

7. Наєнко М. Григорій Косинка / М. Наєнко // Українське слово. Хрестоматія української літератури та літературної критики ХХ ст. / Упоряд. В. Яременко, Є. Федоренко: у 3 кн. – Кн. 2. – К.: Видавництво «Рось», 1994. – С. 284-291.

8. Цепя Олександра. Образ автора в поезіях Тараса Шевченка до заслання: монографія / Олександра Цепя. – Кіровоград: ПП «Центр оперативної поліграфії «Авангард», 2014. – 260 с.

Юлдашева Л.П.

аспірант,

Черкаський національний університет

імені Богдана Хмельницького

АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАГОЛОВКІВ ТВОРІВ

Для заголовка твору характерна певна двовекторність: зовнішня його спрямованість на представлення твору в літературному світі, і внутрішня – звернена до тексту. На думку Л. Ф. Грицюк, заголовок у творі набуває значення своєрідної тези самого корпусу тексту, специфічного смислового й психосоціолінгвістичного вузла, ядра ідеї твору, ключа до його змісту [4, с. 55]. З огляду на це, семантичний аспект заголовків полягає у з'ясуванні явних та прихованих зв'язків заголовка з текстом. І. В. Ісхакова [7] та Т. Є. Трошинська-Степушина [16] диференціюють текстово-заголовковий зв'язок на підставі ступеню прояву інформативної функції заголовка, й виокремлюють явний, приблизний, відносний, алюзійний, слабкий зв'язки. До того ж існує обернена залежність рівня інформативності й атрактивності в заголовку: чим вищий рівень інформативності, тим нижчий рівень атрактивності, і навпаки.

На підставі семантичного аналізу заголовків і тексту виокремлюють заголовки, що представляють основну тему чи проблему твору (надають читачеві загальне уявлення про відображені у творі явища життя); заголовки, що задають перспективу розвитку сюжету твору, зокрема: фабульні заголовки (описують увесь сюжетний ряд); кульмінаційні заголовки (виділяють найважливіший щодо розвитку дії момент);

заголовки, що містять імена персонажів (значну частину таких назв представляють антропоніми; часто вони містять інформацію про національність, родову належність чи соціальний статус головного героя); заголовки, що позначають час і простір (для них характерне вживання хронотопів); називають абстрактні поняття та стани тощо (А. В. Ламзіна [11], Лі Ліцюнь [12], А. Р. Волков [2]). На образно-семантичній основі ґрунтується класифікація заголовків Л. Ф. Грицюк: заголовки-індикатори, у яких домінує пряме значення, заголовки-образи, в основі яких переносне, концептуальне значення, і заголовки-символи, що мають переосмислену підтекстову семантику [4, с. 51-52].

Заголовкове значення вмотивоване текстом, після прочитання тексту на його первинне сприйняття нашаровується художній світ твору, а відтак заголовки розширює свій змістовий обсяг відповідно до ідейно-тематичної й сюжетно-композиційної організації твору. Е. О. Лазарева [10] та А. І. Домашнев [5] пропонують диференціювати заголовки за кількістю елементів значеннєвої схеми тексту: односпрямовані відповідають одному елементові смислової структури тексту, комплексні – багатьом. На відміну від односпрямованих, комплексні співвідносні з кількома елементами структурної схеми тексту, вони одночасно акцентують тему й оцінку ситуації, називають персонажа й містять хронотопну вказівку тощо. Комплексні заголовки інформаційно місткіші, а різноманітні зв'язки цих заголовків із текстом є ще одним засобом підвищення експресивності тексту [5, с. 5]. Е. О. Лазарева пропонує новий рівень класифікації за ознакою повноти вираження будь-якого значеннєвого текстового елемента в заголовку. Такий підхід дає змогу виокремити повноінформаційні, які є сигналом про головну думку твору, неповноінформаційні – які частково відображають головну думку, та пунктирні – імпліцитно пов'язані з текстом заголовки. Відповідно до класифікації за формою вміщеної інформації І. Р. Гальперін розрізняє назви-символи, назви-тези, назви-цитати, назви-повідомлення, назви-натяки, інтриги; назви-оповіді [3, с. 134].

Заголовок не тільки називає текст, а й презентує індивідуально-авторське висловлення про нього. На цьому наголошував А. Є. Нямцу: «Заголовок твору часто виступає тим первинним ідейно-смісловим

сигналом, який налаштовує реципієнта на необхідне для автора сприйняття інтерпретації сюжету (образу, мотиву), а іноді й підказує читачеві характер його переосмислення» [14, с. 63]. Такі думки суголосні з твердженням Н. А. Ніколіної, про те, що заголовок є запропонованою автором першою інтерпретацією літературного твору [13, с. 171]. Заголовок вербально імпліцитно або експліцитно виражає основний задум та інтенцію автора. Однак ще С. Д. Кржижановський акцентував залежність заголовка тексту від певного адресата-читача, та дійшов висновку про те, що тенденції номінування характеризують не тільки письменника, а й аудиторію, для якої він призначений [8]. Т. О. Чекенева зазначає, що в заголовкові відбивається концептуальне ядро твору, але у свідомості читача воно формується поступово, відображаючи поетапний шлях пізнання: передчуття – розгадування – збагачення свого тезауруса» [17, с. 130]. За метою емоційного впливу на аудиторію О. О. Тертичний виокремлює захопливі, страшні, карколомні, скандальні, інтимні та ін. заголовки [15, с. 82].

