

УДК 81'373.23:791.43/.45:316.77

DOI: <https://doi.org/10.31499/2415-8828.1.2026.356409>Наталія Торчинська* **АВТОРСЬКА ІНТЕНЦІЯ ТА ГЛЯДАЦЬКА РЕЦЕПЦІЯ КРИЗЬ ПРИЗМУ ВЛАСНИХ НАЗВ КІНОФІЛЬМІВ**

У статті досліджено фільмоніми сучасного українського кінематографа 20-х років ХХІ ст. крізь призму співвідношення авторської інтенції та глядацької рецепції. Виявлено, що фільмонім функціонує як складний семіотичний комплекс, що виступає ментальним ключем до кінотвору. Особливу увагу приділено механізмам виникнення семантичних розривів між творчим задумом автора та інтерпретацією реципієнта, що зумовлено різницею культурних кодів, регіональною специфікою та віковими особливостями аудиторії. Доведено, що назви-прецеденти та назви-метафори потребують додаткової паратекстуальної підтримки для адекватного декодування. З'ясовано, що повномасштабна війна змінила контекст сприйняття онімів, перетворивши їх на маркери національної ідентичності та колективної травми. Стаття акцентує на важливості збалансування образності назви з її прагматичною установкою для ефективної комунікації з глядачем.

Ключові слова: фільмонім, ідеонім, авторська інтенція, глядацька рецепція, прецедентне ім'я, антитеза.

Torchynska Nataliia. Authorial intention and audience reception through the prism of film titles.

The article presents a linguistic and sociocultural analysis of modern Ukrainian film titles (filmonyms) as instruments of strategic communication. Its aim is to examine how the filmmaker's creative, ideological, and marketing intentions correlate with audience reception and to identify the causes of semantic discrepancies that emerge when viewers with different cultural backgrounds, age groups, and levels of historical awareness decode film titles.

The study proceeds from the premise that a filmonym is not merely a nominative label but a complex semiotic construct functioning as a primary «semantic key» to the cinematic text. The methodological framework integrates intentional, discourse, and onomastic approaches and focuses on Ukrainian film titles of the 2020s. Particular attention is paid to metaphorical models, precedent phenomena, and linguistic strategies used to encode national identity, historical memory, and contemporary social challenges.

The research highlights the phenomenon of a «semantic gap» between authorial intention and audience interpretation. This gap is often caused by the polysemy of titles, the use of dialectal elements, or complex historical allusions that may not be fully accessible to younger or international audiences. Special consideration is given to the transformation of reception contexts under the conditions of the full-scale war, which has turned filmonyms into markers of collective trauma and national resilience.

The findings demonstrate that the pragmatic effectiveness of a film title depends not only on its linguistic structure but also on the synchronization of cultural codes between author and recipient. The study emphasizes the role of paratextual tools – subtitles, taglines, and trailers – in minimizing semantic discrepancies. The evolution of Ukrainian film naming strategies reflects the broader process of constructing a renewed national mythos and cultural identity in the global arena.

Keywords: filmonym, ideonym, authorial intention, audience reception, onomasticon, precedent phenomenon.

Власні назви постійно супроводжують наше життя. Саме завдяки величезній кількості онімів ми розрізняємо живе й неживе, знайоме й невідоме, близьке й далеке, своє й чуже. Хоча здебільшого черпаємо об'єктивну інформацію про денотат уже із самого оніма, проте часто вперше почута власна назва ні про що не може нам «сказати», і тоді виникає потреба розширювати свої знання через залучення допоміжної інформації. В сучасному ономастиконі не можна стверджувати, що зрозумілість мотивації назвотворення залежить від часу виникнення об'єкта, бо як давні, так і сучасні найменування можуть мати різну етимологію – прозору, затемнену, відому, невідому, гіпотетичну. Відповідно до цього вважають, що найважче з'ясувати етимологію топонімів, зокрема гідронімів, а найлегше – ідеонімів, тобто власних назв об'єктів, пов'язаних із духовною сферою діяльності людини. У структурі ідеонімів М. Торчинський виокремлює артіоніми (найменування творів мистецтва), бібліоніми (власні назви текстів), гемероніми (найменування ЗМІ), хрононіми (власні назви часових проміжків), поетоніми й артіфрагментоніми (найменування в художніх текстах та інших різновидах мистецьких творів), до першої групи належать фільмоніми із такою градацією: кінофільмоніми – власні назви художніх кінофільмів («Аврора»), телефільмоніми – найменування художніх телевізійних фільмів, зокрема й телесеріалів («Салон краси»), концертофільмоніми – власні назви фільмів-концертів («Жінка, яка співає»), документофільмоніми – найменування неігрових (так званих документальних) фільмів («Грета Гарбо»), логософільмоніми – власні назви наукових, науково-популярних і навчальних фільмів («Таємниці Ренесансу»), публіцистиконіми – найменування переважно телевізійних фільмів, знятих на актуальні, злободенні теми («Дні, що сколихнули світ»), анімафільмоніми – власні назви мультиплікаційних фільмів («Ну, пострівай») тощо (Торчинський,

