

УДК 811.111'367.4

І. М. Калиновська – кандидат філологічних наук, доцент кафедри практики англійської мови Волинського національного університету імені Лесі Українки

Іменникова фраза як заголовок творів англійської художньої прози

Роботу виконано на кафедрі практики англійської мови ВНУ ім. Лесі Українки

Відомо, що заголовок художнього твору зумовлює характер його змісту, передає авторську оцінку описуваних подій чи героїв, визначає тему, проблематику твору, закладає основу формування ідейного напрямку художнього твору тощо. У статті йдеться про особливості вживання іменникових фраз як заголовків творів англійської художньої прози з урахуванням їхньої функціональної належності.

Ключові слова: заголовок, іменникова фраза, текст, художній твір.

Калиновская И. Н. Именная фраза как заглавие произведений англоязычной художественной прозы. Известно, что заглавие художественного произведения обуславливает характер его содержания, передает авторскую оценку описываемых событий или героев, определяет тему, проблематику произведения, основывает формирование идейного направления художественного произведения и т. п. В статье речь идет об особенностях употребления именных фраз в качестве заглавий произведений англоязычной художественной прозы, учитывая их функциональную принадлежность.

Ключевые слова: заглавие, именная фраза, текст, художественное произведение.

Kalynovska I. M. Noun Phrases as English Literary Text Titles. Literary text title is known to predetermine the character of its contents, to transmit the author's evaluation of depicted events or heroes, to define the literary text topic and problems, to establish the formation of text ideological direction. The article deals with peculiarities of noun phrase usage as English literary text titles, taking into account their functional belonging.

Key words: title, noun phrase, text, literary text.

Постановка наукової проблеми та її значення. Останнім часом значно зріс інтерес до вивчення компресованих форм мовлення, таких як реферат, анотація чи заголовок. Зокрема, заголовок привертає серйозну увагу дослідників, оскільки несе суттєве смислове навантаження [9, 65]. Ураховуючи надзвичайну важливість заголовків, їх текстоформувальну функцію, науковці називають їх рамковим знаком, темою тексту, предикатом, сильною позицією, смисловою домінантою, іменем, вихідною номінацією, аббревіатурою тексту тощо.

Назва художнього твору зумовлює характер його змісту, передає авторську оцінку описуваних подій чи героїв, визначає тему, проблематику твору, закладає основу формування ідейного напрямку художнього твору, відтворює емоційну насиченість та модальність проєкції, в окремих випадках містить позатекстову інформацію [2, 74]. За словами Ю. О. Карпенка, назва твору акумулює в собі художній задум, ідейний зміст твору, становить його візитну картку.

Існує ряд аспектів вивчення заголовка, які не розглядалися взагалі або висвітлювалися поверхово. Дискусійними є питання щодо вживання іменникових фраз як заголовків творів англomовної художньої прози, які ще не були об'єктом окремого дослідження, що підкреслює його **наукову новизну**.

Актуальність вивчення іменникових фраз зумовлена тим, що вони мають загальнономовний характер, адже поширені не тільки в публіцистичному, діловому та науково-технічному стилях мовлення, де забезпечують успішну комунікацію та відповідають вимогам і потребам суспільства науково-технічної доби, а також у

художніх текстах і розмовній мові, та власне належать до універсальних способів творення мовних номінативних одиниць, котрі використовуються для побудови тексту загалом [7, 209].

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Дослідження лінгвістів свідчать про те, що іменникові фрази відображають вищий ступінь лексико-граматичної єдності: вони надзвичайно різноманітні за складністю побудови, є відкритою системою, яка криє в собі безкінечні можливості для розвитку семантичної структури лексико-граматичних одиниць [8, 3].

Так, Г. М. Гасюк стверджує, що іменникові фрази займають провідне місце в системі синтаксичних одиниць у комунікативно-прагматичному плані, адже концентрують у собі основну інформацію, яку передають цілі речення, завдяки чому вони широко вживаються в засобах масової інформації, і не тільки [4, 67].

В. Ю. Большинський зазначає, що іменникові фрази сучасної англійської мови сприяють сконденсованості, номіналізації, семантичній насиченості тексту і є однією із форм прояву його компресії на синтаксичному рівні [3, 136]. Крім того, уживання іменникових фраз відіграє велику роль у стандартизації, лаконічності, протокольності викладу науково-технічних текстів [3, 139].

М. М. Антонович вважає, що високий ступінь компресії та імпліцитності полікомпонентних іменникових фраз приводить до того, що основною функцією заголовків є інформативна або функція привернення уваги, суть якої полягає в тому, що заголовки містять чітке, стисле повідомлення, яке запалює іскру зацікавленості в потенційного читача [1, 103]. Іншими словами, іменникові фрази-заголовки привертають увагу читача завдяки комунікативній насиченості, багатозначності та завуальованості їхнього змісту. Читач вимушений звернутися до тексту для виявлення інформації, якої не вистачає в заголовку.

