

Список використаних джерел

1. Босий М. Діячі українства. Микола Міхновський. *Український голос (Кіровоград)*. 1941. № 25. С. 2.
2. З промови Миколи Міхновського, виголошеної на Шевченківському святі в Харкові 26 лютого 1900 року. *Вінницькі вісті*. 1942. № 19. С. 4.
3. Мірчук Петро. Відродження великої ідеї. К.: Українська видавнича спілка, 1999. С. 23.
4. Павелко І. Останні роки життя і смерть М. І. Міхновського. *Голос*. 1944. № 55. С. 3.
5. Шемет Сергій. Микола Міхновський (Посмертна згадка). *Хліборобська Україна*. Рік 1924–1925. Книжка п'ята. Відень. С. 3–30.

Віктор Гонца

ІМАЖОНІМИ ЯК ПЕРИФЕРІЙНИЙ ОНОМАСТИЧНИЙ СЕКТОР

У сучасному ономастичному просторі особливе місце займають назви картин (імажоніми), появу яких дослідники пов'язують із розвитком індустрії виставок. Імажоніми (від лат. *imago* – «зображення, картина, портрет, статуя, бюст») – це власні назви (оніми, пропріативи) на позначення творів образотворчого мистецтва. Іноді фіксуємо використання лексеми артіоніми («назви будь-якого художнього та публіцистичного твору, витвору образотворчого, музичного й театрального мистецтва») [6, с. 48; 8, с. 203].

Найменування картини виступає у деякій мірі ключем для розпізнавання твору мистецтва, ідеєю. Значення імажоніма при сприйнятті твору мистецтва настільки велике, що деякі музеї навіть відмовляються публікувати назви картин на виставках. У XVI ст. широко використовувалися великі описи живописних творів. Починаючи з XVIII ст., назви стали простішими, короткими.

Кожен митець ідентифікує свій витвір, а процес назвонаречення картин – простір іменознавства, який викликає значний інтерес серед мовознавців. Такому аспекту онімних студій приділили увагу Т. Плужникова, О. Тараненко, М. Торчинський, Н. Сокіл-Клепар М. Цілина та ін.

Власні назви картин, як окремий сектор ономастичного простору, мають свої градаційні категорії. Л. Клімова назви полотен у російській та німецькій мовах поділяє на «**пiктонiми** – власні назви предметів живопису, **графіконіми** – графічних творів, **гравюроніми** – найменування гравюру, **скульптуроніми** – номени скульптур» [5, с. 35].

У монографії «Структура онімного простору» М. Торчинський доповнює склад імажонімів розрядами **ікононімів** (номінації живописних, мозаїчних або рельєфних зображень Ісуса Христа, Богородиці, святих і

подій Святого Письма), **фотоонімів** (найменування фотосвітлин), **букетонімів** (номени композицій із живих квітів і рослин) [2, с. 165].

Досліджуючи назви об'єктів образотворчого мистецтва, більшість науковців акцентує увагу на їх поліфункціональність. Лінгвісти пропонують системний перелік функцій, що їх виконують імажоніми, акцентуючи зокрема на **номінативній, репрезентативній, описовій, емоційно-оцінювальній, соціально-оцінювальній, когнітивній, комунікативно-прагматичній**.

Роль імажонімів не обмежується властивою цьому прошарку лексики інформативно-вказівною функцією. Базові функції імажоніма варто диференціювати від плану вираження мовної одиниці та її синтагматичних зв'язків: адже при зміні функції мовного знака змінюються і його властивості. Надзвичайно цінними для нас є міркування О. Бурмистрової [1, с. 8; 3, с. 51], яка конкретизувала функціонально-семантичне наповнення артіонімів, а також сфокусувала увагу на деякій подібності *інформаційної* та енциклопедичної функцій (йдеться про визначений вид інформації – характеристика об'єкта та відображення певної ідеології). «Ономастична номінація вибіркова по відношенню до всіх іменованих об'єктів, крім людей та місць, де вони живуть. І ті, й інші обов'язково мають свої назви. Інші об'єкти отримують назви в міру суспільної необхідності» [7, с. 25]. Отже, *інформаційна* функція – це основа, ключ до розкриття всього виражального потенціалу власних найменувань.

