's Angel	Складений	Словосполучення	Складання
1851	Uncle Poseidon	Складений	Словосполучення	Складання
1852	Uncle Sergiovanni	Складений	Словосполучення	Складання
1853	Uncle Tim	Складений	Словосполучення	Складання
1854	Uncomfortably Numb	Складений	Словосполучення	Складання
1855	Uncommon Sense	Складений	Словосполучення	Складання
1856	Under Paid	Складений	Словосполучення	Складання
1857	Undercovercap	Складений	Словосполучення	Складання
1858	Underground Queen	Складений	Словосполучення	Складання
1859	Understated Charm	Складений	Словосполучення	Складання
1860	Undressed	Простий	Афіксальний	Афіксація
1861	Unforgettable Song	Складений	Словосполучення	Складання
1862	Unhook My Sarong	Складений	Фраза	Складання
1863	Uninterrupted	Простий	Афіксальний	Афіксація
1864	Unite Tonite	Складений	Редуплікована назва	Складання / Графон
1865	Unlawful Spirit	Складений	Словосполучення	Складання
1866	Unmarked Bills	Складений	Словосполучення	Складання
1867	<i>Uno Caliente</i>	Складений	Словосполука	Складання
1868	Vaazzee	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1869	Van Tassel	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1870	Vanhoose	Складний	Складне скорочення	Стягнення
1871	Vanilla Twist	Складений	Словосполучення	Складання
1872	Vanity Royal	Складений	Словосполучення	Складання
1873	Vanrighter	Простий	Афіксальний	Афіксація
1874	Variety Lady	Складений	Словосполучення	Складання
1875	<i>Vaughtski</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1876	Vavazoom	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1877	Veggie Soup	Складений	Словосполучення	Складання
1878	Velvet Dancer	Складений	Словосполучення	Складання
1879	<i>Vena Amoris</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1880	Vengeful Lady	Складений	Словосполучення	Складання
1881	<i>Vent Vert</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1882	<i>Vento Arctico</i>	Складений	Словосполучення	Складання
1883	Vermajo River	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація / Гібридизація
1884	Vero's Hero	Складений	Словосполучення	Складання
1885	Versed in Logic	Складений	Словосполучення	Складання
1886	Very Best One	Складений	Словосполучення	Складання
1887	Very Expensive	Складений	Словосполучення	Складання
1888	Very Popular	Складений	Словосполучення	Складання
1889	Very Superstitious	Складений	Словосполучення	Складання
1890	Very Verzy	Складений	Словосполучення	Складання
1891	<i>Via Lombardia</i>	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1892	Via Storm	Складений	Словосполучення	Складання
1893	Vic Indeed	Складений	Словосполука	Складання
1894	Victoria Pool	Складений	Словосполучення	Складання
1895	Victoriahasasecret	Складений	Фраза	Складання / Семантичний каламбур
1896	Victorica	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1897	Victor's Queen	Складений	Словосполучення	Складання
1898	Victory Formation	Складений	Словосполучення	Складання
1899	W Two	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1900	Wegonahavagoodtime	Складений	Фраза	Складання / Графон
1901	Welcome Song	Складений	Словосполучення	Складання
1902	Wellington's Way	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1903	Wells I'm O K	Складений	Фраза	Складання
1904	We'llsee	Складений	Фраза	Складання
1905	Welsh Lion	Складений	Словосполучення	Складання
1906	Wendy Darling	Складений	Словосполучення	Складання
1907	Went Out	Складений	Словосполука	Складання
1908	Werewolf Thunder	Складений	Словосполучення	Складання
1909	Wessie the Cat	Складений	Словосполучення	Складання
1910	Westcoast Express	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1911	Westdale Warrior	Складений	Словосполучення	Складання
1912	Western Charm	Складений	Словосполучення	Складання

\*курсивом - запозичення

1913	Western Fury	Складений	Словосполучення	Складання
1914	What a Moon	Складений	Словосполучення	Складання
1915	Whatasenseofhumor	Складений	Фраза	Складання
1916	Whole Heartedly	Складений	Словосполука	Складання / Сегментація
1917	Whoop	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1918	Who's Foolin Mula	Складений	Фраза	Складання
1919	Who's Sorry Now	Складений	Фраза	Складання
1920	Who's Wavering	Складений	Фраза	Складання
1921	Whougotyoureyeon	Складений	Фраза	Складання / Графон
1922	Why Fair	Складений	Фраза	Складання
1923	Why Not Spring	Складений	Фраза	Складання
1924	Why Shirley Why	Складений	Фраза	Складання
1925	Why Why Wired	Складений	Редулікована назва	Складання
1926	Whyluckywhy	Складений	Фраза	Складання
1927	Wicked Buck	Складений	Словосполучення	Складання
1928	Wicked Dreams	Складений	Словосполучення	Складання
1929	Wicked Gangster	Складений	Словосполучення	Складання
1930	Wicked Irish	Складений	Словосполучення	Складання
1931	Wicked Vow	Складений	Словосполучення	Складання
1932	Wickedly Bold	Складений	Словосполучення	Складання
1933	Wicklow Glitter	Складений	Словосполучення	Складання
1934	Wide Right	Складений	Словосполучення	Складання
1935	Wiggleinherwalk	Складений	Фраза	Складання
1936	Wild About Africa	Складений	Словосполучення	Складання
1937	Wild About Silver	Складений	Словосполучення	Складання
1938	Wild and Crafty	Складений	Словосполучення	Складання
1939	Wild and True	Складений	Словосполучення	Складання
1940	Wild Babu	Складений	Словосполучення	Складання
1941	Wild Brian	Складений	Словосполучення	Складання
1942	Wild Camphor	Складений	Словосполучення	Складання
1943	Wild Cat Offense	Складений	Словосполучення	Складання
1944	Wild Commander	Складений	Словосполучення	Складання
1945	Wild Divide	Складений	Словосполучення	Складання
1946	Wildcat Drive	Складений	Словосполучення	Складання
1947	Wildcat Katie	Складений	Словосполучення	Складання
1948	Wildcat Run	Складений	Словосполучення	Складання
1949	Wildcat Winner	Складений	Словосполучення	Складання
1950	Wildcat's Smile	Складений	Словосполучення	Складання
1951	Wilderness Tavern	Складений	Словосполучення	Складання
1952	Woodburner	Складний	Афіксальний композит	Складання
1953	Woodford's Topper	Складений	Словосполучення	Складання
1954	Woodman's Classic	Складений	Словосполучення	Складання
1955	Woodpulp	Складний	Власне композит	Складання
1956	Woodshe	Складений	Фраза	Складання / Графон
1957	Woodudance	Складений	Гіпонімний зсув	Складання
1958	Woodys a Goodie	Складений	Словосполучення	Складання
1959	Woofy Woman	Складений	Словосполучення	Складання
1960	Wordly Lad	Складений	Словосполучення	Складання
1961	Words Unspoken	Складений	Словосполучення	Складання
1962	Working Man Blues	Складений	Словосполучення	Складання
1963	World Beyond	Складений	Словосполука	Складання
1964	World Tour	Складений	Словосполучення	Складання
1965	Worthy Contender	Складений	Словосполучення	Складання
1966	Would You	Складений	Фраза	Складання
1967	Wow	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1968	Wriggle	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1969	Written Rule	Складений	Словосполучення	Складання
1970	Wyatt S	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1971	Wyetta Earp	Складений	Словосполучення	Складання
1972	Wynn Willie Wynn	Складений	Редулікована назва	Складання
1973	Wynona's Express	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація
1974	X Country Girl	Складений	Комбінована абрєвіатура	Складання
1975	Xando Factor	Складений	Словосполучення	Складання
1976	Xrated Kisses	Складений	Словосполучення	Складання
1977	Xtimes Three	Складений	Словосполучення	Складання

1978	Xurelle	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1979	Ya Conscience	Складений	Словосполука	Складання
1980	Yabba Dhaba Do	Складений	Редуплікована назва	Складання
1981	Yadiel Guillermo	Складений	Словосполучення	Складання
1982	Yaho Lion	Складений	Словосполучення	Складання
1983	Yalla Binty	Складений	Словосполучення	Складання
1984	Yamassee	Складений	Гіпонімний зсув	Складання
1985	Yankee Boss	Складений	Словосполучення	Складання
1986	Yankee Dan	Складений	Словосполучення	Складання
1987	Yankee Injunuity	Складений	Словосполучення	Складання
1988	Yankee Vacuum	Складений	Словосполучення	Складання
1989	Yankee'sace	Складений	Словосполучення	Складання / Графон
1990	Yanyce Mariery	Складений	Словосполучення	Складання
1991	<i>Yaretzi</i>	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1992	Yawanna Duet	Складений	Фраза	Складання / Графон
1993	Yeaah	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва
1994	Yellow Pocahontas	Складений	Словосполучення	Складання
1995	Yeonseung Gangho	Складений	Словосполучення	Складання
1996	Yes He Is Brave	Складений	Фраза	Складання
1997	Yes It's the Boy	Складений	Фраза	Складання
1998	Yes Sir Ree Bob	Складений	Словосполучення	Складання
1999	Zippity Kick	Складений	Словосполучення	Складання
2000	Zippy's Tiger	Складений	Словосполучення	Складання

## ДОДАТОК 3

## Список аналізованих неофіційних гіпонімів

№	Гіпонім	Структурний тип		Словотвірна модель	Офіційна назва
		Тип	Підтип		
1	Aemonn	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
2	Connor	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
3	Derek	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
4	Foxy	Простий	Афіксальний	Афіксація	Mockbeggar Foxylady II
5	Hampton	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
6	Jacob	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Jacob Fan Quatrebras
7	Sunny	Простий	Афіксальний	Афіксація	Little Mr. Sunshine
8	True	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
9	Avocado	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
10	Ginger	Простий	Афіксальний	Афіксація	
11	Abi	Простий	Усічений	Скорочення	Talkland Abbeygale
12	Ace	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	An Ace in the Hole
13	Adam	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
14	Addix	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Sudden Addiction
15	Addy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
16	Adolph	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
17	Al Capony	Простий	Словосполучення	Складання / Семантичний каламбур	
18	Albert	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
19	Alby	Простий	Афіксальний	Афіксація	
20	Alfie	Простий	Афіксальний	Афіксація	In the Limelight
21	Ali	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
22	Allie	Простий	Афіксальний	Афіксація	All It Takes
23	Amadeus	Простий	Афіксальний	Афіксація	
24	Amaretto	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
25	Amicia	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
26	Anair	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
27	Andre	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
28	Andy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
29	Angel	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
30	Apple	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
31	Atila	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
32	Axel	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
33	Bacon	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
34	Badger	Простий	Афіксальний	Афіксація	Badger
35	Badgey	Простий	Афіксальний	Афіксація	Badger
36	Bagels	Простий	Афіксальний	Афіксація	
37	Bailey	Простий	Афіксальний	Афіксація	Baileys Irish Cream
38	Bathroom	Складний	Власне композит	Складання	
39	Bay	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
40	Beau	Простий	Усічений	Скорочення	
41	BeeBee	Складений	Редуплікована назва	Складання	
42	Begley	Простий	Афіксальний	Афіксація	
43	Bella	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Alciene la bella
44	Belly	Простий	Афіксальний	Афіксація	Alciene la bella
45	Ben	Простий	Усічений	Скорочення	Ben Jammin
46	Bentley	Простий	Афіксальний	Афіксація	
47	Bernie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
48	Bertie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Ridgeway Pathfinder
49	Bertie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Abetterplacetobe
50	Betsy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
51	Bikini	Простий	Афіксальний	Афіксація	
52	Bill	Простий	Усічений	Скорочення	Billara Beersheba
53	Billy Baby	Складений	Словосполучення	Складання	Billara Beersheba
54	Billy Boy	Складений	Словосполучення	Складання	Billara Beersheba
55	Bimbo	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
56	Blackie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
57	Blade	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Blade's Edge
58	Blaze	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
59	Bo	Простий	Усічений	Скорочення	Mr Bojangles
60	Bobby Ray	Складений	Словосполучення	Складання	

