



Zhytomyr Ivan Franko State University Journal.
Philological Sciences. Vol. 2 (105)

Вісник Житомирського державного
університету імені Івана Франка.
Філологічні науки. Вип. 2 (105)

ISSN (Print): 2663-7642
ISSN (Online): 2707-4463

УДК 811.111'373.2:75(410.1)
DOI 10.35433/philology.2 (105).2025.248-258

ФУНКЦІЙНЕ НАВАНТАЖЕННЯ АНГЛОМОВНИХ ПІКТОНІМІВ

Т. О. Хаджилий*

У статті розглянуто функційне навантаження піктонімів – власних назв картин живопису, які мають мистецьку цінність та слугують засобами передавання візуальної інформації. Піктонім – підвид імажоніма (назва твору образотворчого мистецтва), який є підвидом артіоніма (назва художнього, публіцистичного твору або витвору мистецтва, такого, як образотворче, музичне, театральне, балетне, скульптурне, фотографічне) який, зі свого боку, є підвидом ідеоніма (назва нематеріальних об'єктів людської діяльності). Завдяки особливостям піктонімів їхні функції відрізняються від інших онімів. Визначено, що функційні особливості англомовних піктонімів не досліджено на належному рівні, що пояснює актуальність даного дослідження. Головним завданням нашої розвідки є визначення функційного навантаження англомовних піктонімів, які входять до класу ідеонімів. У висновку виокремлено основні функції піктонімів: номінативно-ідентифікативно-диференціювальну (оніми називають об'єкт, виокремлюючи картину серед інших та вказують на неї); емоційно-експресивну, естетичну, які полягають у тому, що власні назви картин передають емоційне наповнення полотен, створюють художній образ; культурно-історичну (назва картини виступає носієм історичної інформації, культури народу); прогностичну (прогнозування змісту картини); рекламну (художник підкреслює незвичайність роботи, епатажність назви, викликає інтригу в аудиторії); сугестивну (піктоніми навіюють певне враження й тим самим впливають на свідомість адресата) та мнемотичну (у назві полотна автор залишає підказки для глядача, які допоможуть співвіднести піктонім із візуальним образом і допомагає краще його запам'ятати). Було визначено, що піктонім виконує не лише функцію найменування, а ще й може бути засобом впливу на підсвідомість, викликати певні асоціації, слугувати засобом історичної, етнічної, культурної інформації, бути носієм національної картини світу.

Ключові слова: власна назва, ідеонім, артіонім, піктонім, функційне навантаження.

FUNCTIONAL PECULIARITIES OF ENGLISH PICTONYMS

Khadzhylii T. O.

This article examines the functional peculiarities of pictonyms – proper names of paintings that carry artistic value and serve as a means of conveying visual information. A pictonym is a subclass

* аспірантка 2 року навчання
кафедри граматики англійської мови
(Одеський національний університет імені І. І. Мечникова)
khadzhylii.tetiana@onu.edu.ua
ORCID: 0009-0006-6542-3225

of imageonym (a name assigned to a work of fine art), which, in turn, is a subclass of artionym (a name assigned to an artistic or other work, including visual art, music, theater, ballet, sculpture, or photography), which is a subclass of ideonym (a category encompassing the names of intangible products of human activity). Due to the specific characteristics of pictonyms, their functions differ from those of other types of onyms. It has been established that the functional characteristics of English pictonyms have not been sufficiently studied, which underscores the relevance of this research. The main objective of our research is to determine the functional load of English pictonyms, which belong to the class of ideonyms. The study concludes by identifying the primary functions of pictonyms: nominative-identifying-differentiating (pictonyms serve to name and distinguish specific works of art, identifying individual paintings and differentiating them from others); emotionally expressive, aesthetic (pictonyms convey the emotional content of a painting and contribute to the formation of its artistic image); cultural-historical (the title of a painting can serve as a vessel of historical and cultural information, reflecting the traditions, values, and context of a particular society or era); prognostic (pictonyms may provide insight into, or a preliminary understanding of, the painting's thematic content); advertising (by employing unusual, provocative, or intriguing titles, artists may capture the audience's attention and stimulate interest in the artwork); suggestive (pictonyms can evoke specific associations or impressions, thereby shaping the viewer's perception and emotional response; and mnemonic (the title may function as a memory aid, containing verbal cues that help the viewer associate it with the visual image and retain it more effectively). It has been established that a pictonym not only performs a nominative function but can also serve as a means of influencing the subconscious, evoking specific associations, conveying historical, ethnic, and cultural information, and reflecting a national worldview.

Keywords: proper name, ideonym, artionym, pictonym, functional peculiarities.

Постановка наукової проблеми.

