

РОЗДІЛ 1 УКРАЇНСЬКА МОВА

УДК 81'373.231(=161.2)

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2025.40.1.1>

АТОМОНІМИ ЯК ОКРЕМИЙ ВИД NOMINA PROPRIA

ATOMONYMS AS A SEPARATE TYPE OF NOMINA PROPRIA

Белей Л.Л.,

orcid.org/0000-0003-4094-6418

кандидат філологічних наук,

науковий співробітник відділу мов України

Інституту мовознавства імені О.О. Потебні Національної академії наук України

У статті здійснено спробу комплексного аналізу надання імен неживим предметам та рослинам. У межах української соціономастики – це явище недостатньо досліджене. Автор вводить у науковий обіг термін атомоніми (від грец. άτομο – особа, індивід), запропонований для позначення власних назв, що надаються неживим об'єктам та рослинам їхніми власниками з метою персоніфікації. У межах дослідження було проведено анкетування 130 респондентів з різних регіонів України. Опитування дало змогу виявити основні причини, способи та об'єкти наділення атомонімами, а також проаналізувати мотивацію респондентів.

Автор демонструє, що явище наділення іменем неживих предметів корелює з різними аспектами антропоморфізації, однак лише близько третини респондентів дійсно сприймають ці об'єкти як живі істоти. Решта переважно використовує імена з практичних, емоційних чи соціальних міркувань. У статті проаналізовано широкий спектр об'єктів, які найчастіше отримують атомоніми: дитячі іграшки, транспортні засоби (переважно автомобілі), побутова (переважно роботи-пилососи) та комп'ютерна техніка (ноутбуки, фотокамери тощо), кімнатні рослини, музичні інструменти, інтимні іграшки, зброя тощо. Особливу увагу приділено категоріям атомонімів за джерелом номінації: антропоніми (традиційні, екзотичні, гумористичні), імена, пов'язані з брендом, зовнішніми чи функціональними характеристиками, а також з культурними асоціаціями – персонажами фільмів, книг, фольклору.

Результати дослідження свідчать про масовість атомонімів у повсякденній мовній практиці, що також значною мірою зумовлено розвитком технологій, інтерактивних пристроїв і штучного інтелекту. Це сприяє не лише поширенню імен серед техніки, а й зміні комунікативних моделей між людиною та неживими об'єктами. Стаття окреслює перспективи подальших досліджень у межах ономастики, соціолінгвістики та психології мови.

Ключові слова: атомонім, ономастикон, антропоморфізм, персоніфікація, бренд.

The article presents an attempt at a comprehensive analysis of the practice of assigning names to inanimate objects and plants. Within the framework of Ukrainian socio-onomastics, this phenomenon remains insufficiently explored. The author introduces the term *atomonyms* (from the Greek άτομο – person, individual) to denote proper names assigned to inanimate objects and plants by their owners for the purpose of personification. As part of the study, a survey was conducted involving 130 respondents from different regions of Ukraine. The survey made it possible to identify the main reasons, methods, and objects involved in the naming process, as well as to analyze respondents' motivations.

The author demonstrates that the phenomenon of naming inanimate objects correlates with various aspects of anthropomorphization; however, only about one-third of respondents actually perceive these objects as living beings. The majority use names for practical, emotional, or social reasons. The article analyzes a wide range of objects that most frequently receive atomonyms: children's toys, vehicles (primarily cars), household appliances (especially robot vacuum cleaners), computer equipment (laptops, cameras, etc.), houseplants, musical instruments, sex toys, weapons, etc. Special attention is paid to categories of atomonyms based on the source of naming: anthroponyms (traditional, exotic, humorous), names derived from brands, visual or functional characteristics, and cultural associations – characters from films, books, or folklore.

The results of the study indicate the widespread use of atomonyms in everyday linguistic practice, which is largely driven by the development of technology, interactive devices, and artificial intelligence. This not only promotes the spread of names among technological objects but also alters communicative models between humans and inanimate items. The article outlines prospects for further research in the fields of onomastics, sociolinguistics, and the psychology of language.

Key words: atomonym, onomasticon, anthropomorphism, personification, brand.