\* курсивом - запозичення

61	Bodey	Простий	Афіксальний	Афіксація	Bodes Well
62	Bomber	Простий	Афіксальний	Афіксація	
63	Boo	Простий	Усічений	Скорочення	Chilli Boy
64	Boots	Простий	Афіксальний	Афіксація	
65	Boytoy	Складений	Словосполучення	Складання	
66	Breezy	Простий	Афіксальний	Афіксація	Black Mountain Breeze
67	Brie	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
68	Brother	Простий	Афіксальний	Афіксація	
69	Bruce	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Athlone David
70	Bubbles	Простий	Афіксальний	Афіксація	
71	Buddha	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
72	Buddy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
73	Bullwinkle	Складений	Словосполучення	Складання	
74	Butterball	Складний	Власне композит	Складання	
75	Buttercup	Складний	Власне композит	Складання	
76	Button	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
77	Buzz	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Palladius
78	Cally	Простий	Афіксальний	Афіксація	Tengo No Dinero
79	Cambrica	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Cambrica shaylee
80	Candy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
81	Cane	Простий	Усічений	Скорочення	Hurricane
82	Cappy	Простий	Афіксальний	Афіксація	Captain Puqwash
83	Caribbe	Простий	Усічений	Скорочення	Carribean
84	Casee	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
85	Casey	Простий	Афіксальний	Афіксація	
86	caspa	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Spotted Moon light
87	Charisma	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
88	Charlie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Black Country Lad
89	Chaser	Простий	Афіксальний	Афіксація	
90	Checkers	Простий	Афіксальний	Афіксація	
91	Cherry	Простий	Афіксальний	Афіксація	Morello Noir
92	Chic	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
93	Chico	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Paint Me Proud II
94	Chief	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Hucks Eternal Charm
95	Chilli	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Chilli Boy
96	Chivy	Простий	Афіксальний	Афіксація	Great Chivalry
97	Chloe	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
98	Chocolate	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
99	Chrissy	Простий	Афіксальний	Афіксація	My Miss Prim
100	Cobbo	Складний	Складне скорочення	Стягнення	Bob the Cob
101	Coco	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
102	Cocoa	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Mr Coconut
103	Cody	Простий	Афіксальний	Афіксація	
104	Color	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
105	Connie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
106	Cookie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
107	Coosas	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Coosas Night Music
108	Cowboy	Складний	Власне композит	Складання	
109	Craig	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	S.C Ginga Boy
110	Curly	Простий	Афіксальний	Афіксація	
111	Dacry	Простий	Афіксальний	Афіксація	Boy Oh Boy
112	Daisy	Простий	Афіксальний	Афіксація	Dancing Daisies
113	Dancer	Простий	Афіксальний	Афіксація	Save the Last Dance
114	Dandy	Простий	Афіксальний	Афіксація	Thats Just Dandy
115	Danny	Простий	Афіксальний	Афіксація	
116	Dante	Простий	Усічений	Скорочення	Andante
117	Dave	Простий	Усічений	Скорочення	
118	Davina	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Davina
119	Dawkins	Простий	Афіксальний	Афіксація	
120	Dayo	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	S.C Ditsy doo
121	Debbie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
122	Delphia	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
123	Derf	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва / Анаграма	
124	Desi	Простий	Усічений	Скорочення	Design

\* курсивом - запозичення

125	Dexter	Простий	Афіксальний	Афіксація	
126	Diamond	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Big Diamond
127	Dianna	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
128	Digger-Doo	Складений	Редуплікована назва	Складання	
129	Dillon	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
130	Dilly	Простий	Афіксальний	Афіксація	
131	Dino	Простий	Усічений	Скорочення	Caradino
132	Disney	Простий	Афіксальний	Афіксація	
133	Dizz	Простий	Усічений	Скорочення	The Dizzy Blonde
134	Dizzy	Простий	Афіксальний	Афіксація	The Dizzy Blonde
135	DJ	Складений	Абревіатура	Скорочення	
136	Dogface	Складний	Власне композит	Складання	
137	Dolly	Простий	Афіксальний	Афіксація	Bohuns Echo Four Five
138	Dom	Простий	Усічений	Скорочення	Pentrepoid Domino
139	Donatello	Простий	Афіксальний	Афіксація	
140	Donny	Простий	Афіксальний	Афіксація	Donald
141	Doris	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
142	Dorrie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
143	Double	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Kings Double Poco
144	Douby	Простий	Усічений	Скорочення	Double
145	Dribble	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
146	Duchess	Простий	Афіксальний	Афіксація	
147	Duckie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Rubber Ducky
148	Ducky	Простий	Афіксальний	Афіксація	
149	Dude	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
150	Dunny	Простий	Афіксальний	Афіксація	
151	Easy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
152	Ebony	Простий	Афіксальний	Афіксація	Kylemore Kenmare
153	Echo	Простий	Усічений	Скорочення	Echos of Laughter
154	Ed	Простий	Усічений	Скорочення	Boss Man Tom
155	Edna	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
156	Ellie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Redcarr Lady Ellie Rose
157	Elliemay	Складний	Афіксальний композит	Складання	Elliemay M
158	Ember	Простий	Афіксальний	Афіксація	
159	Emma	Простий	Усічений	Скорочення	Marinita Emerald Star
160	Erin	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
161	Erotica	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
162	Esme	Простий	Усічений	Скорочення	
163	Evie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
164	Falmer	Простий	Афіксальний	Афіксація	Dapple Pie
165	Fat Bastard	Складений	Словосполучення	Складання	
166	Fatty	Простий	Афіксальний	Афіксація	
167	Felix	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
168	Fergal	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
169	Fever	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Gold Rush Fever
170	Fez	Простий	Усічений	Скорочення	
171	Fil	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
172	Filly	Простий	Афіксальний	Афіксація	
173	Finbar	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
174	Finn	Простий	Усічений	Скорочення	Birdwood grande finale
175	Finnie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
176	Fireman	Складний	Власне композит	Складання	
177	Fizzy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
178	Fletcher	Простий	Афіксальний	Афіксація	
179	Flick	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
180	Flirty	Простий	Афіксальний	Афіксація	Flirtation Itself
181	Flo	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	The Mill on the Floss
182	Flo	Простий	Усічений	Скорочення	Go with the Flow
183	Floppy	Простий	Афіксальний	Афіксація	CVS Summertime
184	Floss	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	The Mill on the Floss
185	Flower	Простий	Афіксальний	Афіксація	
186	Fly	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Highland Flyer
187	Fly Boi	Складений	Фраза	Складання	
188	FOOD	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
189	Forrest	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	CM Bedford Forrest

190	Fox	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
191	Fozzie	Простий	Афіксальний	Афіксація	CM Bedford Forrest
192	Frankie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
193	Frappucino	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
194	Freak	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
195	Freddie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
196	Fridge	Складний	Складне скорочення	Стягнення	Fatal Ridge
197	Frog	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
198	Fuego	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
199	Funnyface	Складений	Словосполучення	Складання	
200	Fuzzy	Простий	Афіксальний	Афіксація	CM Bedford Forrest
201	Galaxie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Galaxie
202	Gali	Простий	Усічений	Скорочення	Galilei 10
203	Gallen	Простий	Афіксальний	Афіксація	
204	Garlic	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
205	Gem	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Sandlings Little Gem
206	Gemma	Простий	Афіксальний	Афіксація	Mossgate Gemstone
207	Genie	Простий	Усічений	Скорочення	Miss Congeniality
208	Genius	Простий	Афіксальний	Афіксація	
209	Gerald	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
210	Gerbil	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
211	Giggles	Простий	Афіксальний	Афіксація	Ridgeway First Light
212	Git	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
213	Gladys	Простий	Усічений	Скорочення	Cefn Gladness
214	Glue	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
215	Goldie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
216	Goose	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
217	Gordozo	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
218	Gracie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Mayflower of Mikronezja
219	Grandpa	Складний	Власне композит	Складання	
220	Grayson	Складений	Афіксальний	Афіксація	
221	Greybird	Складений	Словосполучення	Складання	
222	Grub	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Sandybar Shadow
223	Grubby	Простий	Афіксальний	Афіксація	Sandybar Shadow
224	Grumpy	Простий	Афіксальний	Афіксація	Gros
225	НАНАНАН	Складений	Словосполука	Складання / Графон	
226	Hammie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
227	Handy	Простий	Афіксальний	Афіксація	handy money
228	Happy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
229	Harley	Простий	Афіксальний	Афіксація	Mynmyned Starlight Express
230	Harriette	Простий	Афіксальний	Афіксація	
231	Harry	Простий	Афіксальний	Афіксація	
232	Heifer	Простий	Афіксальний	Афіксація	
233	Hell's Bell's	Складений	Редуплікована назва	Складання	
234	Herbie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
235	Holiday	Складний	Власне композит	Складання	
236	Holly	Простий	Афіксальний	Афіксація	Somerford Golden Holly
237	Hollywood	Складний	Власне композит	Складання	
238	Honey	Простий	Афіксальний	Афіксація	Lovelyhill Home Touch
239	Honey	Простий	Афіксальний	Афіксація	The queen bee
240	Hootin Hollows	Складений	Словосполучення	Складання	
241	Hopalong	Складений	Словосполука	Складання	
242	Hottie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
243	Humbug	Складний	Власне композит	Складання	Woodrow Jigsaw
244	Hussy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
245	ice	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
246	Idiot	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
247	Ike	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
248	Ilen	Простий	Усічений	Скорочення	Silent Debut
249	Immy	Простий	Афіксальний	Афіксація	Imagination Run Wild
250	Indi	Простий	Усічений	Скорочення	Indian Blue
251	Itchy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
252	Ivor	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Ivor Novello
253	Jack	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
254	Jake	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Todburn Tiger



255	Jasmine	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
256	Jasmine	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
257	Jazmine	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
258	Jazz	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	All That Jazz
259	Jeffrie	Простий	Афіксальний	Афіксація	American Idol
260	jen	Простий	Усічений	Скорочення	Wyedean Jensen
261	Jerry	Простий	Афіксальний	Афіксація	
262	Jessie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Penual Jovella
263	Jigs	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
264	Jim	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Snowford Sunny Jim
265	Juan	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
266	Katie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Keltic Katie
267	Keeze	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
268	Kelly	Простий	Афіксальний	Афіксація	Kelly Thorpe
269	Kezzie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
270	Killer	Простий	Афіксальний	Афіксація	
271	King	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
272	Kirby	Простий	Афіксальний	Афіксація	Kirb Appeal
273	Kizzy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
274	Knight	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Midnight Fever
275	Knightman	Складний	Власне композит	Складання	Vitali
276	Koda	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Ben D Koda
277	Kyra	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	My Golden Afternoon
278	Leper	Простий	Афіксальний	Афіксація	
279	Lester	Простий	Афіксальний	Афіксація	
280	Lightning	Простий	Афіксальний	Афіксація	
281	Lil bastard	Складений	Словосполучення	Складання	Passadena Playboy
282	Lips	Простий	Афіксальний	Афіксація	
283	Lisa	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Talk to Me Lisa
284	Little Dick	Складений	Словосполучення	Складання	
285	Little Un	Складений	Словосполучення	Складання	Gwarcoed Gambler
286	Lola	Простий	Усічений	Скорочення	Dolores Branbury
287	Ludo	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Impulsive Purchase
288	Lulu	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Minerva Lily Wizz
289	Lusy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
290	Maddie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Amahashi Madeleine
291	Madonna	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
292	Maggie Mae	Складений	Словосполучення	Складання	
293	Maginty	Простий	Афіксальний	Афіксація	
294	Maguire	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
295	Maia	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Maia Golden Girl
296	Mainstreet	Складний	Власне композит	Складання	
297	Malone	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
298	Mariah	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
299	Mark	Простий	Усічений	Скорочення	Confetti's Magic Marker
300	Marley	Простий	Афіксальний	Афіксація	
301	Marshmellow	Складний	Власне композит	Складання	
302	May	Простий	Усічений	Скорочення	Maybe Its Maybelline
303	Maycie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Maybe Its Maybelline
304	Mazzie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Mascarita
305	Meg	Простий	Усічений	Скорочення	Glencapel Nutmeg
306	Melly	Простий	Афіксальний	Афіксація	May Melody
307	Melody	Простий	Афіксальний	Афіксація	SeaBreeze Melody
308	Merlin	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Merlin of Oakwood
309	Mickey	Простий	Афіксальний	Афіксація	Ballymena Mickey
310	Midge	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Southsands Moondaisy
311	Millie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Blackhill amber
312	Minnie	Простий	Афіксальний	Афіксація	World Fashion
313	Missy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
314	Mister	Простий	Афіксальний	Афіксація	
315	Mizzy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
316	Mo	Простий	Усічений	Скорочення	Crown Harmony
317	Moe	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
318	Monroe	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Little Miss Monroe
319	Monster	Простий	Афіксальний	Афіксація	