Декодування інформації, яку подає заголовок, котрий виражений іменниковими фразами, чи включає їх через підзаголовок, вступний абзац або весь текст, зумовлене ступенем компресії, семантичної конденсації назви твору. На думку М. М. Антоновича, чим вищий ступінь компресії заголовка, тим

більший обсяг тексту, необхідний для декодування його змісту. За допомогою заголовків, виражених іменниковими фразами, передається максимально коротка інформація про зміст статті, яка водночас характеризується семантичною ємністю завдяки наявності присубстантивних ад'юнктивів [1, 105].

Метою цієї статті є дослідження іменникових фраз-заголовків англомовних художніх творів із урахуванням їхньої функціональної належності. **Матеріалом** дослідження слугують іменникові фрази, які є заголовками англомовних художніх творів ХІХ–ХХІ століть.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Відомо, що в позатекстовому вживанні заголовки не тільки втрачають текстуальні смислові відношення, але частково й власну семантику [10]. Тобто, комплексний аналіз заголовка є неможливим поза текстом та без урахування його функціональної належності.

При вивченні семантичного аспекту заголовка, тобто відношення «текст – заголовок», і виявленні певних закономірностей у функціях назв англомовних художніх творів, значення заголовка визначається читачем до ознайомлення із текстом, смисл заголовка – після цього. Відповідно до смислу та при класифікації «текст – заголовок» відзначають дві функції заголовка: називну та образно-асоціативну, доцільність виділення яких підтверджується двома типами назв художніх творів – описовим та символічним [11, 37].

Семантика називних заголовків у більшості випадків очевидна. У них зазвичай вживають іменникові фрази, які відображають звичайні, загальновідомі імена, предмети, побутові реалії тощо. Називні заголовки можуть бути кількох різновидів: 1) заголовок – ім'я героя; 2) заголовок - опис героя; 3) заголовок – тема твору; 4) заголовок – жанр твору [11, 38].

Заголовок першого виду привертає увагу читача до певного персонажа, наприклад: «Martin Eden» (J. London), «Mrs. Dalloway» (V. Woolf). Такі назви, крім натяку на стаття, ніякої інформації не подають, хоча власна назва за своєю природою має здатність конкретизувати особу. Імена народних героїв, подвиги

яких оспівують у баладах, билинах, поемах, увійшли до заголовків багатьох творів відомих авторів, на зразок п'єс та історичних хронік У. Шекспіра «King Lear», «Julius Caesar», «Henry VI» тощо. Уживання іменникових фраз, до складу яких входять власні назви, зафіксоване також у творах багатьох письменників XIX–XXI ст., наприклад: Д. Дефо «Colonel Jack», С. Річардсон «Pamela Nubile», Г. Філдінг «Jonathan Wild», Т. Смоллет «Roderick Random», «Peregrine Pickle», Л. Стерн «Tristram Shandy», Ч. Діккенс «The Life and Adventures of Nicholas Nickleby» і т. і.

У другому різновиді заголовка зв'язок його з текстом складніший – це й зосередження уваги на персонажі, і певна його характеристика, хоч і здійснена непрямым способом, наприклад: «The French Lieutenant's Woman» (J. Fowles), «The Quiet American» (G. Green).

Іменникові фрази-заголовки відображають також тематику твору, що свідчить про інформативність таких назв, наприклад: «A Portrait of the Artist as a Young Man» (J. Joyce), «An American Tragedy» (T. Dreiser), «A Farewell to Arms» (E. Hemingway). Можливі також різноманітні комбінації на зразок «ім'я героя + місце події»: «On the Quay at Smyrna» (E. Hemingway).

Заголовки, виражені іменниковими фразами, також можуть указувати на жанр художнього твору, де нібито автор ухиляється від того, щоб назвати твір. Але в цих заголовках є щось більше, ніж просто назва, наприклад: «The Forsyte Saga» (J. Galsworthy), «An Unfinished Story» (S. Maugham).

Деякі дослідники вважають, що рекламна функція заголовка полягає в тому, щоб зосередити та певною мірою затримати увагу читача, розважити його, а отже, і певним чином вплинути на нього [6]. Виникнення рекламної функції заголовків пов'язують із розвитком катаклізму, коли література стає товаром, а назва – рекламою, посилаючись на відоме висловлювання Л. Лесінга, що заголовок повинен бути як меню: чим менше він показує зміст, тим він кращий.

Прикладами заголовків, які мають інтригуючу функцію, є: «The Tooth, the Whole Tooth and Nothing but the Tooth» (R. C. Bensley), «The Diamond as Big as the

Ritz» (F. S. Fitzgerald), «Kiddie – Car Travel» (R. C. Bensley). Ступінь рекламності цих заголовків різний. За своєю природою такі назви щоразу порушують типові заголовкові конструкції і творять нові, передбачити які важко, їхня рекламна функція реалізується використанням у структурі іменникових фраз експресивних конструкцій, виразної лексики, алюзій, пародіювання.