Постановка проблеми. Серед людей існує поширена практика надавати імена неживим предметам та рослинам, однак ні це

явище, ні відповідний сегмент онімів не були ґрунтовно досліджені у рамках української соціономастики.

Пропонована стаття присвячена описаному класу власних назв, який пропонується визначити як атомоніми (від гр. *άτομο* – індивід, особа).

Для аналізу проведено анонімне анкетування, у якому 130 респондентів з різних регіонів України (різного віку, статі та освіти) поділилися власним досвідом наділення неживих предметів та рослин іменами, описували особливості їхнього виникнення. Зібраний матеріал допоміг виділити певні закономірності та тенденції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Власні назви неживих предметів та рослин доволі добре досліджені на рівні фітонімії та прагматонімії, тобто загальноновживаних назв для окремих видів рослин та неживих предметів, а також індивідуальних назв кораблів, дерев тощо. Серед цих досліджень варто згадати праці авторства В. Тихоші [3], А. Янчишина [5], М. Торчинського [4].

Натомість рослини та неживі предмети, окрім фітонімів (наукових чи народних) та прагматонімів (наданих виробниками), можуть отримувати також індивідуальні імена та прізвиська від своїх власників, і цей клас *nomina propria* дуже фрагментарно досліджений в Україні. Можна хіба згадати працю історика О. Мальченка [2] про гармати, у якій є окремий розділ про їхні індивідуальні імена, надані користувачами.

Практика наділення неживих предметів іменами з'являється у наймолодшому віці, коли діти придумують імена своїм лялькам та іграшкам, персоніфікуючи їх, (Див. С. Гашмі та Р. Вандерверт [9]) і далі переноситься на доросле життя.

Одне з явищ, яке лежить в основі цієї практики – це антропоморфізм. Н. Еплі визначає його як «наділення неживих предметів людськими рисами» [8, с. 130]. Дослідник виділяє три причини виникнення антропоморфізму: прагнення до соціального зв'язку та взаємодії; прагнення пояснювати, передбачати та контролювати поведінку предмета, вважаючи, що він має розум; візуальна схожість предмета з людиною [8, с. 132]. Одним з проявів антропоморфізму можна вважати надання імені неживим предметам та рослинам.

На думку бельгійського дослідника С. Бреда антропоморфізм має вплив на присвоєння імен неживим предметам, проте не вирішальний. У його трактуванні олюднення передбачає наділення неживих предметів психологічними характеристиками, почуттями, особистими якостями, мотиваціями та думками. Бреда провів анкетування серед бельгійців. Значна частина респондентів наділяла неживі предмети тільки іменами, без психологічних характеристик, мотивацій і думок (див. [7]).

Мета дослідження. Дослідити причини появи атомонімів, визначити, які саме предмети та рослини, як правило, наділяються власними назвами, описати найчастіші способи утворення атомонімів.

Виклад основного матеріалу. За Ю. Карпенком основні функції власної назви – це номінація, ідентифікація та диференціація [1, с. 234–235]. У випадку антропонімів їх можна звести в одну функцію – індивідуалізація: окреслення індивіда окремим іменем, його ідентифікація та вирізнення від інших.

Зооніми утворилися за допомогою екстраполяції цього підходу з людей на тварин. Тут імена мають також утилітарну функцію, бо деякі тварини реагують на них, їх можна кликати до себе. Натомість неживі предмети (до комп'ютеризації) та рослини не реагують на мову, але люди все одно персоніфікують їх і наділяють іменами. Ступінь олюднення у кожному випадку різний, хтось приписує неживим предметам власну свідомість, характер та емоції і навіть спілкується з ними, а хтось просто надає їм імена для мінімальної індивідуалізації.

Для цього дослідження проведено анкетування серед українців, які придумують імена для неживих предметів та рослин. Одне з питань стосувалося причин, чому респонденти вдаються до цієї практики. Відповіді підсумовано у таблиці 1.

Отже, сприйняття предмета або рослини як живої особи характерне тільки для нецілої третини респондентів. Це збігається з висновком, зробленим С. Бреда, щодо важливості, але не визначальності антропоморфізму.