320	Mony	Простий	Усічений	Скорочення	Crown Harmony
321	Mousse	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
322	Mrs Mozart	Складений	Словосполучення	Складання / Стилізація	
323	Murdock	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
324	Myrtle	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Myrtle the Turtle
325	Native	Простий	Афіксальний	Афіксація	
326	Neve	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
327	Nightlight	Складений	Власне композит	Складання	
328	Norman	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Point Break
329	Nudey	Простий	Афіксальний	Афіксація	In the Nude
330	Nudge	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
331	Oops	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
332	Oscar	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
333	Otto	Простий	Усічений	Скорочення / Паліндром	Ottoway
334	Ozzy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
335	Paddy	Простий	Афіксальний	Афіксація	JP Lad
336	Painter	Простий	Афіксальний	Афіксація	
337	Patricia	Простий	Усічений	Скорочення	Patriska
338	Pea	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Mirkwood Exquisite
339	Peanuts	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
340	Pearl	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Barkwith little Pearl
341	Pete	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
342	Pharaoh	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
343	Pheeb	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Marinita Sunday Girl
344	Pheobe	Простий	Афіксальний	Афіксація	Marinita Sunday Girl
345	Phil	Простий	Усічений	Скорочення	Hydehouse Prince
346	Phoebe	Простий	Афіксальний	Афіксація	Fleur de Chantilly
347	Picante	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
348	Pickle	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
349	Pickles	Простий	Афіксальний	Афіксація	
350	Piglet	Простий	Афіксальний	Афіксація	Mabel O'Gem
351	Pissy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
352	Pixie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
353	Pody	Простий	Афіксальний	Афіксація	Amira Podruga
354	Pony	Простий	Афіксальний	Афіксація	Mirkwood Exquisite
355	Pooie Louie	Складений	Редуплікована назва	Складання	
356	Poppy	Простий	Усічений	Скорочення	Silver's Poppaea
357	Porkchop	Складений	Словосполучення	Складання	
358	Pot Roast	Складений	Словосполучення	Складання	
359	Potato	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
360	Pre-Med	Простий	Афіксальний	Афіксація	
361	Premi	Простий	Усічений	Скорочення	Premiere
362	Preston	Простий	Афіксальний	Афіксація	Just Press Start
363	Prince	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Shah Zadeh
364	Prophet	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
365	Pukey Lukey	Складений	Редуплікована назва	Складання	
366	Puppychow	Складений	Словосполучення	Складання	
367	Quest	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
368	Question	Простий	Афіксальний	Афіксація	
369	Raisin	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
370	Red	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
371	Red Fred	Складений	Словосполучення	Складання	
372	Richard	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
373	Riva	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Minerva's Young Pretender
374	Roc	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Roc On
375	Rocky	Простий	Афіксальний	Афіксація	Roc On
376	Rolo	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
377	Ronde	Простий	Усічений	Скорочення	Rondeveau
378	Rooster	Простий	Афіксальний	Афіксація	
379	Root	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
380	Rory	Простий	Афіксальний	Афіксація	Baileys on Ice
381	Rosie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
382	Rossi	Простий	Афіксальний	Афіксація	
383	Rover	Простий	Афіксальний	Афіксація	

384	Row	Простий	Усічений	Скорочення	Wildmoor Best Heart
385	Rowan	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Wildmoor Best Heart
386	Rowdy	Простий	Афікальний	Афікація	
387	Rowy	Простий	Афікальний	Афікація	Wildmoor Best Heart
388	Roxy	Простий	Афікальний	Афікація	Harryettes Birthday Girl
389	Ruby	Простий	Афікальний	Афікація	Ruby Tuesday
390	Rueben	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Rumba of Crafton
391	Rusty	Простий	Афікальний	Афікація	Tishions Rustic Gold
392	Sadie	Простий	Афікальний	Афікація	
393	Saff	Простий	Усічений	Скорочення	Sapphire Surprise
394	Sally	Простий	Афікальний	Афікація	
395	Sam	Простий	Усічений	Скорочення	
396	Santa	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Orinoco Flow
397	Sassy	Простий	Афікальний	Афікація	A Little Pizzazz
398	Screamer	Простий	Афікальний	Афікація	Screaming Hot Wings
399	Sebastian	Простий	Афікальний	Афікація	
400	Serene	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
401	Shad	Простий	Усічений	Скорочення	Shadow
402	Shadow	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Llantrisant Magician
403	Sheena	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Superstarr
404	Sienna	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
405	Signet	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Mountain Signet
406	Silence	Простий	Афікальний	Афікація	
407	Silver	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
408	Silvia	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
409	Skinny Vinny	Складений	Редуплікована назва	Складання	
410	Skipper	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
411	Sky	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Abbeys sky
412	Smelly Ellie	Складений	Редуплікована назва	Складання	
413	Snickers	Простий	Афікальний	Афікація	
414	Sol	Простий	Усічений	Скорочення	Probably Solvable
415	Sophie	Простий	Афікальний	Афікація	Toledo Steel
416	Spider	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
417	Spirit	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
418	Splash	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Splash of Fun
419	Spoon	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
420	Squeal	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
421	Squid	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
422	Squigett	Простий	Афікальний	Афікація	
423	Stan	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
424	Star	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
425	Starbucks	Складний	Афікальний композит	Складання	
426	Stevies	Простий	Афікальний	Афікація	
427	Stinky	Простий	Афікальний	Афікація	Destinctive
428	Storm	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Little storm II
429	Stormy	Простий	Афікальний	Афікація	
430	Strawberry	Складний	Афікальний композит	Складання	
431	Streetwalker	Простий	Афікальний композит	Складання	
432	Sugar	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
433	Sunshine	Складний	Власне композит	Складання	
434	Surly	Простий	Афікальний	Афікація	
435	Sweets	Простий	Афікальний	Афікація	
436	Sydney	Простий	Афікальний	Афікація	
437	Tabasco	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Twyford Tabasco
438	Taco	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	
439	Taffy	Простий	Афікальний	Афікація	er Taff
440	Tally	Простий	Афікальний	Афікація	J.Ks Chital
441	Tank	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	Treascons Golden Prince
442	Tara	Простий	Усічений	Скорочення	Tariziam Gold Dust
443	Tarzan	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	A Mighty Tarzan
444	Teddy	Простий	Афікальний	Афікація	Two Step
445	Tello	Простий	Усічений	Скорочення	
446	Terry	Простий	Афікальний	Афікація	
447	Testimonial	Простий	Афікальний	Афікація	Reputed Testamony
448	Thistle	Простий	Безафікський	Одноосновна назва	

449	Tilly	Простий	Афіксальний	Афіксація	Taliban
450	Timi	Простий	Усічений	Скорочення	Always the Optimist
451	Tobi	Простий	Афіксальний	Афіксація	CM Oberon Toblerone
452	Toby	Простий	Афіксальний	Афіксація	Toby
453	Tory	Простий	Усічений	Скорочення	Tornado
454	Toto	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
455	Traps	Простий	Усічений	Скорочення	Trapez
456	Trash	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
457	Travis	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Blues Art
458	Trevor	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Treadin On Ice
459	Trinity	Простий	Афіксальний	Афіксація	
460	Troy	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
461	Trump	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Don't Trump My Ace
462	Turkey	Простий	Афіксальний	Афіксація	
463	Twinkles	Простий	Афіксальний	Афіксація	
464	Twit	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
465	Ugly	Простий	Афіксальний	Афіксація	
466	Vanilla	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	The Hale Vanilla
467	Vega	Простий	Усічений	Скорочення	What Happens in Vegas
468	Vegas	Простий	Афіксальний	Афіксація	What Happens in Vegas
469	Viagra	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
470	Vida	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Mi Vida Loca
471	Vinnie	Простий	Афіксальний	Афіксація	
472	Vinny	Простий	Афіксальний	Афіксація	
473	Vintage	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
474	Vizzy	Простий	Афіксальний	Афіксація	Le Grand Vizier
475	Voddy	Простий	Афіксальний	Афіксація	Scotts Vodka Cruiser
476	Vodka	Простий	Афіксальний	Афіксація	Scotts Vodka Cruiser
477	Waikikamiukau	Складений	Гіпонімний зсув	Складання	
478	Wakerdoodles	Складний	Афіксальний композит	Складання	Greywaki
479	Walla Walla	Складений	Редуплікована назва	Складання	
480	Wedgie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Lemon Wedge
481	Weeby	Простий	Афіксальний	Афіксація	Marinita Sunday Girl
482	Wendy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
483	Wesley	Простий	Афіксальний	Афіксація	Wessel
484	Whataface	Складений	Фраза	Складання	
485	Whatever	Складний	Власне композит	Складання	
486	Whisper	Простий	Афіксальний	Афіксація	
487	Whoops	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	Fronbach Dazzler
488	Whorly	Простий	Афіксальний	Афіксація	Whorl wind
489	Wigglebutt	Складний	Власне композит	Складання	
490	Will	Простий	Усічений	Скорочення	Willberry
491	Winniebago	Складний	Афіксальний композит	Складання	
492	Wobbie	Простий	Афіксальний	Афіксація	Captain Robbert
493	Woody	Простий	Афіксальний	Афіксація	
494	Woody	Простий	Афіксальний	Афіксація	
495	Woostah	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
496	Yummy	Простий	Афіксальний	Афіксація	
497	Yum-Yum	Складений	Редуплікована назва	Складання	
498	Zak	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	
499	Zuri	Простий	Усічений	Скорочення	Senszuri Overload
500	Zuzu	Простий	Безафіксний	Одноосновна назва	

<b>Мотивація офіційних гіпонімів</b>		
<b>№</b>	<b>Гіпонім</b>	<b>Тип мотивації</b>
1	A.P. Indy's	Меморіальна
2	Affirmed	Ситуативна
3	Afleet Alex	Патронімічно-посесивна
4	Aloma's Ruler	Патронімічна
5	Always Dreaming	Ситуативна
6	Alysheba	Патронімічна
7	Amberoid	Патронімічна
8	American Pharoa	Патронімічна
9	Animal Kingdom	Патронімічна
10	Arts and letters	Номінальна
11	Avatar	Номінальна
12	Bally Ache	Патронімічна
13	Barbaro	Асоціативна
14	Battle Colors	Ідеологічна
15	Battle of Midway	Меморіальна
16	Bee Bee Bee	Патронімічна
17	Beningbrough	Локативна
18	Bet Twice	Апотропейна
19	Big Brown	Меморіальна
20	Bimelech	Меморіальна
21	Birdstone	Патронімічна
22	Black Caviar	Патронімічна
23	Black Gold	Ситуативно-квалітативна
24	Blue Man	Номінальна
25	Bodexpress	Посесивна
26	Bold Forbes	Патронімічна
27	Bounding Home	Патронімічна
28	Bubbling Over	Номінальна
29	Burgoo King	Меморіальна
30	By My Standards	Апотропейна
31	California Chrome	Локативно-квалітативна
32	Candy Spots	Патронімічно-квалітативна
33	Cannonade	Номінальна
34	Cavan	Локативна
35	Caveat	Номінальна
36	Celtic Ash	Патронімічна
37	Charismatic	Квалітативна
38	Chateaugay	Локативна
39	Citation	Номінальна
40	Classic Empire	Патронімічна
41	Cloud Computing	Тематична
42	Clyde Van Dusen	Меморіальна
43	Coastal	Номінальна
44	Codex	Номінальна
45	Colonial Affair	Патронімічна
46	Commendable	Квалітативна
47	Count Fleet	Патронімічна
48	Count Turf	Патронімічно-меморіальна
49	Counterpoint	Патронімічна
50	Country House	Ситуативна
51	Courage	Ідеологічна
52	Creme Fraiche	Патронімічна
53	Curlin	Меморіальна
54	Currency Swap	Тематична
55	Damascus	Локативна
56	Danzig Connection	Патронімічна
57	Dark Star	Номінальна
58	Deputed Testamony	Патронімічна
59	Determine	Номінальна
60	Drosselmeyer	Асоціативна
61	Dust Commander	Патронімічна
62	Easy Goer	Квалітативна
63	Eclipse	Ситуативна