Власні назви об'єктів мистецтва мають культурну, історичну, естетичну, художню та соціальну цінність. Вони є не лише результатами творчої діяльності людини, а й носіями певної інформації, відображають історію, цінності країни, можуть бути самовираженням думок та поглядів художника, передавати глибину твору, бути засобом підтримки ідей суспільства, слугувати культурною спадщиною та загалом викликати захоплення та емоції в глядача. Це зумовлює цікавість до вивчення функційних особливостей пропріативів духовних творів людства дослідниками різних країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загалом функції власних назв ґрунтовно вивчали як західні, так і вітчизняні фахівці з ономастики. Функцією називають роль мови або її одиниць під час обміну інформацією [8: 295]. Функції мови (перекл. з лат. *functio* – "виконання", "здійснення") – "призначення, роль, завдання, що їх виконує мова в суспільному вжитку" [9: 777]. До основних функцій мови належать комунікативна (забезпечує обмін інформацією), когнітивна

("слугує внутрішній репрезентації знань, які містяться в мозку людини, – збереженню, переробленню та використанню інформації"), мислеоформлювальна ("мова бере найактивнішу участь у процесі формування та формулювання думки", пізнавальна (мова – як інструмент пізнання), акумулятивна (в мові відбувається нагромадження досвіду багатьох поколінь). Комунікативна функція, в свою чергу, поділяється на експресивну (зосереджена на умові виконання мови, що проявляється незалежно від волі мовця), імпресивну (заключається у "дії мовлення на адресата незалежно від того, як адресат її сприймає") та інформаційну ("полягає у передаванні в процесі спілкування одне одному певної інформації про позамовну дійсність, у відображенні об'єктивної реальності") [9: 777-778]. Виділяють також емоційну функцію, яку ще називають емотивною чи виразовою, що полягає у вираженні почуттів та оцінок, контактовстановну (фатичну), яка заключається у тому, що "розмова ведеться заради самої розмови" та метамовну – "коли одні слова чи вирази використовуються для

пояснення інших або їх коментування" [9: 778].

О. О. Селіванова розрізняє поняття "функції мови" та "функції мовних одиниць". Так, функції мови – це "роль, призначення мови в суспільстві, житті етносу, співіснуванні її носіїв, їхній діяльності та культурі". Основними функціями мови визначено наступні: комунікативну (поділяється на фатичну, конативну, волюнтативну (впливову), акумулятивну та трансляторну функції); пізнавальну (когнітивну) (поділяється на функції знаряддя пізнання, цілісної орієнтації, номінації, предикації); емотивну, яка передбачає й естетичну, та метамовну [6: 773]. У той час як функції мовних одиниць – "призначення певної мовної одиниці для передачі елементарного змісту або створення якогось особливого змісту". Одні лінгвісти визначають функцію як "ролі в синтаксичній структурі", або як "позиції в синтаксичній структурі", чи як "відношення (зв'язку) до всієї структури або до позамовної дійсності", інші характеризують функцію як "роль мовної одиниці в побудові (ономасіологічний аспект) чи функціонуванні (семасіологічний аспект) комунікативної одиниці, роль, зумовлену інтенцією мовця, спрямованою на вибір конкретної лексеми з тією чи іншою референцією, місцем у лексичній парадигмі і входженням до відповідного відображально-таксономічного класу номінативних одиниць". Функцію можна вважати основою категоризації мовних явищ, що може представлятися за допомогою різних мовних засобів [6: 774-775]. О. О. Селіванова звернула увагу на те, що відкритою в наш час є проблема співвідношення смислу та функції, адже функція слугує "перцепцією концепту, тобто тим, що сприймається мовцем як фрагмент смислу", звідки виникає питання про знаковість функції, тому що "функція сама по собі позбавлена знаковості, вона набуває її лише в поєднанні з формою мовного знака" [6: 775].

Основну увагу в дослідженнях приділяли функціям топонімів та антропонімів, водночас функції об'єктів духовних надбань людства не вивчені на належному рівні, що підтверджує **актуальність** нашої розвідки. Зокрема, В. Ніколайсен дав визначення функції найменування пропріативів як "процесу, за допомогою якого слова стають назвами через асоціацію". Він досліджував функції онімів у літературних творах, зазначивши, що назви можуть виконувати функцію локалізації (називати реальні географічні об'єкти) [18].

Водночас Г. Кастанеда звернув увагу на проблему розуміння функцій власних назв, адже вони належать до структур, що пов'язують значення онімів із нашими уявленнями про названі об'єкти й те, що ми маємо на увазі, коли покликаємося на певні пропріативи. Порушена проблема стосується семантики, когнітивної психології та онтології. Він також розглянув власні назви з позиції пропозиційної функції [13].

На думку Ю. О. Карпенко, загальні назви можуть виконувати узагальнювальну функцію, а власні назви здійснюють функцію індивідуалізації [2]. Услід за Ю. О. Карпенко, Г. В. Шотова-Ніколенко дослідила функції онімів у художньому творі та виокремила такі: небуденності, характеристична, хронотопічна та експресивно-виразова [11]. Результати вітчизняних розвідок показують велику цікавість до вивчення функціонування пропріативів у літературній ономастиці.

