

УДК 811.111'373.2:75

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-213-19>

ПСИХОМЕНТАЛЬНИЙ АСПЕКТ МОТИВАЦІЙНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ АНГЛОМОВНИХ ПІКТОНІМІВ

PSYCHOMENTAL ASPECT OF THE MOTIVATIONAL ORGANISATION OF ENGLISH PICTONYMS

Хаджилій Т. О.,

orcid.org/0009-0006-6542-3225

*аспірантка кафедри граматики англійської мови,
викладачка кафедри іноземних мов професійного спрямування
факультету романо-германської філології
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

У статті досліджено психоментальний аспект мотиваційної організації англومовних піктонімів. Мотиваційний аналіз проводився за когнітивно-ономасіологічним підходом. Мета дослідження полягає у вивченні мотивованості англумовних піктонімів, тобто власних назв картин. Об'єктом роботи обрано мотиваційні особливості англумовних піктонімів, а предметом – мотиваційні зв'язки піктонімів, їхньої семантики із позначуванним. Під мотивацію розуміємо аналіз причин їхнього виникнення. Під час нашої розвідки було використано описовий метод для аналізу досліджуваного матеріалу, вибіркового метод для відбору матеріалу та кількісний метод для підрахунку кількості аналізованих одиниць. Тисяча англумовних піктонімів було обрано методом вибірки 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 спеціалізованих мистецьких сайтів. Результати аналізу мотивації англумовних піктонімів показують, що серед назв картин переважає пропозиційна мотивація, що використовує знаки-мотиватори у прямих значеннях. Поширеними є також асоціативна (визначається вибором метафоричних мотиваторів) та модусна (основана на оцінці людиною мотиватора у співвідношенні з функціями відчуттів, почуттів тощо). Рідко зустрічається концептуально-інтеграційна (формує новий знак і концепт), а змішаний тип мотивації (поєднує мотиватори, які позначають різні фрагменти структури знань про предмет) є найменш поширеним. У подальших дослідженнях можна розглянути психоментальний аспект мотиваційної організації інших класів онімів.

Ключові слова: психоментальний аспект, мотиваційний аналіз, піктонім, власна назва, онім, мотивація.

The article focuses on the psychomental aspect of the motivational organisation of English pictonyms. The motivational analysis was conducted using a cognitive-onomasiological approach. The purpose of the study is to explore the motivation of English pictonyms, specifically the proper names of paintings. The object of the research is the motivational peculiarities of English pictonyms, the subject is the motivational relationships between pictonyms, their semantics, and the signified. Motivation is understood as the study of the causes underlying the emergence of the names. The research employed a descriptive method to analyse the selected material, a sampling method for selecting the data, and a qualitative method to calculate the number of analysed units. A total of one thousand English pictonyms were selected from the catalogues of the National Gallery (London), the Royal Gallery (London), the Victoria and Albert Museum (London), the Ferens Art Gallery (Kingston upon Hull), the Princeton University Art Museum (Princeton), the National Gallery of Art (Washington), the Southampton City Art Gallery (Southern England), the Yale Center for British Art (New Haven), the Walker Art Gallery (Liverpool), and various specialised art websites. The results of the motivational analysis show that propositional motivation (using motivator signs in their direct meanings) predominates among painting titles. Associative (determined by the choice of metaphorical motivators) and modal (based on a person's evaluation of the motivator in relation to sensations, feelings, etc.) motivations are also relatively common. Conceptual-integration motivation, which involves the formation of a new sign and concept, occurs rarely. The mixed type of motivation, which combines motivators representing different fragments of knowledge about the subject, is the least frequent. Future studies may consider the psychomental aspect of the motivational organisation of other classes of onyms.

Key words: psychomental aspect, motivational analysis, pictonym, proper name, onyme, motivation.

Постановка проблеми. Дослідження мотиваційної організації власних назв залишається однією з найважливіших проблем теорії номінації пропріативів. Вивчення мотиваційних властивостей онімів дає можливість поглибити знання про концептуальну та мовну картину світу, про зміну світосприйняття речей, їхнього концептуального розуміння та мовного позначення [1, с. 481].