Таблиця 1

Причина надання імені неживому предмету або рослині

Причина надання імені неживому предмету або рослині	%
Близькість і прив'язаність до предмета або рослини	47
Характерні особливості предмета або рослини	47
Для розваги	40
Сприйняття предмета або рослини як живої особи	28
Наслідування друзів, що також давали імена неживим речам та рослинам	7

Серед інших мотивацій, які вказували респонденти, найцікавіші такі: «Вони – члени родини, і так зручніше про них говорити»; «Спроба оточити себе персонажами улюблених історій»; «Розділення відповідальності за спільний процес»; «Створення власного всесвіту під себе»; «Для зручності – легше вимовляти»; «Повага до їх працездатності»; «Для спілкування з ними».

Одна респондентка вказала на те, що у неї були різні мотивації називати неживі предмети у різних ситуаціях і в різні періоди життя: «У дитинстві я називала іграшки, бо сприймала їх як живі істоти, побутову техніку називала іменами в межах сім'ї, бо це була форма скорочення, а інтимну іграшку називали з чоловіком, щоб інші не здогадалися, про що ми говоримо і її ім'я було пов'язано з її характерними особливостями».

У таблиці 2 підсумовано предмети, яким респонденти найчастіше давали атомоніми.

Оскільки усі респонденти віком 18+, дитячі іграшки не стали домінантною категорією, хоча чимало дорослих і надалі їх купують і наділяють іменами. На другому місці – транспорт, зокрема автомобілі; на третьому місці – побутові прилади. Найчастіше імена отримують роботи-пилососи, пральки, мультиварки та посудомийки. Далі за частотністю комп'ютерна техніка та гаджети (ноутбуки, смартфони та фотокамери). Серед рослин домінують кімнатні улюбленці. Серед музичних інструментів – гітари. Категорія озброєння стала знову актуальною в українському соціумі через війну. У числі респондентів не було багато військових, інакше відсоткові показники були б іншими, бо практика наділяння іменами озброєння доволі поширена і має давню традицію. Інтимні іграшки також часто наділяють атомонімами через близький контакт з ними. У категорії «інше» потрапляли найрізноманітніші предмети – перстень, камінь, піч, культиватор та ін.

Таблиця 2

Категорія	
Категорія	%
Дитячі іграшки	48
Транспортні засоби	46
Побутові прилади	45
Комп'ютерна техніка, гаджети, III	25
Рослини, дерева, гриби	13
Музичні інструменти	7
Робочі інструменти	5
Озброєння	5
Інтимні іграшки	5
Інше	10

С. Бреда у своїй анкеті так само запитував респондентів, які саме предмети вони наділяють іменами. У нього дещо інша частотність: 34 імен авто, 8 гаджетів та телефонів, 6 плюшевих іграшок, 5 будинків, 4 побутові прилади, 2 велосипеди, 1 ніж [7, с. 35].

Як серед бельгійців, так і серед українців автомобілі домінують серед об'єктів атомонімів. Це, імовірно, зумовлено тим, що машини часто стають об'єктами антропоморфізму. Іноді з маркетингових міркувань цьому сприяють самі виробники, проєктуючи дизайн кузова (Див. [6]). Контакт між автомобілями та їхніми користувачами доволі частий і близький. Автомобілі рухаються, видають звуки, світлові сигнали тощо. Усі ці фактори сприяють персоніфікації і наданню атомонімів.

Далі розглянемо детальніше атомоніми з кожної категорії та історії їхнього виникнення (описані самими респондентами в анкеті).

Серед іграшок (ляльки, плюшеві ведмеді, фігурки і т. д.) домінують такі способи утворення імен:

1. На честь особи, що подарувала, близьких та родичів: ведмедик Бо [подарувала Оксана Богданівна], іграшковий заєць Костя [подарував друг на ім'я Костя], лялька Поліна [на честь прабабусі].

2. Від назви бренду/країни походження чи купівлі іграшки: лялька Варвара [одомашнення імені Барбі], ведмедик Тойво [фінською *toivo* – надія], сова Пустик [чеською *puštík* – сич].