* Наталія Торчинська, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри слов'янської філології, Хмельницький національний університет (Хмельницький, Україна); e-mail: torchynskan@khmnu.edu.ua.



2008, с. 208). У статті не розмежовуватимемо ці типи найменувань, а до всіх назв фільмів застосуємо термін *фільмонім*.

Назви телевізійних передач, зокрема й фільмів, різноманітних програм, уже ставали предметом вивчення, проте здебільшого науковці зосереджувалися на структурі, мотивації, словотворі і семантиці твірних основ. Тут варто згадати відповідні доробки О. Зосімової та О. Лісної (2021), Н. Іваницької (2021), Т. Крупеньової, С. Притули (2023), О. Ткачук-Мірошніченко (2016), М. Торчинського (2015), Л. Шитик і Л. Юлдашевої (2022), А. Янчишина (2023) та ін. **Мета** статті – дослідити, як авторська інтенція в назвах сучасних українських фільмів співвідноситься з реальним сприйняттям неоднакових категорій глядачів (різні вікові та соціальні групи, місце проживання, освіта тощо).

Аналізуючи комунікативні інтенції автора художнього тексту, А. Томусяк зазначила, що реалізація художнього задуму здійснюється через систему експресивних засобів на всіх рівнях мовної ієрархії. Автор свідомо інтегрує в текст порівняння, антитези та специфічні синтаксичні конструкції, перетворюючи їх на інструменти цілеспрямованого впливу на реципієнта, що дає змогу не просто відтворити дійсність, а й виділити значущі ознаки об'єктів шляхом їхнього стилістичного увиразнення (Томусяк, 2018, с. 316). Подібний алгоритм іменування простежуємо і в кінематографі.

Актуальність дослідження полягає у спробі з'ясувати механізми створення українських фільмонімів як засобів комунікації між творцями кінопродукту та глядачами, які є основними визначниками рейтинговості фільму, цікавість до якого починається саме з назви, яка виступає своєрідним семантичним ключем, що передає стрижневу ідею фільму. Проте між тим, що хоче сказати автор назви (режисер, продюсер, маркетолог), і тим, як цю назву інтерпретує пересічний глядач, часто виникає семантична прірва.

«Національні особливості кінематографу визначаються культурними, історичними, соціальними та естетичними впливами конкретної країни чи регіону. Українська нація має свої унікальні особливості, які знайшли відображення у кінотворчості – від висвітлення традицій, обрядів, історичних подій до національної естетики та художньої образності» (Погасій, 2024, с. 367), що дуже яскраво відображено в найменуваннях фільмів, які в останні роки не лише здобувають престижні нагороди (зокрема, «Оскар» за «20 днів у Маріуполі»), а й формують новий іміджевий простір української культури. Фільмоніми стають маркерами епохи, передають як традиційні мотиви (історична пам'ять, фольклор), так і гостру сучасність (війна, міграція, трансформація ідентичності).

Особливість аналізованого періоду – це кіно до і після 24 лютого 2022 року. Повномасштабна війна кардинально змінила контекст рецепції: назви, які раніше сприймали нейтрально, набули додаткових смислів, а нові фільми створюються вже в умовах травматичного досвіду нації.

Проаналізуємо деякі фільмоніми, що репрезентують український кінематограф 20-х рр. ХХІ ст. і певною мірою допомагають зрозуміти об'єктивну мовно-культурну картину світу.