64	Editor's Note	Номінальна
65	Elocutionist	Номінальна
66	Fast and Accurate	Квалітативна
67	Ferdinand	Номінальна
68	Flying Ebony	Квалітативна
69	Foolish Pleasure	Патронімічна
70	Forward Pass	Номінальна
71	Funny Cide	Патронімічна
72	Fusaichi Pegasus	Посесивно-символічна
73	Gallahadion	Меморіальна
74	Gallant Man	Асоціативна
75	Game Winner	Апотропейна
76	Gate Dancer	Патронімічна
77	Gato Del Sol	Патронімічна
78	Giacomo	Меморіальна
79	Girvin	Локативна
80	Go and Go	Апотропейна
81	Go for Gin	Номінальна
82	Gormley	Меморіальна
83	Graustark	Асоціативна
84	Greek Money	Патронімічна
85	Grindstone	Номінальна
86	Gunnevera	Локативна
87	Haikal	Символічна
88	Hail To All	Патронімічна
89	Hambletonian	Меморіальна
90	Hansel	Асоціативна
91	Hence	Квалітативна
92	High Echelon	Символічна
93	High Gun	Патронімічна
94	Hill Gail	Патронімічна
95	Honor	Ідеологічна
96	Hoop Jr.	Меморіальна
97	I'll Have Another	Ситуативна
98	Improbable	Патронімічна
99	Irap	Ситуативна
100	Irish War Cry	Патронімічно-ідеологічна
101	Iron Liege	Патронімічна
102	J Boys Echo	Меморіально-патронімічна
103	Jaipur	Локативна
104	Jess's Dream	Посесивна
105	Justify	Асоціативна
106	Kauai King	Номінальна
107	Lemon Drop Kid	Асоціативна
108	Leroidesanimaux	Символічна
109	Lil E. Tee	Посесивно-асоціативна
110	Little Current	Локативна
111	Lookin At Lucky	Номінальна
112	Lucky Debonair	Апотропейна
113	Majestic Prince	Символічна
114	Master Derby	Апотропейна
115	Maximum Security	Номінальна
116	McCraken	Локативна
117	Middleground	Номінальна
118	Mine That Bird	Патронімічна
119	Nashua	Патронімічна
120	Needles	Ситуативна
121	Normandy Invasion	Меморіальна
122	Nyquist	Меморіальна
123	Omaha	Локативна
124	Omaha Beach	Меморіальна
125	One Count	Патронімічна
126	Oxbow	Номінальна
127	Palace Malice	Комунікативна
128	Palace Malice	Патронімічна
129	Pass Catcher	Номінальна

130	Pasteurized	Номінальна
131	Patch	Квалітативна
132	Patriotic	Ідеологічна
133	Peace Chance	Патронімічна
134	Pensive	Номінальна
135	Peppers Pride	Патронімічна
136	Personality	Квалітативна
137	Pine Bluff	Локативна
138	Pleasant Colony	Патронімічна
139	Plus Que Parfait	Комунікативно-символічна
140	Point Given	Номінальна
141	Ponder	Номінальна
142	Potoooooo	Ситуативна
143	Practical Joke	Патронімічна
144	Prairie Bayou	Локативна
145	Predatory Pricer	Тематична
146	Promises Fulfilled	Ситуативна
147	Proud Clarion	Номінальна
148	Quadrangle	Номінальна
149	Rachel Alexandra	Меморіальна
150	Rags to Riches	Апотропейна
151	Real Quiet	Патронімічна
152	Riva Ridge	Меморіальна
153	Roadster	Символічна
154	Royal Orbit	Патронімічна
155	Ruler on Ice	Патронімічна
156	Saltram (horse	Локативна
157	Sarava	Символічна
158	Sea Hero	Патронімічна
159	Seattle Slew	Локативна
160	Secretariat	Ситуативна
161	Shackleford	Локативна
162	Shut Out	Номінальна
163	Silver Charm	Патронімічно-квалітативна
164	Smarty Jones	Меморіальна
165	Snow Chief	Патронімічна
166	Soldier	Ідеологічна
167	Spectacular Bid	Патронімічна
168	Spend A Buck	Патронімічно-апотропейна
169	Stage Door Johnny	Патронімічна
170	State of Honor	Патронімічна
171	Street Sense	Патронімічна
172	Strike the Gold	Апотропейна
173	Suddenbreakingnews	Комунікативна
174	Summer Bird	Патронімічна
175	Summer Squall	Номінальна
176	Summing	Номінальна
177	Sunday Silence	Ситуативна
178	Sunny's Halo	Патронімічна
179	Super Saver	Патронімічна
180	Swaps	Номінальна
181	Tabasco Cat	Патронімічна
182	Tacitus	Меморіальна
183	Takeover Target	Тематична
184	Tank's Prospect	Патронімічно-меморіальна
185	Tapwrit	Патронімічна
186	Tartar	Меморіальна
187	Temperence Hill	Меморіальна
188	Thunder Gulch	Номінальна
189	Tim Tam	Меморіальна
190	Timber Country	Патронімічна
191	Tom Rolfe	Патронімічна
192	Tomy Lee	Номінальна
193	Too Sleepy To Zip	Комунікативна
194	Touch Gold	Апотропейна
195	Tuerta	Квалітативна

196	Unbridled	Квалітативна
197	Union Rags	Патронімічна
198	Untrapped	Патронімічна
199	Vekoma	Меморіальна
200	Venetian Way	Локативна
201	Victory Gallop	Патронімічно-апотропейна
202	War Emblem	Патронімічна
203	War of Will	Патронімічна
204	Whirlaway	Патронімічна
205	Whiskery	Патронімічна
206	Willful Default	Тематична
207	Win Win Win	Комунікативна
208	Winning Colors	Апотропейна
209	Young Eclipse	Патронімічно-квалітативна
210	Young Traveller	Квалітативно-меморіальна



## Асоціативний онімний словник – реальні офіційні гіпоніми

### Secretariat – 87/247/8/31/1/8

Жеребець породи англійська чистокровна верхова, який в 1973 р. став першим за двадцять п'ять років володарем Потрійної корони, а також встановив новий рекорд у стрибках, який до сих пір вважається нездоланим.

Race horse (61), horse (47), race (8), famous racehorse (5), winner (5), *Big Red* (5), Secretary (5), office (5), legend (5), fast (3), *Thoroughbred* (3), best race horse ever (3), greatest race horse ever (3), champion (3), *Triple Crown* (3), racing (3), *Triple Crown Winner* (3), movie (3), *Red* (2), *UN* (2), most famous race horse (2), work (2), official (2), desk, desk work, movies, horse film, office work, office worker, government office, something for the office, Greatest Ever *Kentucky Derby* Winner, *Derby* winner, *Derby*, *Kentucky Derby*, *Triple Crown* champ, a racing horse, Best *Thoroughbred* Race Horse of all time!, paperwork, secret, hidden, a typist, administration, 31 lengths never equaled, Champion Race horse, service, silly but it kinda makes me think of a “secret agent” kind of classification, heart, uniqueness, amazing, *Triple Crown* race horse, great horse, magnificent animal, gender equality, receptionist, racehorse with the biggest heart, the most successful racehorse, administrative, greatest love strength the best ever, awesome movie-great racehorse, bad at breeding, typing, showjumping, winning horse, his heart was 2 times that if a normal *TB* horse, beautiful race horse, brilliant American race horse in the 70's I think, job, awesome horse, magnificent, impressive beyond words, *Triple Crown* winner never been out ran, *Thoroughbred* race horse, a beautiful *Thoroughbred* with a large heart, beautiful, history, horses, GOAT, *Triple Crown* champion, amazing horse, Breyer, great race horse, bureau, perfect, my horses great granddad, success story.

### War Admiral – 136/250/19/56/0/3

Американський чистокровний кінь, четвертий переможець Американської потрійної корони, Кінь року в 1937 р. Під час своєї кар'єри до кінця Великої депресії виграв 21 з 26 своїх стартів із заробітком в 273 240 доларів (що еквівалентно \$ 4 966 000 в 2019 році).

Race horse (28), horse (19), *Seabiscuit* (6), war horse (6), *Nelson* (6), ship (6), military (5), brave (5), hero (5), soldier (5), navy (5), legend (4), colonel (3), famous racehorse (3), race (3), *Napoleon* (3), *Thoroughbred* (3), *Triple Crown* (2), *Triple Crown Winner* (2), *Seabiscuit* rival (2), butterfly (2), strong (2), big (2), famous horse (2), beautiful (2), son of *Man O' War* (2), *Man O War* (2), amazing (2), old (2), army (2), tall (2), lost to *Seabiscuit* (2), criminal (2), hard hat, respect, peace, *Patton*, old guy, sad, armor dressed horse, dark bay or brown, military ship boss, someone in the defence up the ranks, a high up officer, *England*, captain war corporal ww2, general of battle, one of the greats, very high up military person of war, service, my mental picture is of a literal admiral one that's old and has the sea hat, man high up in navy, dogs, *Kentucky* racehorse, *Grant*, military uniform, big time famous racehorse sired many horses, *Kentucky*, famous *Thoroughbred* race horse, *Custer*, related to *Secretariat*, *MacArthur*, sargent, champion, older, beauty, someone high up in the army, sea, statue, admiral insurance, history, cavalry, leader, film, war captain, a person, the rival of *Seabiscuit*, fight, important war official, fast, front line, powerhouse, resilient, courageous, American race horse, powerful, letters, uniform, sea is unit, terrifyingly sad, beautiful black *Thoroughbred*, competition with *Sea Biscuit*, foundation, smart uniform, in charge of army, sire, local war memorial, *Kentucky Derby* winner, racer, *United States*, old old race horse, American *Triple Crown*, battleship, racehorse son of *Man O'War*, black horse, fighting, *U.S Navy*, *Star Wars*, another nice horse, competitive, *Napoleon Bonaparte*, winner winner, veteran, important, larger the life, WW2 race horse, Admiral in the Navy, mean rider, greatest *Thoroughbred*, horses, Admiral *Nimitz*, charger, famous, racing, great race horse, top boss of naval forces - at war, great book, nonorth, *Man o War's* son raced *Seabiscuit*, intimating, black, the black horse *Sea Biscuit* races against, military status, very very famous stallion, great, car insurance.

## California Chrome – 128/218/15/35/0/32

Перший каліфорнійський кінь в історії, якому вдалося стати переможцем найвідоміших перегонів у світі – Кентукського дербі та скакового дербі «Прікнесс» у 2014 р.

Race horse (26), car (20), horse (10), shiny (9), metal (7), colour (4), sun (4), *Thoroughbred* (4), computer (3), chestnut (3), *Google* (3), *America* (3), sunshine (2), *Triple Crown* (2), motorcycle (2), racing (2), *Derby* winner (2), warm (2), software, bird, *California* gold, air freshener, *Derby/Preakness/Dubai Cup* Winner, web, *California*, ocean, palomino, type of building supplies, fancy car, shiny metal on a car in the *US*, driving convertible car on *Pacific Highway*, sounds like a raisin, I'm not sure but I think I've heard of it and I feel like it might be a racehorse, hot rod car, *Google Chrome* Hahaha, fancy classic car, hot, sporty car, low rider car term, makes me think that chromebooks released a new version of the computer but in *California*, hot rod, probably a fancy AQH somewhere, nailpolish, another famous horse, traded, flashy, marketing, font, his trainer, recent magnificent *Thoroughbred* race horse, sunny beach in *California*, homies, beautiful race horse with lots of white markings, gorgeous, famous racehorse, bling, something to do with google, grey car paint, dressage, palomino *Saddlebred*, metal from *California*, *California* Internet, hot and shiny, stockings, *America* and monochrome, door handles, car colour, magnetic, truck, western, expensive decorative, done type of metal, orange, browser, hair colour, car bumper, dumb owner, race, big silver rims, car rims, *Cadillac*, cars, *Google Chrome*, American app, *Triple Crown* Winner, race horse sold to *Japan*, bay, brown, book, silver surfer, old music, mental, mare/filly, American car bumper, nice horse, song, underrated, *KY Derby*, special, yank tank, American race horse of the year, *Mississippi* mauve, horse name, oranges, shiny car, white sox, WOW!, good run, chestnut beauty, great, west coast, great horse, beach, fast, drink, silver, awesome stallion a true underdog, an American car from the fifties though I'm sure it must mean something else, amazing, probably shiny, type of chrome, old cars with lots of chrome, great champion, 2014 *Kentucky Derby* winner, grey horse, blaze, big chestnut stallion, horse of the year.