М. М. Торчинський визначив, що основними функціями онімів є комунікативна, когнітивна, експресивна, естетична тощо. Якщо спочатку підкреслювали, що власні назви у художній літературі виконували лише стислістичну функцію, то згодом прийшли до висновку, що вони виконують також й естетичну, ідеологічну, характеристичну, алюзивну,

символічну, експресивну, локалізацій, змістову, соціологічну тощо [8: 295–296]. Дослідник поділив функції поетонімів на: номінативно-диференційну ("поетоніми характеризуються відсутністю додаткових конотацій і функціонують в художньому мовленні, щоб однозначно називати денотатів і диференціювати їх від інших одно- чи різнотипних об'єктів номінації"), характеристичну ("поетоніми мають соціальну, національно-регіональну, часову або іншу інформаційно-оцінну значущість"), ідеологічну ("поетоніми дають енциклопедичну характеристику та ідеологічну оцінку денотата"), емотивну ("поетоніми співвідносяться з реальними прототипами"), емоційно-експресивну ("поетоніми викликають певну емоційно-експресивну оцінку зображуваного"), естетичну ("поетоніми як мірило прекрасного"), ідіостилістичну ("поетоніми мають різнопланові стилістично-виражальні можливості, які значною мірою залежать від індивідуальності митця") функції [8: 299–300].

Зараз дослідники не прийшли до спільного визначення функцій власних назв. Зокрема, В. Бланар, досліджуючи антропоніми, виділив функцію вказівки на споріднення, функцію легалізації людини в суспільстві, функцію характеристики та функцію вказівки на соціальний стан. Натомість В. М. Галич, вивчаючи заголовки публіцистичних творів, виділила серед функцій такі: рекламну, інформативну, номінативну, пейзажну, персональну, власне предметну та жанрову [7]. Отже, підхід до дослідження функцій онімів залежить від класу онімів.

В. Ван Лангендонк провів аналіз функцій власних назв із семантичної, прагматичної та синтаксичної позиції. Місце власної назви лежить у прагматично-семантико-синтаксичній теорії, яка полягає в тому, що пропріатив позначає унікальний суб'єкт на рівні мови. Він стверджував, що власна назва – це

іменник, який позначає унікальну сутність на рівні "встановленої лінгвістичної конвенції", щоб зробити її психосоціально помітною в рамках певної категорії прагматичного рівня. Цікаво, що значення назви не визначає денотат. Важливою характеристикою імені є здатність виступати в близьких апозиційних конструкціях [17].

Беручи до уваги дослідження С. В. Насакіної щодо ономастичного простору рекламних текстів фармацевтичних препаратів, виокремили такі функції онімів, як: мовна (номінативна), мовленнєві (серед яких виділяють емоційно-експресивну, апелятивно-комунікативну та текстотворчу), екстралінгвальні (поділяються на інформаційно-рекламну, культурно-символічну, соціальну, сугестивну та естетико-просвітницьку) [4: 127].

Згодом Й. Гельмбрехт, зосередившись на дослідженні антропонімів, описав функцію адресації та функцію референції. Власні назви часто надають одні люди іншим та містять акт іменування, до якого входять: особа, яка придумала назву; людина, яка дала назву; процес присвоєння імені (частіше ритуал), індивіда, який є носієм імені та користувачі імені, тобто всі, хто використовує конкретну назву в соціумі [16]. Далі М. Сінъесс у своїх дослідженнях так само виокремив функцію референції, а також соціальну функцію власних назв. Він зазначив, що пропріативи виконують основну функцію – полегшення посилання на своїх носіїв. Митці називають свої роботи приблизно так само, як й інші люди. Роботи найменуються через причинно-наслідкові зв'язки. Завдяки функції референції власні назви ідентифікують своїх референтів у певному контексті [22].

М. К. Гібка аналізувала функції власних назв персонажів у творах. Дослідниця виокремила серед функцій постійні та моментальні, зазначивши, що *nomina propria* стосується двох актів: акту називання в романі та акту

використання назви. Було описано моделі цих актів та запропоновано два визначення функції власної назви персонажа в романі. Одні функції можуть бути тимчасовими, а інші – постійними [15].

Паралельно з дослідженням М. К. Гібки Ж. Дворжакова класифікувала власні назви в літературній ономастиці, які є поширеними в чеських ономастичних дослідженнях, наслідуючи погляди М. Кнаппової. Вона визначила, що функції онімів є лише одним аспектом у виборі літературної назви. Іншими аспектами можуть бути літературний жанр, традиція певної культури, поетика автора твору, сучасна поетика або формально-мовні та семантичні аспекти. Лінгвістка зазначила, що функції онімів потрібно розглядати в широкому контексті, брати до уваги їхні взаємозв'язки, які переплітаються. Отже, власна назва може мати декілька функцій. Серед основних функцій онімів Ж. Дворжакова виділила: ідентифікаційну, класифікаційну, характеристичну, асоціативну, естетичну, ілюзійну та міфологічну [14]. Окремої уваги потребує дослідження Я. Валдрової, яка розглянула функції гендерно-нейтральних назв у чеській онімній системі [20].