2023 року в український прокат вийшов фільм «Довбуш» (режисер Олесь Санін), головний герой якого – легендарний ватажок опришків Олекса Довбуш, що є символом боротьби за справедливість проти гнобителів. Задум автора: розповісти про реальну й водночас легендарну історичну постать захисника простого люду, а також, імовірно, провести паралель із сучасністю – героїчну боротьбу українського народу за свободу. Проте рецепція глядача може бути різною. До прикладу, для земляків (Івано-Франківщина, Закарпаття) Олекса Довбуш – «свій», локальний герой, про якого вони чують із дитинства, знають про нього багато легенд, відвідують місця його повстанської діяльності. Мешканці решти території України про Довбуша вчили у шкільному курсі історії, проте він вже не є для них емоційно близьким. Чим молодше покоління, тим менше асоціацій з історичним тлом, а більше, наприклад, із пам'ятками природи державного значення «Скелі Довбуша», «Стежка Довбуша» тощо, розташованих у різних місцях Карпат. Таким чином, для автора Довбуш – це символ незламності українського духу з прямою паралеллю із сучасною боротьбою, а для частини глядачів (особливо молоді) – це просто ім'я героя пригодницького фільму без глибокого символічного навантаження, що зумовлено регіональними відмінностями в культурній пам'яті, слабким знанням молодого покоління історії та відсутності додаткових складників у назві, які б допомогли ширше розкрити інтенцію автора.

Оскаронесний документальний фільм Мстислава Чернова «20 днів у Маріуполі» (2023 р.), знятий на реальних подіях, спрямований на широку різновікову аудиторію в усьому світі. Темпорально-локативна назва фільму максимально пряма й інформативна, оскільки вказує і на часовий проміжок (20 днів), і на місце дії (Маріуполь). Зважаючи на те, що світова спільнота знає про російсько-українську війну, то інтенція автора є універсальною: Маріуполь – символ стійкості, трагедії та героїзму, вказівка на кількість днів підсилює напругу і драматизм подій. Щодо сприйняття, то глядачі здебільшого розуміють і переживають сюжет саме так, як того хотів режисер, – емоційно й боляче. Водночас є ті, для кого така назва може бути тригером, хто через внутрішній психологічний опір не готовий

переживати події знову, тобто доречно говорити про своєрідне протистояння інтенції автора й рецепції частини суспільства: фільмонім у період війни містить повністю зчитувану інформацію, яка одразу налаштовує людину на бажання чи небажання переглянути цей документальний щоденник залежно від її емоційної готовності.

Фільмонім «*Конотопська відьма*» (2024 р.; режисер Андрій Колесник), прецедентна мовна одиниця (за А. Петренка, це «такі мовні одиниці, які актуалізують / вербалізують ПО у процесі комунікації і, крім власне лінгвальних ознак, є семіотично важливими знаками національної культури, носіями історико-культурних, побутово-релігійних, етнографічних, соціально-психологічних цінностей (стереотипів, кодів, символів) у межах або і за межами певного національно-культурного та часового / позачасового простору» (Петренко, 2019, с. 118)), у більшості представників старшого покоління викликає асоціації з «Конотопською відьмою» Г. Квітки-Основ'яненка, яку вивчали у шкільному курсі української літератури. Звісно, сюжет пам'ятають не всі, але знають, що йшлося про дівчину з Конотопа, яка мала надприродні здібності і зналася з нечистою силою, тому такий глядач чекає й відповідного фольклорного сюжету. Іntenцію автора – показати героїчну боротьбу українського народу крізь призму містики, створивши національний хоррор, – молодь може сприймати крізь призму голлівудських фільмів жахів без прив'язки до фольклору, тоді як решта глядачів має можливість актуалізувати легенду про відьму і провести паралель із сучасністю. Ад'єктонім *конотопська* також неоднаково трактується глядачами. Знання фольклорного тексту і проживання на віддаленій від Сумщини території майже не викликає асоціацій із локативом. Водночас у тих, хто не знайомий із повістю Г. Квітки-Основ'яненка, можуть виникати питання, чому саме в назві фігурує Конотоп.