Образно-асоціативні заголовки сприяють відтворенню філософсько-етнічної й естетичної інформації твору. Складність їхньої внутрішньої класифікації полягає в тому, що деякі назви творів об'єднують декілька стилістичних засобів. За характером образності є такі види заголовків: 1) заголовок – психологічний та емоційний фон художнього твору; 2) заголовок – ключове слово твору; 3) заголовок – макретафора тексту; 4) заголовок-алюзія; 5) заголовок-іронія [11, 39].

Зазвичай образно-асоціативні заголовки – це алюзія на будь-який крилатий вислів, відому цитату чи фразеологізми [5, 32]: «When Angels Fear to Tread», «As I Lay Dying», «The Skin of Our Teeth», «The Death of the Hero». Така назва твору натякає, наприклад, не лише на риси персонажа, а й пропонує йому авторську оцінку чи може бути пов'язана з попереднім читацьким досвідом. Іменникові фрази в заголовках цього виду є малочастотними.

До образно-асоціативних заголовків також зараховують ті, які позбавленні експресивно-емоційного забарвлення й оцінювального елемента, але в художніх текстах перетворюються в художні образи, на зразок: «Indian Camp» (E. Hemingway), у якому дійсно розповідається про індіанське селище, але поетичний контекст розкриває новий смисл цієї назви, розширюючи значення поодиноким описаного факту і зводячи його до ступеня широкого узагальнення. Індіанське селище є втіленням «болі пізнання, народження і смерті».

Прикладом образно-асоціативної інтригуючої функції є заголовок «Jonathan Livingstone Seagull» (R. Bach). Річард Бах у повісті-притчі використовує ім'я Джонатана Лівінгстона, відомого американського льотчика, а чайка на його ім'я – це образ високого поривання людини до свободи, пізнання, удосконалення. Це

сміливий політ фантазії, відважний виклик невловимому часові, бажання пізнати його суть і перемогти. Тут заголовок – домінанта художнього твору. Крім того, він очевидно розрахований на те, щоб здивувати, вразити читача.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження іменникових фраз-заголовків творів англomовної художньої прози показало, що є зв'язок між структурними й семантичними особливостями іменникових фраз, які впливають на їхнє вживання як заголовків. Проте щодо функціональної належності заголовків, то залежність «заголовок – текст» не завжди однозначна та прямолінійна. Зв'язок «заголовок – читач» особливо важко піддається аналізу та потребує додаткового дослідження. Адже сучасний заголовок, як правило, не надає однозначної орієнтації щодо змісту тексту. Досить згадати заголовки романів Гр. Гріна «The Comedians», де йдеться зовсім не про бродячих акторів, чи І. Шоу «The Young Lions», що розповідає зовсім не про юність царя звірів. Неправильно сформульована установка на сприйняття, у свою чергу, провокує при читанні ефект обману очікування, що впливає на аналіз заголовків англomовних художніх творів загалом.

Список використаної літератури

1. Антонович М. М. Функції газетних заголовків, виражених сполученнями типу NNN / М. М. Антонович // Іноземна філологія. – 1992. – № 103. – С. 103–110.
2. Блинова І. А. Заголовок англomовного художнього тексту як індивідуально-авторський концепт / І. А. Блинова // Науковий вісник Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – Сер. : Філол. науки. – 2008. – № 5. – С. 74–79.
3. Большинський В. Ю. Багатокомпонентні субстантивні сполучення типу NNN та їх роль у компресії тексту / В. Ю. Большинський // Іноземна філологія. – 1992. – № 104. – С. 136–140.

4. Гасюк Г. М. Комунікативно-прагматичний потенціал субстантивних словосполучень в сучасному англomовному публіцистичному дискурсі / Г. М. Гасюк // Філологічні студії : наук. часопис. – 2004. – № 4. – С. 64–74.
5. Джанджанова Е. В. Об использовании цитат в заглавиях художественных произведений / Е. В. Джанджанова // Структура и семантика текста : межвуз. сб. науч. трудов. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1988. – С. 30–37.
6. Євграфова А. О. Заголовок як актуалізатор текстової інформації / А. О. Євграфова // Стиль і текст. – 2003. – № 4. – С. 141–149.
7. Іллів І. І. Заголовок як проблема перекладу / І. І. Іллів // Актуальні проблеми менталінгвістики : наук. зб. Черкаськ. держ. ун-ту. – Част. І. – 2001. – С. 209–214.
8. Крапицкая Н. А. Субстантивные атрибутивные словосочетания современного английского языка в коммуникативно-функциональном аспекте : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Минск. гос. лингв. ун-т / Н. А. Крапицкая. – Минск, 2000. – 19 с.
9. Москвин В. П. Художественный стиль как система / В. П. Москвин // Филологические науки. – 2006. – № 2. – С. 65–73.
10. Траченко О. М. Парадигма заголовків / О. М. Траченко // Іноземна філологія. – 1990. – № 97. – С. 84–90.
11. Траченко О. М. Семантичний аспект вивчення заголовка / О. М. Траченко // Іноземна філологія. – 1983. – № 69. – С. 37–42.

Статтю подано до редколегії