Мета нашої статті – визначення функційного навантаження англомовних піктонімів. **Об'єктом** є англомовні піктоніми, **предметом** – функції англомовних піктонімів. **Матеріалом** дослідження слугувала тисяча англомовних піктонімів, які було обрано методом вибирання з каталогів Національної галереї (Лондон), Королівської галереї (Лондон), музею Вікторії й Альберта (Лондон), художньої галереї Ференса (Кінгстон-апон-Халл), художньої галереї Принстонського університету (Прінстон), Національної галереї мистецтв (Вашингтон), художньої галереї в Саутгемптоні (південна Англія), Єльського центру британського мистецтва (Нью-Гейвен), галереї

мистецтв Вокера (Ліверпуль) та мистецьких сайтів.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Якщо розглядати функційне навантаження об'єктів духовної спадщини народу, тобто ідеонімів, то актуальними є розвідки О. Ю. Карпенко та О. О. Васильєвої [1], О. В. Пеліної [5], Н. Є. Михайличенко [3], А. М. Янчишина [12] та інших ономастів.

Зокрема, О. Ю. Карпенко та О. О. Васильєва [1: 123–124] визначили, що ідеоніми виконують шість функцій:

1) номінативно-ідентифікативно-диференціювальну – ідеонім називає об'єкт, указує на нього, виділяє його серед інших назв;

2) емоційно-експресивну та естетичну – пропріатив виражає індивідуальну особливість назви, яка несе в собі певне наповнення та створює "емоційний ореол";

3) культурно-історичну – ідеонім акумулює в собі особливості національної картини світу;

4) прогностичну – назва є першим, з чим стикається людина, не знаючи змісту роботи, на честь якої дали назву;

5) рекламну – власна назва є рекламою духовного продукту;

6) сугестивну – пропріатив справляє певне враження на людину.

Артіонім, яким позначають будь-який художній чи публіцистичний твір, або витвір мистецтва, поєднує в собі етнічну, культурну, географічну та історичну інформацію [10: 367]. Артіоніми, як окремий вид ідеонімів, посідають окреме місце серед досліджень онімів. Зокрема, В. М. Філас [10: 368], зосередивши увагу на живописі та графіці, зробив висновок, що артіоніми можуть виконувати такі функції:

1) пізнавальну – артіоніми "несуть науково-пізнавальні відомості про реалії регіону та включають їх у загальний фонд енциклопедичних та наукових знань";

2) естетичну – пропріативи "відображають інформацію і світлі уявлення про красу та гармонію; намагаються підкреслити експресію зображення";

3) історичну – "детермінують назви творів живопису та графіки у зв'язку з визначними історичними та соціально значущими подіями".

М. Пірінен [19], зі свого боку, вивчав власні назви візуальних творів мистецтва з позиції мистецтвознавства, філософії та теоретичної бази. Він поділив функції артіонімів на:

1) десигнативну, або функцію найменування, – визначається в тому, що власні назви ідентифікують твори мистецтва. Це означає, що пропріативи є чіткими десигнаторами, які стосуються об'єктів, називаючи їх. Отже, власні назви картин мають відрізнитися одна від одної. Проте існують твори мистецтва, які мають подібні назви, тому не можна остаточно асоціювати назву з конкретною роботою майстра;

2) герменевтичну, або функцію підпису, – "пов'язана зі значенням та інтерпретацією мистецького твору та з тим, про що робота". Назва картини може функціонувати щодо до змісту та образу твору. За допомогою оніма можна щось підкреслити, описати, звернути увагу глядача, створити напругу тощо. Дж. Велчман вводить поняття "денотативний тиск" для знакових систем і пояснює це тим, що назви в книгах, газетах, журналах, мережі Інтернет дають нам відносно нейтральні пояснення та описи [21]. Отже, функція підпису має відношення до змісту та значення комбінації пропріатива й зображення;

3) соціальну функцію – назва є соціальним та комунікативним актом, який спрямований на глядача та загальну аудиторію. Пропріатив установлює вербальне ставлення до глядача, називаючи певний об'єкт. Для митця творчий процес полягає в зосередженні на візуальному творі мистецтва, тобто тому, що всередині, а власна назва спрямована на

аудиторію, тобто глядача, який сприймає об'єкт мистецтва (зовнішня сторона). Отже, соціальна функція полягає в передачі значення та змісту картини аудиторії.