3. Від зовнішніх ознак: антистрес іграшка Мандаринка [оранжевого кольору], свинка Білоруська [має біло-червоно-білу смужку], ведмедик Засранчик [іграшка з секонду-хенду зі стійким смородом навіть після прання], собачка Маська [дуже малого розміру].

4. Наділяння антропонімами, іноді кумедними та екзотичними, для наголошення подібності іграшок до людей: Ориська, Кароліна, Тетяна, Амадей.

5. На честь героїв книг, фільмів, фольклору тощо: Довбуш, Макомба [герой мультфільму «Мадагаскар»], Спостерігач [на честь героя фільму «Баффі винищувачка вампірів»], крук Метью [на честь героя серіалу «Сендмен»].

Серед атомонімів автомобілів домінують чотири способи утворення:

1. Через зовнішні ознаки, технічні характеристики, вік: Черепашка [візуально подібна і не дуже швидка], Пальма [подібна на собаку, яку так звали], Жука [через звук мотору], Бегемот [великий фургон], Дирчик [мала машина], Корчик

[стара машина, їх часто називають «корчами»], Бульбашка [велика і боката], Синичка [синього кольору], Мінхо [нагадує корейську акторку], Квіточка [бо фіолетового, кольору], Ракель [Lanos, подібний на стару шкапу], Китя [машина велика, як кит].

2. Варіація на тему назви моделі/бренду: Меггі [Renault Megan], Федя [Ford Focus], Жуккі [Nissan Juke], Лекс [Lexus], Емка [BMW М серії], Жан [гра слів з бредом Renault та іменем актора Жана Рено], Тіга [Volkswagen Tiguan], Єнот [Nissan Note], Хьюша [Hyundai], Джим [Suzuki Jimmy].

3. Наділяння жіночими антропонімами для олюднення: Ганнуся, Леся, Соня, Марічка.

4. На честь країни походження, країни купівлі/взяття в оренду: Ізабелла [авто орендоване в Іспанії, типове іспанське ім'я на думку автора назви] Броніслава [чеське авто – поширене чеське ім'я на думку автора назви].

За результатами анкетування автомобілі вдвічі частіше отримують жіночі атомоніми, але чоловічі також трапляються, зокрема серед імен, утворених на основі брендів та за зовнішніми ознаками. Серед назв велосипедів, самокатів та мотоциклів діють ті ж самі способи утворення атомонімів, що і у випадку авто.

Серед побутових приладів за результатами анкетування атомоніми найчастіше отримували роботи-пилососи. Це порівняно недавній винахід, який відзначається автономною діяльністю, рухливістю і своєрідною поведінкою, тому не дивно, що роботи-пилососи часто отримують імена. Ось найчастіші моделі їхнього утворення:

1. Чоловічі антропоніми, іноді на честь конкретних осіб, що допомогли з купівлею чи чимось нагадують прилад за характером: Валера, Василь, Джонні, Жан, Антон, Джордж, Вадим, Пол, Жора, Русланчик, Кіндратик, Микола, Саша.

2. За зовнішніми ознаками та особливостями роботи: Казимир [форма пилососа – чорне коло, алюзія на «Чорний квадрат» Малевича], Доббі [бо їсть шкарпетки на підлозі], Хоботок [бо втягує пил], Кротик [дешевий, з малою кількістю датчиків, майже сліпий], Сірко [сірого кольору].

3. Варіації довкола слова «робот»: Робокюзь, Робокотик, Роберто, Робік, Роберт.

4. На честь персонажів книг, фільмів тощо: Кракен [на честь Кракена з «Піратів Карибського моря»], Нафаня [на честь радянського мульт-персонажа], Доббі [герой «Гаррі Поттера»],

5. Імена утворені від брендів: Мі-мі [Xiaomi], Айрюша [IRobot].

Серед інших побутових приладів моделі номінації аналогічні:

1. Назви на честь героїв фільмів, книг тощо: пральки Емма [Боварі], Ізаура [фільм «Рабиня Ізаура»], посудомийки Мойдодир та Джейсон [на честь Джейсона Стетгема].

2. Від характеристик предметів: м'ясорубка Монстр [гучно працює], вентилятор Дуйлик [від дути], хлодильник Мінг [бо коштував, як ваза династії Мінг].