## Man O' War - 119/237/22/35/2/13

Чистокровний жеребець, який символізує золотий вік американського спорту, улюбленець публіки, який не сховався із заголовків газет та вигравав більшість світових перегонів за рекордний час. Один з найвеличніших скакунів усіх часів.

Jellyfish (34), race horse (30), horse (14), famous racehorse (7), *Big Red* (4), soldier (4), racing (4), hero (3), great racehorse (3), ship (3), movie (3), amazing (3), famous horse (3), legend (3), race (3), powerful (3), great (2), *Portuguese* (2), champion (2), *Kentucky* (2), foundation (2), ocean creature (2), *Second World War* (2), *WWI* (2), fish (2), racing horse (2), *Nicolas Cage*, historic horse, *Preakness / Belmont* Winner/Match Race with *Sir Barton*, *Vietnam*, dangerous, army, navy general, big strong aggressive, grandsire, someone at war, *Bold Ruler*, a name for a soldier, big jelly fish, fight, as in *Portuguese*, veteran, Famous Horse/Bloodline, old timer, definitely the man of war ships from the 1700s those things were beautiful, admiral, *Australia*, deep sea, name, another famous racehorse, epic, battleship, power, famous *Thoroughbred* racehorse, *Geronimo*, *Kentucky Derby*, *Breyer* race horse, chestnut, grandfather of all, best horse ever, my horse is related to him, human, sting, my horses baby daddy, winning, a man affected by war, book title, Australian racehorse, shoulder, famous stallion, *War Admiral*, game, one of the greatest racehorses, grand, octopus, a war veteran, *Thoroughbred* race horse, *Call of Duty*, strong tough bold, incredible, racer, the jelly fish like animal that will sting the crap out of anyone for no reason, poisonous jellyfish, *Thoroughbred*, sire, gun, father of all race horses, fair play, *War and Peace*, lovely, race *Thoroughbred* from early 1900's, big horse, *Cnidaria*, legendary race horse, another nice horse or jellyfish, history, hard act to follow, big race horse, crime, *Potooooooooos*, another *Triple Crown* winner, ocean, old hero, historic *Thoroughbred*, mostest horse that ever was, champion race horse, greatest race horse ever, *Thoroughbred* champion, Ptsd, greatest stallion of 19th century, lethal jellyfish or old battle ship (tall ship), another great book, most famous race horse, race horse very fine animal, the second best race horse, the best beautiful strong muscular, sea, very famous stallion, creature.

### Seabiscuit - 110/249/11/19/3/7

Чемпіон скакових перегонів у США, володар титулу Кінь року (1938). Символ надії для багатьох американців під час Великої депресії.

Racehorse (46), horse (39), famous racehorse (11), movie (11), racing (7), film (7), amazing racehorse (4), legend (4), race (4), underdog race horse (3), champion racehorse (3), racer (3), book (3), fast (3), racehorse with heart (2), salty (2), great race horse (2), beautiful horse (2), *Red* (2), small champion, yuck, amazing Horse to Beat *War Admiral* (*Triple Crown Winner*) in a match race, yum, winner, lovely, *Aussie* racehorse, *Santa Anita Handicap*, wet biscuit, two horse race at *Pimlico*, a biscuit, boat, I can only think of the horse, eat, breakfast, greatest race horse of all times, I have heard of *Seabiscuit* a story of an old rescued horse, water, another horse movie, something in the ocean, sea lion, interesting, famous horse I wish I had a baby from, determined, mighty, inspiration, race legend horse, amazing story, great horse story, great little race horse only 14 hands beat *War Admiral* in race back in the 1920's, *Julia Roberts*, race horse in a movie, small, *Big Red*, name of a horse i used to have, big heart, food, *Australia*, good film, sea, hard tack, racehorse film, racing icon, incredible race horse, amazing story of man and horse overcoming odds truly amazing racehorse, match race, incredible, depression, Yarks, horse film, was a small almost pony sized race horse, king, grey, sea swallow, tea biscuit, bay, famous *Thoroughbred* race horse, sweet, great horse racing film, race horse of the depression, another nice horse, story, athlete, what happens when you ride on the beach, good book, coral, great movie on great horse, rivercookie, fantastic, *War Admiral*, Just wow!!! Love him!, another wonderful race horse, good movie, *Thoroughbred*, great movie, hero, great, *Thoroughbred* champion, one the the greatest race hirses, horse name, another great horse/book/movie, rebel, another racehorse (are they all horse names?), famous race horse beat *War Admiral* in a match race, small but great, horse I relate to fisty fighter overcome loyal compassionate strong, *War Admiral* rival, runner, I painted him and sold it, famous horse on film, another great nemesis of *War Admiral*.

### Cincinnati - 80/234/20/122/0/17

Улюблений кінь 18-го президента США, полководця та генерала армії Улісса Сімсона Гранта. Грант дозволяв лише двом іншим людям їздити верхи на ньому, одним з яких був Авраам Лінкольн.

*Ohio* (56), city (35), *America* (21), state (13), place (10), *USA* (7), *Bengals* (6), cinnamon (4), place in *America* (3), *Reds* (3), American state (3), big city in *Ohio* (2), race horse (2), place in *USA* (2), *WKRP in Cincinnati* (2), *Rome*, visit, *OH*, cool, three rivers, city in southern *Ohio*, turbulence I associate *Cincinnati* with the worst turbulent airspace, 90s sitcom, an old song I loved, baseball cards, congestion, *Ohio* I got some friends from *Ohio* they're pretty cool, weird place, cute horse name, huge, *Belterra Park*, road trip, busy, jaz, *Chili*, dirty, foreign name, opera, some city somewhere, latte, time, *Indians*, *Casa del papel* tv show, a horse breed popular in the civil war, different, champion, pasta, town, kid, *Ulysses*, strong, *Arabian*, busy city, bread, nice place, *Ulysses S. Grant's* horse, war horse, cinnamon bun, name, American city, actor, my best friend's favorite place to live, no place to visit, *Wisconsin*, war, *Paramount Kings Island*, *Kentucky*, *Red Sox*, big cities, mid-west, *Sticks*, cuty, baseball, town in *Ohio*, *Grant*, a beautiful city, horse, radii, a city in the *United states*, cold.

## Ravel - 106/186/7/17/1/63

У 2013 р. став найуспішнішим виїзdkовим коном в історії США.

Unravel (19), *Bolero* (10), music (9), composer (7), yarn (7), unwind (5), gravel (5), raven (4), thread (3), knitting (3), navel (3), fray (3), un (3), sweets (3), chocolate (3), dressage (2), wool (2), enjoy (2), bird (2), shoes (2), messy (2), rope (2), ravioli (2), revel, rip, puzzle, cloth, untangle, tangle, spice, made me think of gravel, small bay pony, word, ancient name, twisted up string, designer label, something to do with rope, twine, twisted, mess up something, rouser, crochet, play, my next horse lol, broken sign i saw on vacation "Loose Ravel" was a joke the rest of the trip, entangled, stitch, undone, crow, to wind, horses name, like navel but not, struggle, name, mess, rave, black foal, different, musician, pony, like a raven, jerry, orange, shire shop, mini pony, *Appaloosa*, *Breyer*, Impressionism, ice cream, *Torville and Dean Bolero*, string, *Danse Macabre*, to get tangled up (ravelled up), shoe brand, *Thoroughbred*, knotted mane and tail, a French composer, smart (Ravel match to a smart looking hogged cob type), sounds like razzel dazzle, exciting, mixed up, un-hemmed jeans, dirt, the opposite of unravel, sew, *Hall of Fame*, dressage horse, razzle dazzle, bunch, cheeky, strong winner, collapse, detangling threads, untied, pulling out threads, great composer, French classical music composer in the 19th century, greatest, rhymes with gravel, horse, black, classical composer, race horse, upset or confussed, beauty, pasta.

## Charisma - 142/242/15/27/0/10

Виграв багато виїзdkових змагань, у тому числі Олімпійські ігри 1988 р. Вважається одним із найвидатніших коней в історії виїзdkового спорту.

Charm (35), personality (14), charming (11), character (6), racehorse (5), personality trait (5), horse (5), *Uniqueness Nerve And Talent* (4), *Carpenter* (4), attraction (3), style (3), attitude (3), person (3), charismatic (2), *Mark Todd* (2), eventing (2), something a nice person has (2), beautiful (2), talent (2), nice (2), speech (2), charmer (2), happy (2), friendly (2), strong (2), good quality, me, leader, *Charisma* magazine, needed, flash, *Sir Mark Todd's* eventing horse, droll, *Hafflinger* I used to ride, having character, attitude with a flair being able to Light up a room as you walk in, a type of character, polished likable, person with classy personality, classy, *Charisma*, good vibes, uniqueness, power, pretty name, jump, my daughter, personal growth, well liked, D-20, characteristics, my horse has it, church, sexy, magnetic, *Steve*, stats, attribute, my friends horse, brilliant eventer, showjumper, *Star Appeal*, someone who makes people feel easy, mares name, a handsome man, smile, *RuPaul*, good horse, posh word, mirror, actress, flirtatious, funny, event horse, quirky talented, I have none, apperence, *Nelson Mandela*, *Arabian*, courageous, outgoing personality, race, energy, angel, suave, leadership, *Princess Diana*, glow, confident, beauty, behave, trait, having charisma, smart, *Mark Todd*- eventer, bay mare, empathy, sad, name for grey horse, love, lacking, *Mallard*, liked by all, aura, sassy, delightful, geldings rock it, boss, *Mark Todd's* amazing little eventer, class, inspired devotion, values, *Triple Crown*, a big heart, I have it, good, beautiful soul, what we all need, unique, unfair advantage, got nothing, *Rachel Maddow*, attractive, stamina out-lasting, *Sims*, bold, nice mare, originally Greek word meaning something close to charm, what I wish I had more of, champion, sparkly personality, ♡, magnetism, influencial, energetic, hunter, tough one, *Mark Todd's* horse, get up and go, handsome man, attracts attention, you either have it or you don't.

## Nelson - 107/238/28/137/4/16

Улюблений кінь Джорджа Вашингтона, з яким той брав участь у війні за незалежність США.

*Mandela* (80), admiral (13), *Willie* (9), *Rockefeller* (6), name (6), last name (3), *Ricky* (3), *Riley* (3), ratings (3), *Eddy* (3), wrestling (3), Lord (3), horse (2), *Washington* (2), *Nelson's Column* (2), *Column* (2), *Trafalgar* (2), a man's name (2), pub (2), dog (2), government, Swedish name, there's a pub called the *Nelson*, older horse, sea captain, wrestling hold, cute little pony, place in *New Zealand*, a famous seaman, a person, city in *New Zealand*, my chiropractor, ex-girlfriend's dad, the trailer repair guy, hammer, teacher, last name for many, *Mandela* and the Mandela Effect, horse name, full nelson wrestling move, Lord *Nelson - Trafalgar* Naval Battle, prophet, car, *Nash*, *Bridgete*, *Ozzie*, actor, some guy, dog from a programme i watch, my cousins dog, ships, armada, Lord *Nelson*, dopy horse, *Gabriel*, black stallions grey companion at races, sea, a childhood friends surname, warrior, sea admiral, strong leader courageous, *Simpsons*, work horse, Little *Nelson* Love, *Riddle*, one eye, *Horatio*, my friends horse, Budgie I had a budgie called *Nelson*, general, town, *Washington's* horse, bay, peaceful, Guinea pig, girl at the barn, French, town in NZ, crack heads dad, family pet name, statue, famous General, *Willie & Marijuana*, *I Dream of Jeannie*, freedom, a knot, twins last name I knew growing up, man, water, a dork/nerd, *Steve*, a friend, strong, brothers, friend in the late 60' *Olympics*, British name, English admiral, an old mans name, teddybear, a boy, old, *Owen*, old fifties tv show, Where My freind lives, *Great Yarmouth*, Lord *Horatio Nelson*, where i live.

## Hoof Hearted - 135/224/7/7/2/26

Маловідомий завдяки досягненням у спорті, але прославлений завдяки гумористичному ефекту, який створив коментатор перегонів, швидко вимовляючи ім'я коня, яке звучало як «*who farted*».