Прецедентним ім'ям вважаємо й назву фільму «*Клондайк*» (2022 р.) режисерки Марини Єр Горбач. Для більшості слово «клондайк» асоціюється із «золотою лихоманкою» на Алясці наприкінці XIX століття. Це своєрідний символ хаосу, закону сили, жадоби збагачення, де людське життя нічого не варте порівняно з ресурсом. Використання цієї лексеми спрямоване на виникнення відповідного асоціативного ряду ще до перегляду фільму, після чого почнеться трансформація образу. Фільмонім є алюзією: якщо американський Клондайк – це місце, куди люди їхали за збагаченням, то у фільмі Клондайк – це антитеза, це Донбас, територія, яку роздирають, де замість золота – уламки літака МН17, а замість надії – війна. Таким чином, обираючи саме таку назву для фільму, використовуючи складну метафору (*Клондайк* як протиставлення багатства і трагедії), автор прагне підсилити інтерес до кінострічки, проте пересічний глядач із різних об'єктивних причин не може зчитати прихований сенс і сприймає назву буквально або взагалі не розуміє зв'язку з Донбасом. Отже, виникає повна розбіжність між авторською інтенцією і глядацькою рецепцією, уникнути якої допомагають трейлери до фільмів або підзаголовки, які можуть додавати при рекламі кінострічки.

Своєрідною алюзією назви повісті І. Нечуя-Левицького «*Кайдашева сім'я*» є фільмонім «*Снімати Кайдаша*» (2020 р., сценаристка і продюсерка Наталка Ворожбит). Головна мета фільму – осучаснити класику, відродити цікавість сучасного покоління до української літератури. Назва, побудована як дієслівно-іменникове словосполучення, спонукає до роздумів щодо довільності й умотивованості використання інфінітива (*снімати шпигуна, злодія?*) і є своєрідною грою слів. Фільмонім подекуди можна вважати провокативним, оскільки спонукає до перегляду фільму з метою з'ясувати сутність і причину такого найменування. Зрештою, фільм справді став культовим для різних прошарків суспільства.

Підліткова драма «*Стоп-Земля*» (2021 р., режисерка Катерина Горностай) відтворює складність підліткових стосунків, де головною героїнею є інтровертна старшокласниця Маша. Авторка зацентрувала увагу на кризі підліткового віку, пошуку себе, бажанні втекти від реальності. Такий фільмонім із підсвідомості українців може «витягти» фразу: «Зупиніть землю – я зйду!», яка асоціюється з бажанням втекти від чогось, не бачити й не чути чогось неприємного, неприйняттого. Ймовірно, саме на це й розраховувала режисерка. Проте сам фільмонім нічого не говорить ні про місце дії, ні про головних героїв, тобто якщо для режисера назва – це філософська метафора, то для частини глядачів вона незрозуміла, бо не дає уявлення про зміст. Отже, як і в попередньому прикладі, щоб фільмонім став зрозумілим, виникає потреба деталізувати інформацію.

Абсолютно незрозумілим для більшості українців є фільмонім «*Ламфір*» (2022 р., режисер Дмитро Сухолиткий-Собчук), в основі якого – діалектне буковинське прізвисько, яке для більшості українців не розкриває змісту фільму. Ймовірно, автор таким чином хотів заінтригувати глядача, спонукати його до з'ясування глибинної сутності назви, а отже, і до перегляду кінострічки. Як свідчать джерела, фільм набув культового статусу саме завдяки автентичності, частиною якої є назва.

Фільмонім «*Люксембург, Люксембург*» (2023 р., режисер Антоніо Лукіч) при першому прочитанні його викликає локативні асоціації та припущення, що йдеться про невелику державу, члена політично-

економічного союзу Бенілюкс. У свідомості багатьох українців топонім *Люксембург* постає еталоном капіталістичного успіху, безпеки та європейської елітарності, створює своєрідну ілюзію успіху й достатку. Фільмонім побудований на прийомі редуплікації (повтору) і водночас є своєрідною проекцією на головних героїв – братів-близнюків, які їдуть у Люксембург на пошуки батька. Якщо географічний Люксембург – це країна, яку в міжнародних реєстрах, в аеропортах записують як *Luxembourg, Luxembour*, то авторський «Люксембург, Люксембург» – це антитеза, де зовнішній блиск протиставлений внутрішній порожнечі та занепаду, багатий світ протиставлений Лубнам із його суржилом, маршрутками й побутовими конфліктами. Традиційно, що первинна рецепція глядача спрямована саме на перспективу дивитися фільм про Люксембург, про «красиве закордонне життя», тоді як в реальності йдеться про подвійність людської долі, про самотність і старість. До такого висновку можна дійти лише після перегляду фільму.