Аналіз мотивації піктонімів у когнітивно-ономасіологічному аспекті має перспективи застосування теоретичного та практичного надбання її опису на матеріалі різноманітних мов. Власні назви картин на даний момент не були об'єктом всебічного та ґрунтовного когнітивно-ономасіологічного дослідження, що породжує **актуальність** даної роботи.

Даний вражаючий та натхненний номінативний матеріал накопичувався протягом всього історичного розвитку англійської мови та її культури, а тому визначення особливостей називання піктонімів дає можливість змістовно та всеохопно пізнати пропріативні механізми, так і їхнє місце у картині світу народу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Спочатку термін «мотивація» розглядали у формально-структурному аспекті «як вибір мовного матеріалу на позначення ознаки предмета з уже наявного в мові складу мофрем» [1, с. 481]. Згодом з середини ХІХ століття мотивацію розглядали з точки зору семантики. Дослідження когнітивного аспекту онімів показав, що при «творенні номінативних одиниць використовуються різні психічні механізми, пізнавальні можливості свідомості, що зумовлює принципово новий погляд на диференціацію мотиваційних відношень з огляду на нове трактування мотивації як наскрізної лінгвопсихоментальної операції формування ономасіологічної структури на підставі вибору мотиватора (-ів) із мотиваційної бази структури знань про позначене у складній системі зв'язків різних пізнавальних функцій етносвідомості» [1, с. 482].

Дещо пізніше М. М. Торчинський представив свою класифікацію онімів, яка базувалася на аналізі від слова до мотиву номінації, поділивши власні назви за мотивацією на **апотропейні, асоціативні, ідеологічні, квалітативні, локативні, меморіальні, номінальні, патронімічні, посесивні, символічні, ситуативні, сутнісні, темпоральні, комбіновані** та пропріативи з **невідомою** мотивацією [2, с. 464]. На відміну від нього, О. О. Селіванова проаналізувала процес називання від психоментальної операції до слова.

Наслідуючи О. О. Селіванову, В. В. Калько провела когнітивно-ономасіологічний аналіз назв лікарських рослин в українській мові, виокремивши **пропозиційно-диктумну, асоціативно-термінальну та змішану** мотивації [3]. Згодом дослідниця акцентувала свою увагу на комплексному аналізі асоціативно мотивованих іхтіонімів, прийшовши до висновку, що серед різновидів асоціативно-термінальної мотивації власні назви риб варто виокремити наступні: **структурно-метафоричну, метафорично-дифузну та гештальтну** [4]. Г. А. Ярмоленко досліджувала когнітивно-ономасіологічний механізм **модусної** мотивації номінативних одиниць [5]. Далі Н. В. Розінкевич у своїх дослідженнях аналізувала мотиваційні типи номінації назв тварин, виокремивши **пропозиційно-диктумну, асоціативно-термінальну та змішану** мотивації [6]. Ґрунтовним є дослідження С. А. Стройкової, яка провела когнітивно-ономасіологічний аналіз німецьких назв риб [7; 8; 9].

Наслідуючи модель О. О. Селіванової, Швець А. І. проаналізувала когнітивно-ономасіологічну природу мотивації як процесу та мотивованості як його результату, визначила типи мотивації, які були виявлені представниками різних наукових напрямів досліджень [10]. Змістовним є дослідження О. Б. Негер, яка окреслила мотиваційні особливості урбанонімів. Під час аналізу мотиваційних груп дослідниця віштовхувалась від виділення окремих концептів, які були задіяні у формування центрів мотиваційного підґрунтя та творили ієрархію відповідних мотиваційних ознак [11]. О. В. Зосімова розглянула мотиваційні особливості прізвиськ спортивних команд американських університетів і коледжів, виділивши серед них **реально та умовно** мотивовані неофіційні назви [12].