Варто зауважити, що функційне навантаження піктонімів, якими позначають власні назви картин, було поза увагою дослідників, що підкреслює актуальність статті. Серед функцій, які можуть виконувати піктоніми, варто виокремити:

1) номінативно-ідентифікативно-диференціювальну, адже піктонім називає певний об'єкт, виділяючи картину серед інших, та вказує на неї. Наприклад, картина *Queen Victoria* (Thomas Sully) зображує молоду королеву Вікторію під час сходження на трон; картина *The Argument* (Norman Rockwell) передає повсякденну сцену з життя, спогади про дитинство. Митець у своїх роботах акцентував на невинності, щирості, драматизмі та гуморі дитинства, що вирізняє його роботи серед інших. Картина *The Eve of Saint Agnes* (John Everett Millais) передає атмосферу ночі Святої Агнеси, коли жінці уві сні з'являвся образ її майбутнього чоловіка. Робота є реалістичною та відображає спеціалізацію автора, а саме написання біблійних та релігійних сюжетів. Картина *The Mock Election* (Benjamin Haydon) зображує в'язнів, які імітують британські вибори. Робота написана в стилі автора – зображувати звичайне англійське життя, проте є відмінною від інших робіт своїм гумористичним підтекстом. Картина *Whistlejacket* (George Stubbs), на якій зображено скакового коня чистої породи маркіза Рокінгема, написана в унікальній спеціалізації автора зображувати коней. Це одна з найвідоміших робіт художника, яка зараз у Національній галереї в Лондоні;

2) емоційно-експресивну та естетичну – піктоніми передають емоційне наповнення змісту картини, створюють в уяві глядача художній образ, який намагався донести митець: у назві картини *A Favourite Greyhound of Prince Albert* (Edwin Landseer)

використано епітет *favourite*, за допомогою якого художник підкреслює, що на полотні зображено улюблену тварину принца Альберта, яку він привіз з собою до Великобританії, коли одружувався з королевою Вікторією; у назві картини *A Fresh Breeze* (Richard Wright) митець використав епітет *fresh*, передавши тихий морський кольорит; картина *Bright Eyes* (John Everett Millais) акцентує на виразних очах прекрасної дівчини за допомогою епітета *bright*; відома картина Едмунда Лейтона *My Fair Lady* – один із найвідоміших творів митця, виконана в атмосфері вікторіанського романтизму, що поєднує в собі мотиви кохання та краси епітетом *fair*, за допомогою якого художник підкреслює тендітну, ніжну наречену в білій сукні, яка втілює романтичну фігуру епохи Відродження; у назві картини *Sweet Dreams* (Marianne Stokes) художник використав метафору, за допомогою якої передав образ дитини, яка спить, раптово заснула з квітами в руках серед природи; картиною *A Summer's Noon* (Thomas Sidney Cooper) митець хотів передати атмосферу літа, спокою, тепла за допомогою художнього засобу – епітета; у назві картини *A Voice of Joy and Gladness* (John Samuel Raven) художник використав персоніфікацію, щоб виразніше передати спів пташки, яку зображено на полотні; у назві картини *Daughters of Revolution* (Grant Wood) художник поєднав сатиру та символізм, зобразивши трьох жінок із революційним американським походженням; назва картини *Death and the Maiden* (Marianne Stokes) поєднує різні художні засоби, як-от: алегорію, яка ґрунтується на образі героїв грецького міфу про викрадення Персефони Аїдом, антитезу (смерть, темрява протиставляється життю, світлу); у назві картини *Sentimental Ballad* (Grant Wood) автор використав епітет *sentimental*, щоб яскравіше схарактеризувати зображувану композицію. Отже, емоційно-експресивна та естетична функція

може передаватися художником завдяки художнім засобам у назві картини, щоб надати емоційного забарвлення, викликати візуальне захоплення аудиторії;

3) культурно-історичну, адже за допомогою назви художник передає культурні особливості свого народу, історичні події, які є важливими для людства. Такі піктоніми вважають мистецькою спадщиною країни, можуть зображати звичаї, традиції людей чи певні групи, організації. Наприклад, картиною *An English Merry-making a Hundred Years Ago* (William Powell Frith) художник хотів передати традиції святкування в англійському селі XVIII ст.; картина *Coronation of Queen Victoria 28 June 1838* (George Hayter) присвячена коронації королеви Вікторії у Вестмінстерському абатстві, на якій зафіксовано момент з історії; картину *Ophelia* (John Everett Millais) вважають однією з найважливіших витворів мистецтва середини XIX ст., адже вона уособлює образ персонажа п'єси Вільяма Шекспіра «Гамлет»; картиною *Queen Victoria seated on the throne in the House of Lords* (George Hayter) митець передав образ королеви Вікторії на троні в Палаті лордів, акцентуючи на важливості події та на величності образу королеви; у назві картини *Romeo and Juliet* (Frank Dicksee) втілено образ щирого кохання, культурної спадщини Великобританії, а твір мистецтва вважають одним із найромантичніших робіт Англії; картина *Scene from A Midsummer Night's Dream* (Edwin Landseer) передає сцену з п'єси Вільяма Шекспіра "Сон в літню ніч", на якій зображена Титанія після прийняття любовного зілля; картиною *The Trial of William Lord Russell in 1683* (George Hayter) художник передав момент з історії – суд у Лондоні над Вільямом Расселом, якого засудили за державну зраду;