Horse (30), horse lover (12), love (11), love of horses (10), Who farted! (9), racehorse (6), hard (4), me (3), farrier (3), funny racehorse name (2), Hard Hearted (2), half hearted (2), fast (2), sweet (2), funny (2), shoes (2), strong (2), frog (2), heart horse (2), horse shoe, upset, personality, love of wild horses, Race Horse *Iowa*, not me, heavy, loved, hoof, horse shoe heart, not a trier, horsey person, silly, think they said Who farted lol, happy horse, horse only because of the word hoof, happy feet, I'm not too sure but I want to say a way to describe a horsie person, down to earth, someone who always has horses on their mind, love of horse from the foot all the way to the top of their ears, love horses or cows, a barefoot trimmer, Equestrian, farm name, uncaring, farted, frog of the hoof, *Ohio* and family, kind, funny name for a *Thoroughbred*, horse loving heart, a horse that moves well, Im hoof hearted, horse crazy, horsemen, half, someone who loves horses like me, painful, heart bar shoes, name of my cross country team, cute, laughter, horse love hoof prints love life air freedom happiness, light hearted, a bad pun, strong minded, fart, clumsy, team chase team name, genuine, loving, joyful, young girls pony club like the saddle club, feet, film, *Norfolk Enhance*, sure footed, farm, joke, mini pony, light and lovely, heart beat, *FEI Two Hearts*, bottom of a horse hoof, whole, horse obsessed, funny joke, softly, tattoo, heart, hoofs beats, Great *FB* name!, feelings, foolhearty, born to run, half way, someone that has a love for horses, shoe the shape of a heart, horse person, *Dora*, good question, Haha great name for a 🐾, horse enthusiast, barefoot question, foot, lifeblood, when loping and my heart beats with the cadence of her footfalls, heart hoofed, your heart is in your legs -speed/ endurance saying, heart-shaped hooves, horse spirit, research, horse racing, one whom loves Equines, tuff, go the distance, stupid, imprint, ♡ horses, kicks, horse hoof, horse foot - never heard this before, lucky, horses will always be a part of my life, sonds like a good horse's name, speed, another horse related name, race horse name sounded who farted, sound of horse feet, affectionate, necklace, don't know never heard of it but think of having hooved animals (particularly horses) in one's heart ♡, Hmm...someone who has had their heart stomped on, golf, newspaper.

### Асоціативний онімний словник – реальні неофіційні гіпоніми

#### Lucky – 127/242/14/31/6/9

Star (22), clover (13), horseshoe (13), dog (11), four leaf clover (10), *Charms* (10), *Duck* (6), strike (5), fortunate (5), rescued horse (4), *Las Vegas* (3), horse (3), unlucky (3), shamrock (3), winning (3), lady (3), cat (3), always (2), in life (2), me (2), gambling (2), chance (2), my cat (2), Irish (2), winner (2), gambler (2), lottery (2), *Lucky Luke* (2), happy (2), *Lucky Strike*, dice, my Mom's Horse growing up, clothing brand, *Kylie*, *Guess*, something went right, *Penny*, someone is lucky, a dogs name, shepherd, winning a raffle, jeans, the name of my friend's pony, leprechauns maybe I'm just thinking of *Harry Potter* now... 😊, I am, 3 leaf clover, horse name, *Lucky*, *Luke and Dollie*, game, my friend, my car, number, *St Patrick's Day*, my cat's name, I wish, good luck, pony name, name of my old cat, my friends dog, bay racehorse terrified of cows, pony from *Black Beauty*, bugger, someone who gets good things to them, deal, *Grey Welsh* sec A, cute, betting, child's pony, pet name, common, a name well known for horses, lotto, happy-go-lucky, shooting star, sometimes, kind friendly loving, common name for ponies, fast, *Quarter horse*, me when I'm with any horse, tall chestnut horse, name, not me, father in laws dog, rabbit, grey pony, money, blessed, puppy name, one eyed pony, piebald, good company, next door's pony, curses, common horse name, dalmation, prosperous, don't believe in luck, win, factual, horses that land at my house, to own a horse, stay, character on general hospital, chestnut, stagecoach, a gift, millionaire, green, quinn, seldom, childhood, my border Collie, another horse maybe a pony, good horse name, day, a horse or dog name, good, spirit, draw, my flatemate he always wins money!, me to have a horse, won, lucky me, one of the first horses I used to ride, lucky in love.

#### Sugar – 87/252/4/4/6/5

Sweet (106), tea (12), spice (9), cube (8), coffee (7), cubes (5), sweets (4), treat (4), and spice (3), cookies (3), lump (3), white (3), baking (3), fat (2), candy (2), lumps (2), salt (2), pony (2), dog (2), sweetener (2), food (2), honey, milk, mini horse, baking ingredient, I put in my tea, porridge, desert, calories, fattening, sounds like something a sweet old black lady would call you, very sweet substance, nickname, brownies, cane, sweets to spoil my babies with, kidnapped, achiever, bad, palomino brood mare we used to have, ingredient, beautiful, inflammation, buckskin or grey, bad for horses, treat for horses, snack, bee, chocolate, lumps of sugar, in tea, tax, found in grass hay and feed, *Arabian*, a chestnut pony, slicr, brown, sweet tea, sweet tooth, check food % for laminitics, for the horse, sugar lumps, spices, sweet substance, friendly, pour some sugar on me, sugar beat, naughty treat in your pocket for your horse to sniff out, 1st Horse, “*A horse Named Sugar*” book by *Jillian*, what I call my kitty, pleasure, I Had a *Sugar Bar* bred mare, my horse, daddy, I like it even though I know it's bad for me, old dog, white is bad, stevia, refined baking ingredient, horse, dessert, addicting, treats, my husband, carbs, horse name.

## Star – 129/256/21/29/9/2

Sky (36), bright (15), moon (14), light (9), night (8), galaxy (7), marking (6), space (5), in the sky (5), night sky (4), in the night sky (4), *North* (4), twinkle (3), sun (3), universe (3), sign (3), blaze (3), horse marking (3), horses head (2), face marking (2), *Wars* (2), forehead (2), heavenly body (2), yellow (2), famous (2), *Mary King* (2), face (2), horse facial marking (2), *Bethlehem*, *Spangled Banner*, of *Bethlehem*, above, hope, star of the show, good, angelic, *Oklahoma*, someone who over exceeds, summer evening, fox, beautiful, shining light, lights up the sky, my first pony's name, nighttime, I think of my old *Quarter Horse*, I had a horse on a game that I named *Star*, night skys, nughttime, fish, little star on horses forehead, starfall, *Virgo*, diamond in the sky, *Twinkle twinkle little*, *Arabian horse* I trained, not me, *Lord*, marvelous lights in the sky, ship, *God's* creation, trigger, the sign on a horses forehead, *Wyoming*, field, my favorite horse, on a horses face, facial marking on horse, racehorse, horse I used to loan, horse white marking, marking on my horses head, *Aries*, my ponies name, lights up the night sky, 5 pointed shape, super, white, facial white mark on horses forehead, *Leo*, *Seren*, *Quarter horse*, a black horse with a white star, *David*, quantum physics, my pony, my old horse called *Star*, shine, marking on forehead of a horse, planet, bay, marking on forehead of some horses, head, *John Wayne*, underdog, my best horse, constillations, northern, a White Star like or spot on forehead, shooting star, shining, game, pony, something to reach for, when you wish Upon a STAR, white hair on horses forehead, star light star bright 1st star I see tonight I wish I may I wish I might have the wish I wish tonight, amazing, orien, shooting, wish planets, starry night, *Cassiopeia*, town, name of a horse with white on face, forehead marking, fame, athelete, shining in the sky, gazer, horse, estrella, *Brad's* horse, face mark, blade, heaven, My daughter..shes come through so much, peace, luna.

## Dakota – 120/246/18/101/12/9

*Fanning* (21), state (18), *America* (12), *South* (11), *North* and *South* (10), Native American (6), *US State* (6), *North* (6), American state (5), horse (4), actress (4), name (4), State in *America* (4), *Johnson* (4), place (4), *South Dakota* (3), horse name (3), Indian (3), *Stereophonics* (3), *USA* (3), American (2), wild (2), wild horse (2), tribe (2), native (2), place in *America* (2), my horse name (2), *Quarter Horse* (2), mustang (2), wolf (2), girls name (2), *Sioux* (2), visit, *Texas*, actor, funny, paint, feminine name, region, a state in the *Midwest*, song, wolf and cold, person, my nephew, Indians natives, cold place to live, cold, Indian name, native tribes, husky dog, knew a guy named *Dakota* once went to high school with me for a couple years, a state dry and desert, *Access*, truck, wise, black hills, gait, big furry dog name, car, my cousins name, territory, my kind of horse, love the name, friends son, boy, wolf dog name, husky, trees, ranches, film, type of horse, feral horse, one of my horses name, wild west, my old yearling, beach, ranch horse cowboy's horse, *Badlands*, *Indian pony*, horse I once knew, wide open plains, cows, jump, *Midwest*, amazing, singer, feral, *Oakley*, name of a horse in a book I just read, crack head, American Indian region, American horse, Western, *Paint Horse*, common horse name, overseas, scout, Australian racehorse, nephew, *North Dakota* I used to live there, movie star, horse trailer, my home, friends horses name, my granddaughter, *Lakota*, oil pipeline destroying beautiful *South Dakota*, dogs, famous apartment house, star, name, horse western, Northern American state, pony, the name of an old friend of mine, states, cowboys, strong, race horse, lots of country to ride in.



### **Stormy – 103/251/13/27/5/4**

Weather (59), night (16), bad weather (8), sea (8), rain (8), thunder (7), clouds (7), *Daniels* (6), horse (6), windy (6), lightning (5), *Misty's* foal (4), sky (4), *Chincoteague* (3), *Misty of Chincoteague's* baby (3), song (3), waters (3), dark (2), fast (2), grey (2), danger (2), unsettled (2), roan blue (2), gray (2), pet name (2), winter (2), protect, *Stormy of Chincoteague Island* novel by *M. Henry*, scared, troublesome, thunderstorms, hoping that we'll get rain, a way to describe a weather event, night time, storm, a horse at the barn that I work at, I think of another horse from my past, a stormy night is a beautiful thing, rainy day, thundercloud, name of first horse I ever rode, release, black horse, the lady threatening *Trump* hahaha, horse in a book I read as a child, *Oklahoma*, peaceful, weather description, name of a horse, my friend's horse, *Kylie Jenners* child, gelding name, a dapple grey pony, dark clouds, my husband's nick name, dark yet beautiful, little pony I knew, moody, dark in colour masculine, rough, pony nextdoor, *Quarter Horse*, wild grey and beautiful, dark gray pony idk why, not today, snuggled up by the log burner on a stormy winter's night, bike, *Stormy Night* (a horse), strong, my pony, petrel, stubborn, black horse name, black sky, dog, confounding variable, beautiful, ocean, angry, cold, book for childhood about a pony, warning, first pony, *Kylie Jenner*, research, pony, pony name, overcast, liberal, hurricane, *Marguerite Henry's* horse, *Odd Thomas*, stormy seas while sailing, pinto, musician *Stormsy*, cat, little mischievous pony, severe weather, wild, mare, my friend from primary schools horse, turbulent, raging sea.

### **Peanut – 81/245/6/15/3/7**

Butter (106), food (14), allergy (10), *Snoopy* (7), nut (6), cartoon (5), small (5), pony (4), *Charlie Brown* (4), salted (3), dog (3), monkey (2), brittle (2), shells (2), something you eat (2), salt (2), squirrel (2), oil (2), butter and jelly (2), Jack Russell dog, Small/Mini, my first winning bet on a horse nicknamed *Goober*, but that you eat, my daughter, a salted nut, roasted, the deep south, good name for a mini, snack-nuts, there's a girl at school whose cousin calls her peanut, Ummm wouldnt name a horse this, rodeo, seed, cartoon characters, horse name, brown, *Shetland*, pet name, allergic, tasty in satay, comical gentle, sir, sandwiches, mini pony, butter spread common in the states, peanuts, Yuk, peanut butter and fluff, cashew, Shetland pony I knew, name for my daughter's pregnant belly, *Halloween*, my husband, cute, ice cream, my friend's horse's name so memories, guinea pig, pony name, my best friend's dog that recently passed, delicious, in my coke, cartoon strip, comic strip, a type of bit, also what I call my kitty, rescue, nutrition, born in the ground, my cat, baby, crows (I feed them), mini horse, *Jimmy Carter* grows them ...we like to eat them all though some are allergic, Yum I associate to the one with peel, exterminator, what my dad calls me, horse, treat, I'm not allowed them, small horse's name, flips.