Чимало ономатологів вивчали мотивацію онімів, які мають відношення до матеріальної сфери діяльності людини. Так, О. О. Васильєва проаналізувала мотиваційну типологію ідео-німів, описавши окремо мотивованість імажонімів, серед яких найбільший відсоток складає **пропозиційна** мотивація, далі йде **асоціативна** мотивація, яка також являється поширеною, **модусна** мотивація рідко зустрічається, найменший відсоток складає **змішана** мотивація, яка відслідковується в поодиноких випадках [13].

Мета дослідження. Дане дослідження має за мету схарактеризувати мотивованість **пікто-німів**, тобто власних назв картин, за когнітивно-ономасіологічним підходом. Тисяча англомовних піктонімів було обрано методом вибірки 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 спеціалізованих мистецьких сайтів.

Виклад основного матеріалу. **Мотивація** – це «наскрізна лінгвопсихоментальна операція взаємодії різних пізнавальних функцій свідомості та складників структури знань про позначене, яка зумовлює структурно-семантичну залежність твірних і похідних мовних знаків» [14, с. 40].

О. О. Селіванова запропонувала модель продукування номінативних одиниць, основу на наступних етапах:

1) **перший етап** – апперцепція (психонетичний), яка ділиться, у свою чергу, на такі рівні: мотив – поява бажання; сенсорно-моторне сприйняття позначуваного за рахунок виділення його серед собі подібних; гештальтування як формування суб'єктивного чуттєвого образу; установка; утворення уявлення про побачене;

2) **другий етап** – інтеріоризація (когнітивний), що полягає у трансформації уявлення про позначуваний об'єкт на довербально-мисленнєвий рівень значення. На цьому етапі відбувається концептуалізація як накопичення певної інформації про об'єкт за рахунок когнітивної діяльності;

3) **третій етап** – внутрішнє програмування (превербальний), на якому «застосовується рівень інтенції як задуму внутрішньої програми кодового переходу до вибору мотиваційної бази зі структури концепту й далі до формування ономасіологічної структури найменування»;

4) **четвертий етап** – селекція (номінативно-вербальний), яка поділяється на рівні: «вибору ономасіологічної ознаки з активованої мотиваційної бази; одночасної ономасіологічної імплікації; вибору ономасіологічної категорії та базису з одночасною граматикалізацією, а для найменувань-сполук – синтаксичної організації знака; формальної процедури поєднання ознаки і базису, яка може спричинити чергування, усичення основи, скорочення; семантизації»;

5) **п'ятий етап** – парадигмізація й синтагмізація (системно-функціональний) полягає в «отриманні готовим знаком словотвірного потенціалу, місця в системі лексичних зв'язків, граматичній підсистемі, мовленнєвому потоці» [14].

За О. О. Селівановою, когнітивно-ономасіологічний підхід до аналізу мотивації складається з двох етапів:

1) інтерпретація ономасіологічної структури;

2) концептуальне моделювання структури знань про позначене або її фрагмента [1, с. 482].

Дослідниця описала модель ментально-психонетичного комплексу (МПК), яка «відображає інформаційну структуру свідомості як холистичного психофункціонального континууму поєднання пізнавальних функцій відчуттів, почуттів, мислення, інтуїції та трансценденції й колективного позасвідомого» [1, с. 482].

В залежності від статусу мотиватора в моделі структури знань про позначене мотивацію можна поділити на такі типи [1, с. 483]:

1) **пропозиційну** – «застосовує знаки-мотиватори у прямих значеннях, що фіксують в ономазіологічній структурі відносно істинну та несуперечливу інформацію про позначене». У процесі називання відбувається перенесення позначень однієї складової на іншу, імені класу об'єктів на об'єкт певного класу, позначення як частини на ціле, так і цілого на частину за дотичністю у межах конкретної ситуації. Наприклад, назва картини *An Iron Forge* (Joseph Wright) передає характеристику зображуваного, а саме ковальську майстерню; картина *Chrysanthemums, fruits and plate* (Emily Stannard) передає натюрморт з хризантемами та фруктами на тарілці; картиною *Conway Castle* (Richard Wilson) автор хотів передати замок Конвей короля Англії Едуарда I, який відігравав важливу роль у війнах; полотно *Goldsmith workshop* (John Absolon) передає характеристику локації, де працюють з виробами, виготовленими з золота; роботою *London from Greenwich Park* (William Turner) митець хотів передати велич столиці, яка розширюється; картина *Ophelia* (John Everett Millais) дає розуміння того, що на полотні зображений персонаж відомої п'єси Вільяма Шекспіра «Гамлет»; полотном *Rainbow over the Shrewsbury Battlefield* (David Cox) художник хотів передати атмосферу поля битви, над яким вийшла веселка; полотно *Romeo and Juliet* (Frank Dicksee) передає образ закоханих з відомої трагедії Вільяма Шекспіра «Ромео і Джульєтта»; картина *Warwick Castle* (Frank Herbert) надає розуміння зображуваного – одного із кращих замків Англії періоду Середньовіччя;

2) **асоціативну** – «характеризується вибором мотиваторів метафоричного статусу на підставі аналогічних зв'язків з іншими концептуальними сферами свідомості». Наприклад, за допомогою назви *April Love* (Arthur Hughes) художник хотів метафорично передати образ романтичної молодої пари в період емоційної кризи, яку вони проживають разом; картиною *A Voice of Joy and Gladness* (John Samuel Raven) митець метафорично передав історію краси та витонченості природи навесні, духовного піднесення; робота *Daughters of Revolution* (Grant Wood) передає образ трьох жінок, які несуть в собі революційне минуле Америки, вони представляють собою нове покоління з радикальними змінами; картиною *Death and the Maiden* (Marianne Stokes) митець хотів передати момент смерті дівчини, яка з'являється їй у чорному жіночому образі з крилами, щоб забрати з собою. За допомогою назви адресат розуміє, що на полотні відбувається протистояння краси та смерті, молодості та неминучості долі; полотном *First Touch of Autumn* (William Merritt Chase) художник зобразив спокійну красу природи з приходом осені, що символізує початок змін, перехід до нового; назвою *Queen of Nations* (Richard Ball Spencer) художник передав величний образ корабля, який збудували у Шотландії та потопили біля узбережжя Нового Південного Уельсу. Судно увійшло в історію та має велике значення для шотландського народу, адже несе в собі військову та державну могутність; картина *Sweet Dreams* (Marianne Stokes) метафорично передає образ сплячої на лавці дитини, якій сниться приємний сон. У назві втілений спокій, емоційна безпека від навколишнього світу; відома робота *The Age of Innocence* (Joshua Reynolds) передає образ маленької дівчинки, яка сидить на землі та уособлює невинність, чистоту та щирість; містична картина *The Grey Lady* (John Everett Millais) символізує образ вбитої жінки, яка скитається по нічному замку. Назвою художник передав містичність, надприродність зображуваного, яке втілене в історії про привида; полотно *The Heart of Nature* (John Finnie) уособлює духовну рівновагу з природним світом, чистоту, гармонію;

3) **модусну** – «ґрунтується на оцінці носіми мови знака мотиватора в кореляції із психічними функціями вудчуттів, почуттів, архетипами позасвідомого». Модусний компонент, взаємодіючи з сферою мислення, представляє раціональну оцінку, а зв'язок з психічними функціями відчуттів та почуттів формує сенсорний та емоційний типи оцінки. Наприклад, у назві картини *A Fresh Gale* (Richard Wright) художник надав оцінку бурі за допомогою прикметника *fresh*; роботою *Bright Eye* (John Everett Millais) митець зацентрував увагу аудиторії на очах юної дівчинки за допомогою прикметника *bright*; іншим прикладом є полотно *Great Expectations* (David Brian Smith), який підкреслив очікування словом *great*; відома картина *My Fair Lady*