4) прогностичну – полягає в прогнозуванні змісту картини. Адресат за назвою витвору мистецтва розуміє, що саме художник зобразив на полотні. Наприклад, картина *Horse*

Attacked by a Lion (George Stubbs) дає нам уявлення про поєдинок коня та лева; картина *Mrs Chase Playing the Piano* (William Merritt Chase) нашо́вхує на зображення дівчини, яка грає на піаніно; картина *Still life with fruits and parrot* (George Lance) дає нам розуміння про те, що на полотні художник зобразив папу́гу біля фруктів; картина *The Village Church* (Benjamin Williams Leader) – сільської церкви;

5) рекламну – функція піктоні́мів, яка полягає в тому, щоб підкреслити незвичайність, епатажність назви, заінтригувати адресата, викликати в нього бажання побачити полотно. Наприклад, картина *The Camden Town Murder* Волтера Сікерта стала популярною через сенсацію з убивством у Камдентауні, адже назва роботи ідентична заголовкам із місцевих газет про подію, яка сталася. Картина *The Death of Chatterton* (Henry Wallis) ілюструвала поета Томаса Чаттертона, який помер від отруєння через відчай у сімнадцять років та вважався романтичним персонажем для багатьох митців того часу. Картина *Sex Skull* американського художника та водночас серійного вбивці Джон Вейн Гейсі викликає епатажність своєю назвою. У в'язниці Джон Гейсі почав малювати й написав свою одну з найвідоміших картин, на якій зображений нетиповий череп. У назві *The Tune of the Seven Towers* (Dante Gabriel Rossetti) число сім привертає увагу та вважається магічним, пов'язаним із рівновагою між земним та духовним життям так само, як і назва картини *7 Dwarves* (John Wayne Gacy);

6) сугестивну – полягає в тому, що піктоні́ми навіюють певне враження, впливають на свідомість адресата. Назви картин можуть передавати психодинамічні мотиви. Наприклад, робота *Follow-my-Leader* (Albert Joseph Moore) є вираженням волі "слідувати за лідером"; картина *Tree of Life* (Laura Sion) передає образ сили, джерела життя, міфічних мотивів, відповідно до яких це дерево уособлює безсмертя; картина *Great Expectations* (David Brian

Smith) передає меланхолійну атмосферу, спонукає адресата мріяти, фантазувати; картина *The Last Supper* (Stanley Spencer) передає біблійні мотиви, зникає межа між земним та божественним життям, біблійні постаті – як звичайні люди за прийомом їжі;

7) мнемотичну (з грец. "*mnēmonikos*" – "запам'ятати") – у назві картини автор залишає для аудиторії підказки, які допоможуть співвіднести піктоні́м із візуальним образом і так краще його запам'ятати. Наприклад, картина *Koko* (Richard Stone) асоціюється з відомою горилою, яка використовувала мову жестів; піктоні́м *The Grey Lady* (John Everett Millais) асоціюється з приви́дом убитої жінки. Назва картини *Woman with Plants* (Grant Wood) передає зображення жінки з рослинами. Картина *The Foreign Guest* (Frederick Daniel Hardy) показує образ іноземного гостя, на якого художник зробив акцент на полотні. Одна з найвідоміших картин *The Blue Boy* (Thomas Gainsborough) пов'язана з історіями про приви́дів. Хлопчик загадково помер у Геттісбурзькому коледжі, і з того часу блакитним хлопчиком називали приви́да дитини.

Висновки й перспективи дослідження. Отже, дослідження функційного навантаження піктоні́мів показало, що до основних функцій, які можуть виконувати власні назви картин, можна віднести: номіна́тивно-ідентифіка́тивно-диференціо́вальну, емо́ційно-експресивну, естетичну, культурно-історичну, прогностичну, рекламну, сугестивну та мнемотичну. Найпоширенішими є емо́ційно-експресивна та естетична, тому що саме завдяки власним назвам художник може впливати на емоції аудиторії та викликати захоплення. Крім того, через культурно-історичну функцію пропріатив передає історичну інформацію та культурну складову. За допомогою номіна́тивно-ідентифіка́тивно-диференціо́вальної функції відбувається викоремлення роботи серед інших подібних. Усі картини можна легко відрізнити та ідентифікувати за назвою. Окремої

уваги заслуговує сугестивна та мнемотична функції, яку полягають у тому, що пропріативи впливають на свідомість аудиторії та допомагають краще запам'ятати назву роботи. Так онім відкладається у пам'яті. Рекламна функція викликає в аудиторії бажання побачити витвір мистецтва, а прогностична – створює певне передбачення в адресата. Виокремлення серед піктонімів зазначених вище функцій пов'язане з тим, що власна назва мистецького