Так само локативне забарвлення має фільмонім «*Я, “Победа” і Берлін*» (2024 р., режисерка Ольга Ряшина), який старше покоління одразу може трактувати як «поїздку машиною марки «Победа» до Берліна», тобто тут можемо говорити про збіг авторського наміру та глядацького сприйняття. В обох варіантах (інтенція – рецепція) спостерігаємо іронічність поєднання радянської марки машини «Победа», якою герой подорожує Європою, зокрема в Берлін (підтекстово таку назву також можна сприймати і як ретроспекцію на Другу світову війну – перемогу над нацистською Німеччиною). Проте оскільки назва є прямою цитатою однойменної повісті музиканта Кузьми Скрябіна, то в прихильників творчості співака одразу виникають відповідні асоціації, а отже, й очікування іронічного змісту, де «Победа» – це код старого світу, а Берлін – нового, кращого, багатшого. Тож назва, побудована як сурядне словосполучення (або й номінативне речення), стає антитезою і водночас характеристикою світогляду всього покоління.

Абсолютно зрозумілим із погляду наміру автора і сприйняття глядача став фільмонім «*Сусідка*» (2022 р., режисерка Наталія Пасеницька), який репрезентує романтичну кінокомедію. Назва проста, без глибинних сенсів та культурних бар'єрів. Сюжет фільму збігається з очікуванням, тобто розбіжностей між інтенцією та рецепцією майже немає, глядач отримує те, на що розраховував.

Отже, інтенціональний аналіз найменувань кінофільмів дає підстави зробити висновок, що трактування наміру автора назви і її розкодування не залежить від структури оніма. Більш-менш однозначно, без розбіжностей можна сприймати як однослівні назви («Довбуш», «Сусідка»), так і багатослівні («20 днів у Маріуполі», «Я, “Победа” і Берлін»). Водночас і незрозумілі повністю («Памфір») або лише мотиваційно неоднозначними («Конотопська відьма») також можуть бути різні за структурою одиниці. У цьому контексті підтверджуємо висновок М. Торчинського, що «фільмоніми є одними з небагатьох розрядів власних назв, де переважають складні синтаксичні конструкції (в основному словосполучення – як підрядні, так і сурядні), причому багато із запропонованих підвидів цих найменувань мають специфічні особливості, які стосуються їхньої будови, походження і функціонування» (Торчинський, 2008, с. 208).

Дослідники кінематографу зазначають, що «кіно не лише відображає дійсність, а й формує уявлення про неї; воно конструє соціальну реальність у спосіб, який глядачі сприймають як природний або достовірний; при цьому кіно є своєрідною «мнемонічною машиною», впливаючи на колективну пам'ять, моделюючи національні, історичні або особистісні ідентичності» (Зінчина & Кунденко, 2024, с. 37), проте налаштування на сприйняття фільму починається із прочитання й інтерпретації його назви.

Зважаючи на викладене вище, можемо стверджувати, що фільмоніми відіграють важливу роль у рекламі фільму та його прокаті. Розбіжності між авторською інтенцією та глядацькою рецепцією фільмонімів є закономірним явищем, зумовленим різницею культурних кодів, життєвого досвіду, лінгвістичної компетенції та контекстуального знання. Основними причинами полярних поглядів і намірів може бути багатозначність і метафоричність назв, невідомі широкому загалу алузії, прецедентні феномени, рівень освіти й культурного розвитку, належність до різних соціальних груп, проживання в різних регіонах, невідповідність жанрового очікування глядача реальному змісту фільму. Глядач може зчитувати інший сенс, а відтак по-своєму інтерпретувати назву й мати хибні очікування, тому виникає потреба певною мірою збалансовувати образність, закодованість назви із її зрозумілістю, використовувати інтертекстуальні елементи (підзаголовки, слогани) для більш адекватного трактування й налаштування на відповідну кінематографічну продукцію. Таким чином, «використання ресурсів різних лексичних пластів, оцінної лексики, зображально-виражальних засобів і фразеологізмів не тільки прикрашає мовлення, а й посилює його вплив на читачів, допомагає більш точно та яскраво висловити авторський задум, а добре продуманий підбір засобів і точне слововживання в назві фільму може сприяти реалізації його прагматичної установки й експресивної функції» (Крупеньова, 2020, с. 218).