3. На честь брендів та назв серій: пральки Жаннуся [Zanussi], Цві [літери ZVI були у назві серії], мулитиварка Фі-фі [Philips], пилосос Самсон [Samsung], електроплита Бека [Beko].

4. Жіночі та чоловічі антропоніми, залежно від приладу: пральки Марина, Марічка, чайник Аркадій.

Комп'ютерна техніка, смартфони та інші гаджети, також часто отримують атомоніми. За даними анкетування, найчастіше – ноутбуки. Домінують ті ж моделі номінації, що і в побутових приладах:

1. Варіації на основі брендів: комп'ютери Хлопчик [HP], Інспірончик [Dell Inspiron], Сусик [Асус], Маковій [Macbook], Сюзанна [Asus], телефон Нотуся [Samsung Note], фотокамери Нікі [Nikon], Соня [Sony], Кенні [Canon], планшет Соф'я Павлівна [Sony], зарядна станція Джек [Jackery].

2. Через технічні особливості, зовнішність: комп'ютери Віслук [дуже повільний], Скакун [швидкий], Яся [батько сприйняв його за ящик], Сичік [екран обертався, як голова сови], Мухомор [червоний], фотокамера Пусічка [дуже гарна].

3. На честь героїв фільмів, книг і т.д.: ноутбуки Дадец [герой «Ловця снів»], Вейдер [герой «Зоряних війн»], Річард [як лицар].

4. Наділяння антропонімами: комп'ютери Пенелопа, Гелена, Маруся, Геля, Тоша, зарядна станція Маргарет.

Як відзначає словенська дослідниця Ю. Аврамов, раніше антропоморфізм траплявся спонтанно, а зараз це часто маркетингова стратегія виробників [6, с. 20]. Дедалі частіше різноманітні вироби отримують інтерактивний інтерфейс і можливість керування голосом. Окрім цього, розвиток штучного інтелекту, зокрема віртуальних помічників, спонукає користувачів придумувати їм імена. Разом ці фактори призводять до зростання атомонімів, зокрема у сферах, де активно використовується ШІ.

Рослини, дерева та чайні гриби також часто отримують атомоніми. Найчастіше – кімнатні рослини, з якими встановлюється тісний контакт, майже такий самий, як і з домашніми тваринами. Тут домінують звичайні антропоніми, перенесені

на рослини, але присутні також інші моделі утворення атомонімів:

1. Антропоніми, часто екзотичні: Аріадна, Юрій, Ігор, Мартін, Роберт, Федір, Фелікс, Марта, Семен, Мігель, Віолетта, Елеонора, Шаміль, Мортимер.

2. На честь відомих осіб, персонажів книг, фільмів і т. д.: папороть Патті Сміт, Ерен Єгер [герой «Атаки титанів»], гібіскус Маклауд [пережив багато митарств, траплялося, що його довго не поливали, але він пережив усе].

3. Скорочення від фітоніма: Ава [авокадо], Менді [мандаринове дерево].

Музичні та робочі інструменти мають подібні способи номінації, як і побутова техніка:

1. На честь визначних осіб, героїв книг, фільмів: гітари Моніка [Моніка Белуччі], Хісторія [персонаж «Атаки титанів»], ніж Судзумебачі [так називалася зброя в аніме «Бліч»].

2. Варіації довкола назв брендів: машинка для стрижки Семен [Siemens], шуруповерт Валера [Waler].

3. За зовнішніми ознаками: гітара Манюня [невеликого розміру].

Традиція придумувати атомоніми для зброї дуже давня. За свідченнями О. Мальченка, гармати наділяють іменами з XIV ст. [2, с. 321]. З того часу з'явилося велика кількість різноманітних видів зброї. В умовах війни саме від неї залежить виживання і перебіг бою, тому не дивно, що її персоніфікують. Як і у випадку інших неживих предметів, тут атомоніми утворюють за зовнішнім виглядом – дрони Зьобра [після ремонту тріщини заклеїли білим і вийшов узор у полосочку], Красунчик [естетично красивий], МТЛБ Миша [схожа зовнішньо, веде нічний спосіб життя]; за антропонімом – гвинтівка Катерина; за персонажами фольклору, книг і фільмів – гранатомет Баба Яга; ім'я на базі бренду – Джавік [Javelin].