твору виконує не лише функцію найменування, а ще й може слугувати засобом впливу на підсвідомість, викликати певні асоціації, надихати на роздуми, викликати захоплення, слугувати засобом історичної, етнічної, культурної інформації, бути носієм національної картини світу, способом привернення уваги, наштотувати на висновки щодо зображуваного тощо. Перспективи дослідження вбачаємо в дослідженні функцій піктонімів в інших мовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Карпенко О. Ю., Голубенко Л. М., Васильєва О. О. Функційне навантаження ідеонімів. *Записки з ономастики*. Одеса: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2018. Вип. 21. С. 117–131.
2. Карпенко Ю. О. Теоретичні засади розмежування власних і загальних назв. *Мовознавство*. 1975. № 4. С. 46–50.
3. Михайличенко Н. Ідеоніми в газеті "День": функції та структурно-синтаксичні особливості. *Наукові записки Тернопільського Державного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка. Серія: Мовознавство*. Тернопіль, 2016. Вип. 1 (25). С. 61–64.
4. Насакіна, С. В. Структура та функціональне навантаження власних назв у рекламних текстах фармацевтичних препаратів: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2014. 207 с.
5. Пеліна О. В. Особливості перекладу українських ідеонімів і прагматонімів англійською мовою: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.16 / Південноукр. Нац. Пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського. Одеса, 2014. 190 с.
6. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2011. 844 с.
7. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови: Монографія. Хмельницький: Авіст, 2008. 550 с.
8. Торчинський М. М. Функції власних назв у художньому мовленні. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова: зб. наук. пр.* / за ред. А. П. Грищенка. Київ: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2006. Вип. 2. С. 295–301.
9. Українська мова: Енциклопедія / за ред. В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін. Вид. 2-е, допов. і випр. Київ: "Українська енциклопедія" імені М. П. Бажана, 2004. 824 с.
10. Філас В. М. Живопис та графіка як джерело з історії південної України останньої чверті XVIII – середини XIX ст.: дис. ... д-ра іст. наук: 07.00.06 / Інститут української археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського НАН України. Київ, 2019. 531 с.
11. Шотова-Ніколенко Г. В. Онімний простір романів Ю. І. Яновського: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 / Одеський національний ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2006. 210 с.
12. Янчишин А. М. Особливості функціонування власних назв сучасних кінофільмів. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*. Житомир, 2023. Вип. 2 (100). С. 278–287.
13. Castañeda H. N. The Semantics and the Causal Roles of Proper Names. *Philosophy and Phenomenological Research*. Brown University, 1985. Vol. 46. No. 1. P. 91–113.
14. Dvořáková Ž. Notes on functions of proper names in literature. *Onoma*. Sweden, 2018. № 53. P. 33–48.

15. Gibka M. K. Functions of characters' proper names in novels. *Onoma*. Sweden, 2018. № 53. P. 49–66.
16. Helmbrecht J. On the form and function of proper names. A typological perspective. *Universidad de Regensburg*, 2017. P. 1–24. URL: <https://surl.li/lgucxh>. (дата звернення: 27.01.2025).
17. Langendonck W. V. Theory and Typology of Proper Names. Mouton de Gruyter: Berlin, New York, 2007. 378 p.
18. Nicolaisen W. F. H. Names as Verbal Icons. *Names: A Journal of Onomastics*. 1974. № 22 (3). P. 104–110.
19. Pirinen M. Game of the Name – Titles and Titling of Visual Artworks in Theoretical Discussions from 1960 to 2015: dissertation. Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2020. 178 p.
20. Valdrová J. Geschlechtsneutrale Namen im Tschechischen. *Namenkundliche Informationen*. Universität Leipzig, 2023. № 115. P. 433–448.
21. Welchman J C. Invisible colors: a visual history of titles. New Haven; London: Yale UP, 1997. Vol. 7. 452 p.
22. Xhignesse M. A. Entitled Art: what makes titles names? *Australasian Journal of Philosophy*. University of British Columbia, 2018. № 97 (3). P. 437–450.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Karpenko, O., Golubenko, L., Vasilyeva, O. (2018). Funktsiine navantazhennia ideonimiv [Functions of ideonyms]. *Zapysky z onomastyky*. Odesa: Odeskyi natsionalnyi universytet imeni I. I. Mechnykova. Iss. 21. Pp. 117–131. [in Ukrainian].
2. Karpenko, Yu., O. (1975). Teoretychni zasady rozmezhuvannia vlasnykh i zahalnykh nazv [Theoretical Principles for Distinguishing Between Proper and Common Nouns]. *Movoznavstvo*. № 4. Pp. 46–50. [in Ukrainian].
3. Mykhajlychenko, N. (2016). Ideonimy v hazeti "Den": funktsii ta strukturno-syntaksychni osoblyvosti [The headlines of "The Day": functions and structural-semantic features]. *Naukovi zapysky Ternopilskoho Derzhavnogo pedahohichnoho universytetu im. Volodymyra Hnatiuka. Seriya: Movoznavstvo*. Ternopil. Iss. 1 (25). Pp. 61–64. [in Ukrainian].
4. Nasakina, S. (2014). Struktura ta funktsionalne navantazhennia vlasnykh nazv u reklamnykh tekstakh farmatsevtychnykh preparativ [Structure and functions of proper names in pharmaceutical advertising texts]: PhD(c) thesis: 10.02.15 / Odes. nats. un-t im. I. I. Mechnykova. Odesa. 207 p. [in Ukrainian].
5. Pielina, O., V. (2014). Osoblyvosti perekladu ukrainskykh ideonimiv i prahmatonimiv anhliiskoiu movoiu [Ukrainian ideonyms and pragmatonyms specificities in English translation]: PhD(c) thesis: 10.02.16 / Pivdenoukr. Nats. Ped. Un-t im. K. D. Ushynskoho. Odesa. 190 p. [in Ukrainian].
6. Selivanova, O., O. (2011). Lihvistychna entsyklopediia [Linguistic encyclopedia]. Poltava: Dovkillia-K, 2011. 844 p. [in Ukrainian].
7. Torchynskyi, M. (2008). Struktura onimnoho prostoru ukrainskoi movy [The structure of the onymous space of the Ukrainian language]: Monograph. Khmelnytskyi: Avist. 550 p. [in Ukrainian].
8. Torchynskyi, M. (2006). Funktsii vlasnykh nazv u khudozhnomu movlenni [Functions of proper names in literary discourse]. *Naukovyi chasopys Natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova: scientific journal* / ed. by A. P. Hryshchenko. Kyiv: NPU im. M. P. Drahomanova. Iss. 2. Pp. 295–301. [in Ukrainian].
9. *Ukrainska mova: Entsyklopediia* [Ukrainian language: Encyclopedia] (2004) / ed. by V. M. Rusanivskyi, O. O. Taranenko, M. P. Zhabliuk et al. 2nd edit., amended. Kyiv: "Ukrainska entsyklopediia" imeni M. P. Bazhana. 824 p. [in Ukrainian].