Отже, фільмонім – це не просто назва, а складний семіотичний комплекс, що функціонує на перетині інтенцій режисера чи сценариста й очікувань аудиторії. Розуміння механізмів розбіжностей між ними важливе як для кінематографістів (для ефективної комунікації), так і для дослідників культури (для аналізу соціокультурних процесів). Українське кіно сьогодні стає невід’ємною частиною національного культурного фонду. У ньому поєднуються авторське переосмислення ідентичності, візуалізація символічного простору України, відтворення етнокультурних традицій як потужного інструменту самопізнання нації, тому й існує потреба у влучних та адекватних найменуваннях цього кінематографічного продукту.

Продовженням дослідження може стати порівняння слов’янських фільмонімів із метою виявлення спільних кодів і специфічних національних стратегій іменування.

ЛІТЕРАТУРА

- Зінчина, О. Б., & Кунденко, Я. М. (2024). Творчі компоненти фільму як соціальні механізми продукування смислів у масовій комунікації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*, (53), 35–46. <https://doi.org/10.26565/2227-6521-2024-53-04>
- Зосімова, О. В., & Лісна, О. І. (2021). Мотивація назв британських телевізійних програм. *Лінгвістичні дослідження*, (55), 12–21. <https://doi.org/10.34142/23127546.2021.55.02>
- Іваницька, Н. Б. (2021). Англомовні фільмоніми в українському перекладі. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 32 (71), 4/2, 103–111. <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-2/18>
- Крупеньова, Т. І. (2020). Українські фільмоніми ХХІ століття: структурно-семантичний аспект. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, (1), 216–221. <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2020-1-33>
- Петренко, А. С. (2019). Термінологічне уточнення базових понять прецедентності. *Українська мова*, (4), 112–121. <https://doi.org/10.15407/ukrmova2019.04.112>
- Погасій, С. М. (2024). Національна специфіка українського авторського кіно. *Культурологічний альманах*, 1 (9), 355–365. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2024.1.46>
- Прытула, С. С. (2023). Заголовки сучасних українських фільмів: комунікативний та структурно-семантичний виміри. *Мовознавчий вісник*, 34, 150–159. <https://doi.org/10.31651/2226-4388-2023-34-148-158>
- Ткачук-Мірошніченко, О. Є. (2016). Структурно-мотиваційний та комунікативно-прагматичний аспекти дослідження англомовних назв телепередач (на прикладі телевізійного програмного контенту каналу TLC). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*, (63), 199–201. ISSN 2519-2558
- Томусяк, А. О. (2018). Комунікативні інтенції автора художнього тексту як моделюючий фактор його образу. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філологія*, (18), 314–320.
- Торчинський, М. М. (2008). *Структура онімного простору української мови*. Авіст.
- Торчинський, М. М. (2015). Власні назви телепередач: структура, словотвір, мотивація. *Записки з ономастики*, (18), 669–683. ISSN 2410-3373
- Шитик, Л. В., & Юлдашева, Л. П. (2022). Тактики перекладу англомовних назв фільмів українською мовою. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія «Філологічні науки»*, 3 (98), 207–216. [https://doi.org/10.35433/philology.3\(98\).2022.207-216](https://doi.org/10.35433/philology.3(98).2022.207-216)
- Янчишин, А. М. (2023). Особливості функціонування власних назв сучасних кінофільмів. У *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія «Філологічні науки»*, 2 (100), 278–287. [https://doi.org/10.35433/philology.2\(100\).2023.278-287](https://doi.org/10.35433/philology.2(100).2023.278-287)