### Rosie – 130/243/20/65/16/13

*O'Donnell* (19), *the Riveter* (13), cheeks (13), girls name (12), and *Jim* (10), flower (8), mare (6), posie (6), name (5), girl (5), red (5), horse (4), *Spider-Man 2* horse (4), sweet (3), pig (3), pony (3), *Napravnik* (2), rose (2), happy (2), dog (2), sister-in-law (2), lady's name (2), pony name (2), friend (2), cow (2), aunt (2), *Bit*, a friend of mine, pretty, Mexican girl I used to know, a dog's name, my cat, a name for apples, my step daughter, dog *Yorkshire*, good dog name, *Doc Ock's* wife, a colour and a name, *Perez*, name of my aunt's mare, warm, peaceful, lesson horse I rode, sweet name, *Star Wars*, pink hued, my brother in laws mother, my love, mare name, *Bloomington*, *Ring around the Rosie*, hor, plant, wine, *Rosie & Jim*, Palamino mare, horse at race yard I worked at, my middle name, me, black mare, child, a guinea pig, a person, *One For Rosie*, pretty girls name, friends pony name, roses, flushed, *Laurie Lee Book Cider with Rosie*, pretty mare, feminine, bay, pony from riding school, niece, apples, jockey, gypsy, *Arabian*, a red dun mare, red rose, Spaniel, tea, lovely lady, children's TV programme, school horse, yard cat, draught horse, babies, the neighbour girl, child friendly, Sheepdog, horse at our barn, my sister, Rottweiler, Rød, cute name for pony, Beagle, stuffed toy horse, Sheltie one of my dogs, nice, a foolish vindictive person, the name of my friend's tarantula, pure, *Flea Bit Red Roan*, a colour of horse Strawberry Roan can be nicknamed *Rosy*, rose gold, horse at a farm of my mom's co-worker, jockey, elderly woman, a mini mare, elephant, white, friends dog, pink, Tv show, grandma, a cart horse that a young boy taught to do dressage in one of *Marguerite Henry's* books, happy feeling, old woman, nickname for *Rose*, ring, the name of my friends dog, peachy, TV, a beautiful rosier grey *Arabian*, filly, my freinds husbands horse, name for a sweet mare, great day, not nice.

### Jack – 118/240/34/115/22/8

*Jill* (30), *The Ripper* (11), in the box (11), *Russell* (11), and *the Beanstalk* (10), *Sparrow* (9), donkey (8), name (7), *Daniels* (5), man's name (5), *Spratt* (4), boy (4), box (3), *Titanic* (3), male donkey (3), rabbit (3), Jack-the-lad (3), Jack Russell dog (2), of all trades (2), *Johnson* (2), pony (2), cheese (2), my sons name (2), friends horse (2), black (2), horse (2), *in the Box*, jack of all trades master of none, of hearts, trouble, *Sanders* (friend), *Jack Daniels Whiskey*, *Kennedy*, cart tool, cob, liquor, masculine, a car's tool used to aid in changing tire, nephew, nightmare before *Christmas*, a person, dog name, *Frost*, the name of a horse at the barn I work at, a tool used to change tires, the *Texas* dude from *Macgyver*, *Horner*, *Wagner*, my other son, cool name, old school, peace, *Heartland*, my friend, *Merlin*, *Flash*, *Bartlett* from *Heartland*, husband, stallion, apple, girls name, stropo foal, horse I knew, *Snickett*, my ex boyfriend, my cousin, *Attack*, people, card, a playing card, naughty, *Black Beauty* alturnative name, *Mr. Moustache*, mini pony, trickster black with white socks and white blaze, chestnut gelding that used to give "kisses" at an old barn I rode at, *Ryan*, *Captain Sparrow*, grandfather, my black Labrador, *Bowles*, pumpkin, boys name, old horse, grey, powerfully, I know so many *Jacks* - people horses dogs..., mean, work horse name, salsa, *Robin Williams* movie, ass, first name, *Titantic* movie, pair, own, *The Ripper* □, *Tavern*, friends Retriever, my dog, nice man, my dad name, childhood, Me!, cousin, O lantern, *Hit The Road*, reliable rustic, as in the slang expression "He knows Jack" i e nothing, my first horse <3, character in *Titanic* movie, M's dog, *Thoroughbred*, Russell Terrier, my nephew, pankeesp, *Hanna*, lover.

### **Buddy – 94/245/12/33/9/10**

Friend (75), dog (24), pal (19), *Holly* (10), *Elf* (9), friendly (4), best friend (3), good friend (3), boy (3), *Ebsen* (2), my son (2), mate (2), *Buddy Holly* (2), donkey (2), Golden Retriever (2), guy (2), a dog`s name (2), my dog (2), pig (2), care, my friend, name of one of our family dogs, mini, old reliable, *Buddy Holly* (singer), dog Corgi mix, a little friend, a puppy, definitely *Air Buddy the Golden Retriever* movie, man's name, classmate, name for a mini, name, friendly dog, dog in a movie, look, scout, *Ogden*, service dog, synonym for friend, name of a horse I used to show jump, my friends horse, movie, up, best pal, my friends Cocker Spaniel, big bay horse, *Budweiser*, chestnut horse, husbands friends name, cob, a horse from the TV show *Heartland*, kind, characterful, playful, partner, mule, *Quarter horse*, pony friend, an old *Suffolk* I grew up riding who taught me the ropes, mr. T, dun, sour, sweet dog, hack horse, nickname, name of my pet lovebird, delightful, bay gelding, riding pal, friends name, anxiety, kindness, pony, my geldings name, kitty, my husband whom I miss every day, my son, bosom, TV show, pet of any sort, cute, a horse I had one named *Buddy*, a nice dog of mine, your partner when diving, companion, horse, diving, pet name, my horse, *Welsh pony*, man, good friend, our black cat.

### **Bella – 125/244/24/54/17/9**

Beautiful (29), *Twilight* (17), dog (13), Donna (9), beauty (9), Italian (5), name (5), *Lugosi* (4), *Italia* (4), girl (4), *Swan* (4), my friend's horse (4), pretty (4), my friend's pony (3), cute (3), cob (3), friend (3), my dog (2), friends dog (2), dog name (2), *Beauty and the Beast* (2), horse (2), *Hadid* (2), black lab (2), princess (2), horse I know (2), movie (2), feminine (2), *Edward* (2), rose (2), dance, star, *Bella Rosa* wine, hella, Italian – Beautiful, my goat (that's her name), very feminine, Spanish for beautiful, my chicken, food for small dog, name of a friend, a person, *Twilight* series, Labrador, Ballerina, the name of my friend's horse, *Bellatrix Lestrange*...also from *Harry Potter*, Spanish for beautiful or pretty, beast, brat, Mums dog, name of my mare, enchanted, pretty girl, professor of mine, gray mare, *Salon Cosabella*, sisters dogs name, Belgian, granddaughter, *Ella*, girls name, ponys name, pony on our farm, Belladonna, beau, my friends daughter, *Nova*, strong, *Mackie*, *Bella Sara*, pony, vista, sweet, generic name, car, cards, *Quarter horse*, sorrel, small black pony, *Roger* (both siblings of mine), Luna, aunt, yellow princess dress, ball room, cow, old lady, the great Pyrenees dog *Belle et Sebastien* (I used to watch the series for kids *belle et Sébastien* in French, I loved it. So Bella...Belle), belle of the ball, heartbreak, another pony mare name, good, nickname, pretty woman, love, delightful, flores, a doll with a horse, blue, coworker's cats name, game, my cockatiel, don't like this name, a horse across the street, lovely name for person or animal, dun horse, *Chow*, unique, *Disney*, a warmblood horse I knew, lovely, Southern bell, lady pet, the *DiJulio's* gray mare (friends when I was a teen), my daughters dogs name, my favorite horse name, my nickname;), vampire, my cat, my niece, *Mollie's* pony, *Friesian*, *Edwards* girlfriend, *Abzug*, Belladonna – Deadly Nightshade.

### Асоціативний онімний словник – віртуальні гіпоніми

#### Flicka – 130/246/7/34/8/4

Дикий норавливий мустанг, головний герой відомого дитячого роману Мері 'О'Хари «Мій друг Фліка» (1941), а також декількох надзвичайно популярних художніх фільмів, знятих за мотивами літературного твору: однойменного фільму 1943 року та сучасної британсько-американської пригодницької драми «Фліка» (2006).

Horse (45), *My Friend* (16), movie (14), horse movie (7), film (6), dolphin (4) horse name (4), childhood (3), movie horse (3), pony (3), friend (3), mustang (3), horse film (2), book (2), children's book (2), bird (2), flicker (2), black horse (2), light switch (2), light (2), wild mustang (2), TV show (2), mare (2), star (2), flame (2), chestnut (2), *Thunderhead* (2), palomino (2), classic (2), dolphins, spark, finger, online, old TV show, *My Friend Flicka* Book /Film, photo, flick, quick, book from my childhood *My Friend Flika*, filly, *My Friend Flicka* (mustang), boogers, one of my favourite books when I was a child, movie app, hair, flicking on lights, horse in a movie, strobe, *Margaret Henry*, black, fire starter, peck, a person that with fingers flicks things-cigarette butts wrappers and such, *My Friend Flicka* a horse book and movie, small child, teen movie, a mare I know at a trekking stable near my home, wicka, I love *Flicka*, I think of flicking snot from the fingers, beautiful girl, free, best friend, dedication, page, sonic, lovely movie, my favorite story, a movie about a horse, pen, name of a horse I used to ride, my little pony, pony at our farm, sparkle, chestnut horse, chestnut mare, cute, kicker, young filly, famous TV horse, a famous dolphin, beautiful, TV program about a horse, love, a black and white paint although I don't think that's what *Flicka* looked like lol, social, a girl and her horse, palamino pony, log fire, nice movie, girl in Swedish, horse book, amazing movie, book and film about a wild mustang tamed by a young girl, chestnut pony, Flocka Flocka Flame, mean, movie horse chestnut mustang tamed by young girl, dee, the office, my favourite book, TV horse, *Thunderhead's* mom, famous book about bond between a child and a horse, childish, mivie, app, *My Friend Flicka* book and film by *Mary O'Hara*, blicka, *My friend* an old movie about a horse, bond, fictional horse, *Arabian*, wonderful show & horse, a lovely movie about a beautiful horse, TV, *My Friend Flicka* 60's TV Show, girl, horse on *Chicoteague Island*, amazing, teen horse, horse show, Swedish for girl or in English slang for pretty girl, one of my favorite movies, *My friend Flicka* story, horse story, great movie, enjoy the book and all the movies, playful horse, an *Arabian* mare, photos.

#### Shadowfax – 107/180/5/49/0/73

Вигаданий кінь, який належить персонажу з твору Дж. Толкіна «Володарь кілець» – Гандальфу. Сірий безстрашний жеребець, який міг розуміти людську мову та рухався швидше будь-якого іншого коня Середзем'я. Кінь не терпів збруї чи сідла і ніхто не міг їздити верхи на ньому, крім Гандальфа.

*Lord of the rings* (26), fox (11), *Gandalf* (10), dark (10), horse (9), lord of all horses (4), printer (3), race horse (2), *Tolkien* (2), *Gandalf's* horse (2), shadowfox (2), horse name (2), name (2), grey (2), dark matter, light, vocabulary, terrorist, our iconic wild stallion, horse in *Lord of the Rings*, platform, behind, music group, shadow, dark animal, black, friends pony from 25 yrs ago, a fax that needs ink adjustment, the old version of blind copying an email, box shadow box fence, office, a shadow and a fax machine, office machine, a special kind of fax-maybe the shadow, makes it more secure and private, sounds like a cat name but for one that's also some kind of badass super ninja or something, Native American name, fax, *New Zealand*, I think of the boxing movie, beautiful creature, master, silver, copy, music, fictional hero horse, animal, flew, bad news, bay horse, game, machine, bugger to clean, showjumper, a fax sent secretly, tools company, shadows, book, copying, dark beauty, night time, cartoon, *Gandalf's* horse from *Lord of the Rings*, cat, sunlight, ruler, pony, friestrian, water, *LOTR*, fax from computer, sunshine, beauty, weird, racing, lord, Shadowbox, silver horse of Gandalf, registered name, image, books, a second fax, fake fax, ghost, spectrum game the name of the horse you ride in the war against the dark forces of *Mordor*, unforeseen, Hmm a fax machine hiding in the dark :), fast, covert name, Huh, a place, spy movie, type of fox, a spooky person who likes fax machines, intuitive horse, computer, jumper, horse in *Lord of the Rings* by *Tolkien*, grey, a cool name for a pet, nolumps, spam, majestic, mystical, movie, *Gandalf* stole him, content.