10. Filas, V. M. (2019). *Zhyvopys ta hrafika yak dzherelo z istorii pivdennoi Ukrainy ostannoi chverti XVIII – seredyny XIX st.* [Painting and Graphics as Sources to the History of the Southern Ukraine of the Last Quarter of the XVIIIth – the Middle of the XIXth Century]: PhD thesis: 07.00.06 / Instytut ukrainskoi arkhheohrafiï ta dzhereloznavstva im. M. S. Hrushevskoho NAN Ukrainy. Kyiv. 531 p. [in Ukrainian].
11. Shotova-Nikolenko, A. V. (2006). *Onimnyi prostir romaniv Yu. I. Yanovskoho* [Onomastic spare of Yu. I. Yanovsky's novels]: PhD(c) thesis: 10.02.01 / Odeskyi natsionalnyi un-t im. I. I. Mechnykova. Odesa. 210 p. [in Ukrainian].
12. Yanchyshyn, A. M. (2023). *Osoblyvosti funktsionuvannia vlasnykh nazv suchasnykh kinofilmiv* [Peculiarities of proper names of modern cinema films functioning]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka. Filolohichni nauky*. Zhytomyr. Iss. 2 (100). Pp. 278–287. [in Ukrainian].
13. Castañeda, H. N. (1985). The Semantics and the Causal Roles of Proper Names. *Philosophy and Phenomenological Research*. Brown University. Vol. 46. No. 1. Pp. 91–113. [in English].
14. Dvořáková, Ž. (2018). Notes on functions of proper names in literature. *Onoma*. Sweden. № 53. Pp. 33–48. [in English].
15. Gibka, M. K. (2018). Functions of characters' proper names in novels. *Onoma*. Sweden. № 53. Pp. 49–66. [in English].
16. Helmbrecht, J. On the form and function of proper names. A typological perspective. *Universidad de Regensburg*. Pp. 1–24. URL: <https://surl.li/igucxh>. (reference date: 27.01.2025). [in English].
17. Langendonck, W. V. (2007). *Theory and Typology of Proper Names*. Mouton de Gruyter: Berlin, New York. 378 p. [in English].
18. Nicolaisen, W. F. H. (1974). Names as Verbal Icons. *Names: A Journal of Onomastics*. № 22 (3). Pp. 104–110. [in English].
19. Pirinen, M. (2020). *Game of the Name – Titles and Titling of Visual Artworks in Theoretical Discussions from 1960 to 2015: dissertation*. Jyväskylä: University of Jyväskylä. 178 p. [in English].
20. Valdrová, J. (2023). *Geschlechtsneutrale Namen im Tschechischen. Namenkundliche Informationen*. Universität Leipzig. № 115. Pp. 433–448. [in English].
21. Welchman, J C. (1997). *Invisible colors: a visual history of titles*. New Haven; London: Yale UP. Vol. 7. 452 p. [in English].
22. Xhignesse, M. A. (2018). Entitled Art: what makes titles names? *Australasian Journal of Philosophy*. University of British Columbia. № 97 (3). Pp. 437–450. [in English].

Стаття надійшла до редколегії: 25.09.2025

Схвалено до друку: 28.11.2025