Назви творів образотворчого мистецтва мають потужний виражальний потенціал. На тлі загальних назв вони завжди привертають особливу увагу реципієнта, служать засобами суб'єктивного емоційного вираження висловлювання як певного закодованого тексту. Вважаємо, що імажоніми здатні виконувати роль емоційно-експресивних засобів, оскільки не можна залишити поза увагою вияв почуттєвого сприймання, відображення естетичного ставлення митця до дійсності (зміст, обставини, наслідки і т.д.).

Опрацювання фактичного матеріалу дозволяє погодитися з думкою багатьох дослідників про *комунікативно-прагматичну* функцію артіонімів та імажонімів як їх підвиду. На думку Людмили Дуки зазначену «функцію в імажонімії репрезентує ряд інших функцій: *номінативна* та *інформативна*, де маються на увазі іносказання і натяки, а також вживання емоційно-навантаженої лексики, що впливає на установку та поведінку сприйняття реципієнта» [4, с. 9]. Власна назва твору мистецтва спрямовує увагу читача в необхідне русло інтерпретації і сприяє пошуку ключових моментів змісту.

Окрім виокремлених вище функцій, можна додати ще й *аккумулятивну*. Люди накопичують інформацію про навколишній світ, отримують і передають її за допомогою мови. Саме завдяки цій функції наступні покоління можуть в усній або письмовій формі отримати уявлення про те, який пропріативний простір був раніше, отримати доступ

до накопичених знань і досвіду, спадщини ономастичного минулого.

Таким чином, актуальність нашого дослідження обумовлена тим, що назви картин це те, що завжди привертає глядача не менше, ніж вони самі. Це перша інформація про твір і його автора, яка повинна зацікавити глядача, яка завжди «на слуху», часто обростає всілякими асоціаціями та викликає інтерес. Назва твору мистецтва, як і сам візуальний об'єкт, є частиною творчого процесу і володіє естетичним потенціалом, в якому відображено ставлення автора до навколишнього світу. Будучи вербалізованим текстом, артіонім впливає на зорове і слухове сприйняття, формуючи в людини почуття прекрасного, емоційне, моральне ставлення до твору мистецтва. Імажоніми здатні виконувати різноманітні функції, реалізацію яких, однак, забезпечує своєрідна константа, стабільна основа – три плани значень: доонімне (етимологічне), онімне, відонімне. Отож, зацікавлення пропріативом, який став своєрідним «еквівалентом» художнього полотна, а також виступає частиною національної мови і його мистецтвознавчого дискурсу, цілком виправдане.

Список використаних джерел

1. Бурмистрова Е. А. Названия призведений искусства как объект ономастики : автореф. дисс. ... канд. філол. н. : 10.02.02. Волгоград, 2006. 24 с.
2. Васильєва О. Денотатно-номінативна класифікація ідеонімів. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. Вип. 5 (330). С. 165–168.
3. Грицюк Л. Ф. Образно-семантичний підхід до класифікації заголовків. *Мовознавство*. 1992. № 2. С. 51–56.
4. Дука Л. І. Прагматичний потенціал онімів та способи його актуалізації в тексті : автореф. дис. ... канд.філол. наук : 10.02.02. Запоріжжя, 2002. 18 с.
5. Климова Л. А. Немецкие и русские артионимы в сопоставительном рассмотрении (на материале названий произведений изобразительного искусства): дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2017. 210 с.
6. Словник української ономастичної термінології / уклад. Бучко Д. Г., Ткачова Н. В. Харків : Ранок – НТ, 2012. 256 с.
7. Теория и методика ономастических исследований / под ред. А. П. Непокупного. Москва : Наука, 1986. 256 с.
8. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови : монографія / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Хмельницький : Авіст, 2008. 548 с.