REFERENCES

- Zinchyna, O. B., & Kundenko, Ya. M. (2024). Tvorchi komponenty filmu yak sotsialni mekhanizmy produkuvannya smysliv u masovii komunikatsii [The creative elements of film as social mechanisms for the production of meaning in mass communication]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya «Sotsiolohichni doslidzhennia suchasnoho suspilstvi: metodolohiia, teoriia, metody»*, (53), 35–46. <https://doi.org/10.26565/2227-6521-2024-53-04> (in Ukrainian)
- Zosimova, O. V., & Lisna, O. I. (2021). Motyvatsiia nazv brytanskykh televiziinykh prohrm [The inspiration behind the titles of British TV programmes]. *Linhvistychni doslidzhennia*, (55), 12–21. <https://doi.org/10.34142/23127546.2021.55.02> (in Ukrainian)
- Ivanytska, N. B. (2021). Anhlomovni filmonimy v ukrainskomu perekhadi [English film titles in Ukrainian translation]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu im. V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 32 (71), 4/2, 103–111. <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-2/18> (in Ukrainian)
- Krupenova, T. I. (2020). Ukrainski filmonimy XXI stolittia: strukturno-semantychnyi aspekt [Ukrainian film titles of the 21st century: a structural-semantic analysis]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, (1), 216–221. <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2020-1-33> (in Ukrainian)
- Petrenko, A. S. (2019). Terminolohichne utochnennia bazovykh poniat pretsedentnosti [Terminological clarification of basic concepts relating to case law]. *Ukrainska mova*, (4), 112–121. <https://doi.org/10.15407/ukrmova2019.04.112> (in Ukrainian)
- Pohasii, S. M. (2024). Natsionalna spetsyfika ukrainskoho avtorskoho kino [The national character of Ukrainian auteur cinema]. *Kulturolohichniy almanakh*, 1 (9), 355–365. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2024.1.46> (in Ukrainian)
- Prytula, S. S. (2023). Zaholovky suchasnykh ukrainskykh filmiv: komunikatyvnyi ta strukturno-semantychnyi vymiry [Titles of contemporary Ukrainian films: communicative and structural-semantic dimensions]. *Movoznavchyi visnyk*, (34), 150–159. <https://doi.org/10.31651/2226-4388-2023-34-148-158> (in Ukrainian)
- Tkachuk-Miroshnychenko, O. Ye (2016). Strukturno-motyvatsiyni ta komunikatyvno-prahmatychnyi aspekty doslidzhennia anhlomovnykh nazv teleperedach (na prykladi televiziinoho prohrannoho kontentu kanalu TLC) [Structural-motivational and communicative-pragmatic aspects of the study of English-language TV programme titles (using the example of TLC’s television

content)]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Seriiia «Filolohichna»*, (63), 199–201. ISSN 2519-2558 (in Ukrainian)

Tomusiak, A. O. (2018). Komunikatyvni intentsii avtora khudozhnoho tekstu yak modeliuiuchy faktor yoho obrazu [The communicative intentions of the author of a literary text as a factor shaping its image]. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia: Filolohiia*, (18), 314–320. (in Ukrainian)

Torchynskiy, M. M. (2008). *Struktura onimnoho prostoru ukrainskoi movy* [The structure of the onymic space of the Ukrainian language]. *Avist*. (in Ukrainian)

Torchynskiy, M. M. (2015). Vlasni nazvy teleperedach: struktura, slovotvir, motyvatsiia [Proper names of television programmes: structure, word formation, etymology]. *Zapysky z onomastyky*, (18), 669–683. ISSN 2410-3373 (in Ukrainian)

Shytyk, L. V., & Yuldasheva, L. P. (2022). Taktyky perekladu anhlo-movnykh nazv filmiv ukrainskoiu movoiu [Strategies for translating English film titles into Ukrainian]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka. Seriiia «Filolohichni nauky»*, 3 (98), 207–216. [https://doi.org/10.35433/philology.3\(98\).2022.207-216](https://doi.org/10.35433/philology.3(98).2022.207-216) (in Ukrainian)

Yanchyshyn, A. M. (2023). Osoblyvosti funktsionuvannia vlasnykh nazv suchasnykh kinofilmiv [Features of the functioning of proper names in contemporary films]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka. Seriiia «Filolohichni nauky»*, 2 (100), 278–287. [https://doi.org/10.35433/philology.2\(100\).2023.278-287](https://doi.org/10.35433/philology.2(100).2023.278-287) (in Ukrainian)

Дата надходження статті: 14.02.2026 року

Дата прийняття статті: 16.03.2026 року

Опубліковано: 01.04.2026 року