## Black Beauty - 142/256/13/26/22/0

Вороний кінь з тяжкою долею, персонаж британсько-американського художнього фільму, знятого у 1994 р. за мотивами однойменного роману знаменитої британської письменниці А. Сьюелл (1877).

Horse (40), movie (9), book (9), black horse (6), *Anna Sewell* (6), sad (6), book and movie (6), children's book (5), story (5), film (5), classic (4), beautiful horse (4), stunning (4), childhood (4), black (3), sad story (3), *Friesian* (2), horse film (2), horse movie (2), favourite childhood book (2), beauty (2), *Ginger* (2), favourite childhood book and film (2), famous fictional horse (2), my dream horse (2), novel (2), *Elizabeth Taylor* (2), curls, famous horse story, pageant, horse in children's book, hair, *Beyonce*, glamorous, Tv advert, big black horse, *Lloyds Bank* horse, childhood hero, cart, black horse from a famous novel and movie played by the horse *Doc's Keepin Time*, abused horse, my chicken, long maine horse reared up on hind legs, my favorite book, child hood sad story, woman, rose, horse book/movie, a wonderful story of an amazing black horse, car, I think there's an old horse movie named *Black Beauty* either way I think about old horse movie particularly *Black Stallion*, best book ever, moonlight, essay book, famous stallion, wild, inspiring, favorite movie as a child, abuse, best horse story, my beloved book as a child, movie horse from story book, sugar, horses name, tragedy, first book I ever rread, legendary horse, favorite horse book, childhood movie, iconic, famous horse, black horse film, gorgeous, loyal, looks like my horse, beautiful, my horse, an abused black horse that was bought to have a better life, perfect, fabulous horse, amazing book, brave, spirited beautiful from the film *Black Beauty*, mustang movie, love life tragedy life and love again, I used to rewrite books of this horse when I was a kid, *Arabian* horse book, horse abuse, reading the book as a child, favourite story/film/horse, sweet horse movie, black horse from the film, *Anna Sewell* book, gallop, *England*, my pony, a lovely book, *Black mamba*, *Arabian*, great book, English television series starring a beautiful wild black 'stallion' I think, classic horse story, TV series, galloping, my favourite childhood series, subject of a best selling book, TV horse, my favorite childhood book about a boy and a horse, divine, childhood favorite, my motorcycle, sad book, name of main horse in *Anna Sewell's* book, childhood cartoon, beautiful running, loved this movie, fictional horse, flowing black mane rearing, beautiful black *Arabian Stud* I had a gelding grandsire by him, *National Velvet*, silly story, *Rob Roy*, favorite books, story book horse, my favorite school horse as a child, horse story, childhood story, story from the eyes of a horse, black horse in story books, stallion, a black horse which is the main character of my childhood books, gelding, story told from the horses perspective, movie horse, horse book, a tragic horse story with a happy ending, majestic, love, cruel, loved the series, the first horse I fell in love with, pony

## Ginger - 128/258/21/81/12/2

Гніда кобила, один з персонажів роману А. Сьюелл «Чорний Красунчик». Названа так за кольором хутра та за властивістю кусатися, вона мала агресивних власників та деякий час належала разом з конем *Black Beauty* одному власнику.

Spice (23), *Black Beauty's* friend (17), *Snaps* (10), chestnut (9), horse (9), *Black Beauty* (8), root (7), tea (7), red (6), hair color (6), & *Rogers* (6), cat (5), *Gilligan's Island* (4), red horse (3), redhead (3), chestnut mare (3), *Black Beauties* best friend (3), sad (3), dancer (3), biscuits (3), orange (3), red hair (3), friend (2), food (2), horse from *Black Beauty* (2), bred (2), *McCain* (2), book (2), lemon (2), *Merry Legs* (2), salad, sushi, gross, tasty, health food, *Gingerbread Man*, horse film, herb, ingredient, Strawberry Roan, Irish lass, root good for digestion, oriental cuisine, used in cooking, person, baking, my favorite hen, German Shepherd dog, candy, my aunt's name, I think of ponies names, ginger snap cookie, *Ginny Weasley* or *Ron* well any *Weasley* really, Chinese herb, my dog, candied, *United Kingdom*, *Beauty's* friend, juice, kind, family, health, a mare in *Black Beauty* book, abused horse, ginger root or red hair, *Cody*, *Christmas*, *Ginger Snaps*, my heart, book/film, Ginger nut biscuit!, *Wally*, *Ninja*, *Tom*, moody mare, my horse, a cob at my first riding school named *Ginger*, proud, spicy root, fiery, characterful chestnut in colour, *Black Beauty's* best friend abused and brain blown by people, cake, banned, crying, *Quarter horse*, chestnut horse, palomino, type of spice, mare, helpful herb, horrible taste, Chinese food, Scottish, my dog in *USA*, beer, grandma's horse name, cried when she died, animal abuse, my little pony, *Morgan*, name given to Orange cat :), *Rachel*, my hair, *Black Beauties* friend in the film, *Gilligan's Island* TV show, delightful, the dog, another horse in *The Black Beauty Book*, ginger ale, root herb, culture, fictional horse in *Black Beauty*, disgusting, cooking, woman, sadness, food medicinal, horse that was friends with *Black Beauty*, gross, a person with red hair, pony, my friends nick name, the chestnut horse in *Black Beauty* movie, character on *Gilligan's Island*, horse name, *Black Beauty* stable mate, sorrel.

## Spirit - 134/253/15/33/10/3

Центральний персонаж всесвітньовідомого анімаційного фільму «Спірит: Душа прерій» (2002), номінованого на премію «Оскар». Дикий мустанг, вожак табуна на Дикому Заході, який завжди першим приймає на себе удар і намагається завадити американським солдатам забудовувати прерії, а також поневолювати та знищувати диких тварин, які там проживають.

Ghost (15), horse (14), soul (12), stallion (7), mustang (7), *Holy* (7), *Stallion Of The Cimarron* (7), movie (5), free (5), *Cimmaron* (5), animal (5), cartoon horse (4), wild (4), whisky (4), buckskin (4), *The Disney's movie* (3), airlines (3), wild horse (3), film (3), *Vodka* (3), gin (3), attitude (3), freedom (3), alcohol (3), horse film (3), cartoon movie (2), *God* (2), cartoon (2), wild mustang (2), rain (2), fire (2), native Americans (2), *Netflix* (2), destiny (2), dun, tequila, inspiration, code, alive, strength, death, soal, free horse running in a field, sharp, kids animation, cartoon buckskin mustang from *Spirit Stallion of the Cimarron*, the Essence of you that resides inside your body, the people who look out from me from above, gumption, *Halloween*, what happens after we die, a horse from a movie, lively, kids movie, the best movie to ever exist, heavenly bodies, energy, the stallion from that old movie, wind, *Spirited Away*, *Kurt Cobain*, force, wild stallion, native, warrior, truth, happy and loving, horse movie about native Americans, horses name, adventure, *Luckys Horse* (movie), my kids ponys name, TV show, animation film horse, my old pony which has recently died, best movie ever, drink, dun stallion, pony, animated *DreamWorks* film, famous fictional horse, my old horse, angel, horse from the Film *Spirit*, my love of horses hinged on this film story of the true wildness in horses, stunning, black and white paint with eagle feathers in mane, air, ancestors, cat of a friend, favorite movie of my daughter, from horse film *Spirit*, cartoon film, fiesty, *Connemara*, my pony, name of the dog in the book I just read, name given to a horse with attitude, cartoon *Pixar* movie, guide, Indian, film with horse named *Spirit*, Going to Heaven, mine, rum, leader, fictional horse, animated horse, heavenly, my horse (*Catori* means spirit in Native American), my light, lifeforce, universe, horse books, *Teen*, love, American, feeling, teen horse series, horse movie, dun horses, what our HEAVENLY FATHER has given every living creature especially humans...but sometimes they forget to be kind and loving, horse of the wild, horse name for the main horse character (originally wild) in an animated series on *Netflix*, the movie that started my love of horses, dancer, horse name in *Disney* movie, Yep!, enthusiasm, a person/animal is less character emotions, *Lucky*, what a good horse should have, wine, divinity.

## Joey - 84/244/13/79/11/6

Головний персонаж воєнної драми С. Спілберга «Бойовий кінь» (2011) за мотивами однойменної повісті М. Морпурго, вперше опублікованої у Великобританії в 1982 році. Сильний кінь, учасник бойових дій під час Першої світової війни, чудом врятований з пастки між двома фронтами, у якій випадково опинився.

Kangaroo (65), *Friends* (34), baby kangaroo (31), *War Horse* (20), budgie (5), *Essex* (5), name (4), boys name (2), horse (2), war (2), *Jose*, bishop, husband, me, our wild foal, from tv show *Friends*, name of horse in *War Horse*, small, baby wallaby, kind, ass, *Bransum* (last name), from the sitcom *Friends*, person, human name, cousin, good name for a boy, "So no one told ya life was gonna be this wayyy" \*clap\*clap\*clap\*clap\* (not that I ever watched the show, but I still think of it), *Joseph*, kanga, a koala baby, *Friends* Series character, pouch, bird, sweet horse, cutie, guys name, friend, military, From *Friends*!, apple, brother in law, horse from the film *War Horse*, *War horse* book the truth of animals in war, my horse, *Tribbiani*, the bush kangaroo, *Arabian*, bay boy, husband's bestfriend, foal, love, *War Horse* book / film main character, a common name, my friend's pony, *Fatone*, *Australia*, *Bertrand*, small kangaroo, *Friends* character, star, my brother in-law's name, mule, my name as a child, horse in *War Horse*, *Chandler*, horses name, my frog stuffed animal I had growing, friendship, small boy, possible name of horse, son, bestie, actor, male tv star, young lady who died of cancer after she gave birth to an autistic daughter, sweet, a kid or a kangaroo kid, chestnut, my fiancé's name, student, dog, *Arabian Crabbet*, our first budgies name.

## Bree - 104/232/20/43/5/18

Один з головних персонажів третьої книжки гептології «Хроніки Нарнії» за назвою «Кінь та його хлопчик», написаної англійським письменником К. С. Льюїсом. Один із звірів-мовців *Breehy-hinny-brinny-hoohy-hah*, більш відомий за ім'ям *Bree*, який у дитинстві був спійманий людьми і проданий калорменцям, але потім вирішив втікти до Нарнії.

Cheese (86), girl's name (7), *Larson* (6), name (5), friend (5), brie (4), girl (4), friend's daughter (3), nickname for *Brianna* (3), *Desperate Housewives* (3), *Narnia* (3), horse (3), *Tolkien* (3), dog (2), soup (2), free (2), cheese only spelt different (2), breeze (2), my friend (2), bread, my friends granddaughter, niece, hobbit town, *Bree* in *Narnia*, brow, an abbreviation for *Breeo* or *Breeana*, misspelling of a French cheese, white cheese, *Younique* skin care and makeup consultant, a person, fat, sweet, girl I went to high school with was called *Bree*, woman's name, co-worker's name, horse name, talk, breathe, my sister, nickname, stepdaughter, town, my cat, crackers, candy, great name, *Nicole Hillery*, cheese but I think that's spelled Brie, map, *Debre*, cheese but spelt wrong, trousers, fjord, American name, Horse from *Narnia*, graceful, Irish, fun friendly clever, small horse ive worked with, village, steady, mini pony, energy, jumper, female name, hobbits, wrong spelt cheese, bee, American girl, sheep, small region, blond, *Claire*, feed, American, snobby, *Tanya's* friend, name of pony club rider, cranberry, broth, *Drew Brees*, delicious, Highland Storm, toast, *Cattibrie* a character in *Forgotten Realm* books, Summer C Breeze, donkey, cheese even though spelled wrong, *Merrill*, love, cheese ☺, dogs name, nice name, a girl's nickname short for *Brianna* etc, lady, makes me think of cheese different spelling, character in *Outlander*, student, derby, *VanDecamp*, short for *Brianna*, *Claire* and *Jamie's* daughter from *Outlander*, *Brianna*.