(Edmund Leighton) показує відношення митця до молодої нареченої, яка зображена на полотні, за допомогою прикметника *fair*; за допомогою назви *Nameless and Friendless* (Emily Mary Osborn) митець дав оцінку жінці, яка зображена на полотні, демонструючи певні протиріччя, які виникали у вікторіанський період; за допомогою полотна *New Road* (Grant Wood) автор дає оцінку дороги за допомогою прикметника *new*; картиною *Old Times* (Edmund Leighton) художник виділив період, на якому акцентував увагу за допомогою прикметника *old*; картиною *Sentimental Ballad* (Grant Wood) автор дає оцінку зображуваному за допомогою прикметника *sentimental*; за допомогою слова *dismayed* у назві картини *The Dismayed Artist* (George Hardy) митець дає оцінку зображеному художнику; за допомогою слова *little* митець характеризує юну дівчину на картині *The Little Gleaner* (William Powell Frith);

4) **змішану** – «суміщає мотиватори, що позначають різні за статусом фрагменти структури знань про позначене». Наприклад, назва картини *A Distinguished Member of the Humane Society* (Edwin Landseer) поєднує у собі пропозиційну мотивацію (вказує на те, що на картині зображений член суспільства) та модусну мотивацію (художник характеризує члена суспільства як *distinguished*); назва полотна *Rain, Steam and Speed – The Great Western Railway* (William Turner) об'єднує пропозиційну мотивацію (назва залізниці), модусну мотивацію (автор використовує прикметник *great*) та асоціативну мотивацію (*Rain, Steam and Speed* – уособлює відсилання на промислову революцію; даною комбінацією художник хотів показати, що новітні технології це нова реальність, яка стрімко наближається);

5) **концептуально-інтеграційну** – «формує новий знак і його концепт на підставі поєднання двох концептів і їхніх знаків». Наприклад, назва картини *The Scapegoat* (William Holman Hunt) поєднує два концепти: перший – «козел відпущення», тобто позначення тварини, яка несла на собі гріхи єврейського народу; другий – так описують людину, на яку покладають відповідальність за чийсь дії; назва картини *Othello* (William Mulready) має два концепти: перший – ім'я чоловіка, яке походить з італійської мови; другий – так називають дуже ревниву людину; назва полотна *Madonna and Child* (Carl Meinelt) позначає два концепти: перший – образ матері та дитини; другий – уособлення Діви Марії та Ісуса Христа.

Можна прийти до висновку, що пропозиційна мотивація переважає серед піктонімів та складає 47% (470 одиниць) від загальної кількості. Поширеною є також модусна мотивація, якій відповідає 30% від загальної кількості (300 одиниць). Менш поширеною є асоціативна мотивація – 20% (200 одиниць). Нерозповсюдженою є концептуально-інтеграційна мотивація, яка становить 2% від загальної кількості (20 одиниць). Поодинокі приклади зустрічаються змішаної мотивації – 1% (10 одиниць). Отримані результати представлено у діаграмі, що показує співвідношення між різними типами мотивацій проаналізованих піктонімів (рис. 1):