Іноді в умовах війни надавання атомонімів – це утилітарна необхідність, зокрема серед дронарів, де важливо не переплутати спарені дрони і пульти. Тут атомоніми придумують доволі хаотично, часто з армійським гумором: Дзига, Оділ, Долбойоб, Васабі, Валера, Єбалай, Дупограй,

Джагернаут, Єлдак, Лелечка, Тузолуб, Хмарогриз.

Інтимні іграшки, як правило, персоналізують через максимальну наближеність до власного тіла. Найчастіше їх наділяють, відповідно, чоловічим або жіночим іменем: Гоша, Микола, Клаус, Мері.

Під час анкетування зафіксовано приклади атомонімів для предметів, які їх нечасто отримують, однак способи номінації у них такі ж само, як і в інших категоріях: буржуйка Кальцифер [герой аніме Міядзакі], груша бля боксу Степан, повітряний змій Елтон [кольорів веселки], плед Британець [кольором як кіт Британської породи], будильник Сансон [на честь династії паризьких катів Сансонів], грілка для ніг Антон, блокнот Софія, ліжко Букефал [кінь Македонського].

За результатами анкетування С. Бреда, 36% бельгійців схильні утворювати атомоніми (34% чоловіків та 38% жінок) [7, с. 35].

В анкетуванні, проведеному для цього дослідження, брали участь тільки ті, хто придумують атомоніми, серед них 75% жінок і 25% чоловіків, тому можна припустити, що в Україні жінки більш схильні до цієї практики, ніж чоловіки. Натомість суттєвих відмінностей між різними віковими категоріями, регіоном походження та освітнім бекграундом не фіксуються.

Висновки. Явище присвоєння атомонімів неживим предметам та рослинам зумовлене дитячою персоніфікацією іграшок, антропоморфізмом, а також звичкою створювати ідентичність для предметів та рослин, з якими зберігається близький контакт. З розвитком ІІІ та його інтеграцією у різні предмети кількість атомонімів зростатиме.

Атомоніми найчастіше отримують дитячі іграшки, автомобілі, побутові прилади, комп'ютери та гаджети, домашні рослини, музичні інструменти, зброя, інтимні іграшки.

Найчастіші способи утворення атомонімів такі: присвоєння антропонімів (традиційних і екзотичних) з метою олюднення; імена на основі назв брендів/моделей, зовнішнього вигляду та характеристик предметів та рослин; імена на честь героїв фільмів, книг і т. д.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Карпенко Ю., Літературна ономастика: збірник статей, Одеса 2008, 328 с.
2. Мальченко О. Інформаційний потенціал гарматних стволів XV – початку XIX ст. Київ: Академперіодика, 2021. 604 с.
3. Тихоша В. Народні назви фітонімів в українській мові. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*. Всеукр. наук. конф., м. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», Вип. 30, 2019. С. 215–218.
4. Торчинський М. Структура онімного простору української мови : монографія. / М. М. Торчинський. – Хмельницький: Авіст, 2008. – 550 с.

5. Янчишин А. Власні назви промислових товарів: типологія, походження і функціонування: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 українська мова. Черкаси: Черкаський нац. ун-т ім. Богдана Хмельницького, 2019. – 356 с.
6. Avramov J. Anthropomorphism in the Automotive Industry and its Relationship with perceiver brand warmth and brand competence. University of Ljubljana, 2024, 102 p.
7. Brédart S. The Influence of Anthropomorphism on Giving Personal Names to Objects. *Advances in cognitive psychology*. Vol. 17(1). 2021. P. 33–37.
8. Epley N. A Mind like Mine: The Exceptionally Ordinary Underpinnings of Anthropomorphism. *Journal of the Association for Consumer Research*. Vol. 3, № 4. 2018. P. 130–137.
9. Hashmi S., Vanderwert R. et.al, Doll play prompts social thinking and social talking: Representations of internal state language in the brain. *Developmental Science*. Vol 25. Issue 2, 2022. P. 1–11.