Семіотична природа заголовка проаналізована в роботах Т. В. Желтоногової [6], В. А. Кухаренко [9] та ін. Вона насамперед виявляється в його репрезентативних можливостях виокремлювати твір у корпусі творів словесного мистецтва. Заголовок стає знаком іншого знаку вищого порядку – тексту та виразником його глибинної семантики, субститутом тексту у формальному ракурсі. Крім того, у сучасних наукових розвідках акцентовано й інші параметри заголовка, зокрема диференціація заголовків за домінантними функційними характеристиками, прагматичні особливості заголовків, переклад заголовків тощо. Нині виокремлено ще одну грань заголовкових студій, пов'язану з розвитком нейміту – науки про називання. Саме такий підхід стає підставою констатації Р. Барта: «Оповідання – це товар, рекомендація якого супроводжується рекламною «приманкою» [1, с. 432]. Функцію рекламною «приманки» й виконує заголовок. Дослідження в цій сфері спрямовані на з'ясування рекламних атрибутів заголовків, зокрема їхнього рекламного аранжування.

Заголовковий масив динамічний і змінний у часі. Це детермінує необхідність вивчення заголовків конкретних синхронних зрізів та

проведення діахронійного аналізу. Різні функційні стилі, літературні жанри, літературно-історичні епохи зумовлюють особливості в організації заголовка, активізують різні експресивні можливості мовних одиниць і зв'язків у текстовому заголовку й мають певні відмінності у сприйнятті читачем. З огляду на це вагомого значення набувають наукові розвідки, присвячені вивченню заголовків художньої літератури, наукових текстів, публіцистичних, зокрема заголовків текстів ЗМІ, тощо.

Отже, комплексний підхід до вивчення заголовка як феномена, із залученням досягнення літературознавства, лінгвістики, міждисциплінарних галузей (когнітивістики, семіотики, дискурсології, філософії імені та філологічної герменевтики) дає змогу максимально повно дослідити зазначене явище.

Список використаних джерел:

1. Барт Р. Текстовый анализ одной новеллы Эдгара По // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989 – 616 с.
2. Волков А. Р. Заголовок / Волков А. Р. // Лексикон загального та порівняльного літературознавства. – Чернівці: Золоті литаври, 2001. – С. 211-213.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – Москва: Наука, 1981. – 139 с.
4. Грицюк Л. Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка / Л. Ф. Грицюк // Мовознавство. – 1989. – № 5. – С. 55-58.
5. Домашнев А. И. Интерпретация художественного текста / А. И. Домашнев, И. П. Шишкина, Е. А. Гончарова. – М.: Просвещение, 1983. – 192 с.
6. Желтоногова Т. В. Заголовок як компонент структури українського поетичного тексту: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / Т. В. Желтоногова – Кіровоград, 2004. – 20 с.
7. Исхакова И. В. Семантические и функциональные особенности заголовочных комплексов художественных текстов (на материале произведений англоязычных авторов XVIII – XX вв.) / И. В. Исхакова // Вестник ОГУ. – 2010. – № 11(117). – С. 75-81
8. Кржижановский С. Д. Поэтика заглавий / С. Д. Кржижановський. – Москва: Никитинские субботники, 1931. – 32 с.
9. Кухаренко В. А. Интерпретация текста / В. А. Кухаренко. – М.: Просвещение, 1986. – 327 с.
10. Лазарева Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева. – Свердловск: Урал. гос. ун-т, 1989. – 96 с.

11. Ламзина А. В. Заглавие литературного произведения / А. В. Ламзина // Русская словесность. – 1997. – № 3. – С. 75-80.

12. Ли Лицюнь Структура, семантика и прагматика заглавий художественных произведений: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 – русский язык / Ли Лицюнь. – Москва, 2004. – 185 с.

13. Николина Н. А. Филологический анализ текста / Н. А. Николина. М.: Академия, 2003. – 256 с.

14. Нямцу А. Е. Поэтика традиционных сюжетов / А. Е. Нямцу. – Черновцы: Рута, 1999. – 176 с.

15. Тертычный А. А. Заголовок – слово главное / А. А. Тертычный // Журналист. – 2004. – № 1. – С. 80-82.

16. Трощинская-Степушина Т. Е. Заглавие как компонент художественного текста: семантический аспект [Электронный ресурс] / Т. Е. Трощинская–Степушина. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/17203/1/>.

17. Чекенева Т. А. Textoобразующие потенции названий художественных произведений / Т. А. Чекенева // Лингвистические средства текстообразования. – Барнаул: АГУ, 1985. – С. 122-131.