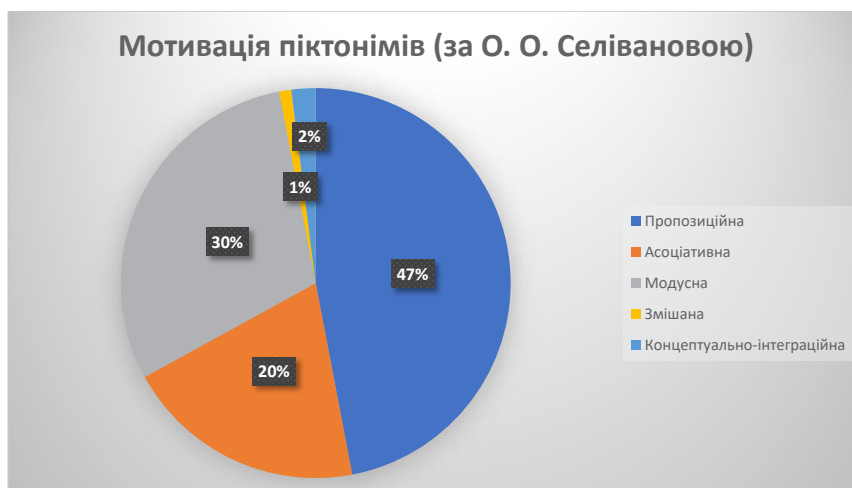


Рис. 1. Співвідношення між мотиваційними типами англomовних піктонімів

Висновки. Таким чином, проведений когнітивно-ономасіологічний аналіз англomовних пік-тонімів показав, що пропозиційна мотивація складає більшість, тому що художник за допомогою назви картини дає адресату чітке розуміння того, що буде зображено на полотні. Асоціативна та модусна мотивації складають теж великий відсоток від загальної кількості проаналізованих одиниць через те, що за допомогою метафоричних мотиваторів та оцінки митець може донести до аудиторії певне повідомлення, підкреслити важливі моменти, події або зацентрувати увагу на моменті з життя. Концептуально-інтеграційна мотивація зустрічається не так часто, як інші види, через те, що створення нового концепту є доволі складним процесом та ускладнює процес розуміння твору. Змішаний тип мотивації є найменш поширеним, тому що мало назв картин поєднують різні мотиви номінації. Тому можна зробити висновок, що картин з концептуально-інтеграційною та змішаною мотиваціями небагато. У подальших дослідженнях можна розглянути психоментальний аспект мотиваційної організації інших класів онімів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2011. 844 с.
2. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови : монографія. Хмельницький : Авіст, 2008. 550 с.
3. Калько В. В. Когнітивно-ономасіологічний аналіз назв лікарських рослин в українській мові : дис... канд. філол. наук : 10.02.01 / Черкаський держ. ун-т ім. Б. Хмельницького. Черкаси, 2003. 203 с.
4. Калько В. В. Асоціативно-термінальна мотивація українських назв риб. *Мовознавчий вісник*. 2015. Вип. 20. С. 44–51.
5. Ярмоленко Г. А. Модусна мотивація дериватів в українських народних піснях про кохання. *Мовознавчий вісник*. 2013. Вип. 16–17. С. 230–236.
6. Розінкевич Н. В. Мотиваційні типи номінації назв тварин в українській мові у когнітивно-ономасіологічному аспекті. *Дивослово*. 2014. Вип. 4. С. 41–44.
7. Стройкова С. А. Метафорична мотивація німецьких іхтіонімів. *Наукові записки. Серія : Філологічні науки*. 2024. Вип. 1 (208). С. 360–365.
8. Стройкова С. Модель походження німецьких номенклатурних назв риб. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 32 (2). С. 118–122.
9. Стройкова С. А. Пропозиційно мотивовані іхтіоніми у німецькій мові. *Вісник Черкаського університету. Серія : Філологічні науки*. 2014. Вип. 27. С. 129–135.
10. Швець А. І. Когнітивно-ономасіологічна природа мотивації як процесу й мотивованості як його результату. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 9 : Сучасні тенденції розвитку мов : зб. наук. праць*. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2016. Вип. 14. С. 225–233.
11. Негер О. Б. Мотивація як основний критерій класифікації урбанонімії (на матеріалі закарпа-тоукраїнських урбанонімів). *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер. : Філологічні науки (мовознавство)*. 2017. Вип. 8 (2). С. 5–8.
12. Зосімова О. В., Очнєва Т. О. Мотивація прізвиськ спортивних команд американських університетів і коледжів. *Лінгвістичні дослідження*. 2020. Вип. 53. С. 3–16.
13. Васильєва О. О. Структурно-семантичні особливості ідеонімів (на матеріалі англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2019. 212 с.
14. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Монографічне видання. Черкаси, Чабаненко Ю., 2012. 488 с.