

3. Квіти в темній кімнаті: Сучасна укр. новела: Найяскравіші зразки укр. новелістики за останні п'ятнадцять років / Упорядкування, передм., літ. ред. В. Даниленка.– К.: Генеза, 1997.– 432 с.
4. Кобилянська О. Ю. Твори: В 2 т. – К.: Дніпро, 1988. Т. 1.: Царівна: Повість; Оповідання / Упоряд., авт. передм. та приміт. Ф. П. Погребенник. – 541 с.
5. Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. – К.: ВЦ “Академія”, 1997. – 752 с.
6. Пономаренко Л. Дерево облич: Повісті. Оповідання. – К.: Укр. письменник, 1999. – 170 с.
7. Сенік Л. До проблеми антигероя в українській прозі ХХ ст. // Українська філологія: школи, постаті, проблеми: Зб. наук. праць Міжнарод. наук. конференції, присвяченої 150-річчю від дня заснування кафедри української словесності у Львів. ун-ті. – Л.: Світ, 1999. – Т. 1. – С. 710 – 714.
8. Современное зарубежное литературоведение (Страны Западной Европы и США): концепции, школы, термины: Энцикл. справочник / Науч. ред., сост. И. П. Ильин, Е. А. Цургангова; Отв. ред. А. Е. Махов. – М.: Интрада ИНИОН, 1999. – 319 с.
9. Томашевский Б.В. Теория литературы. Поэтика: Учеб. пособие. – М.: Аспект-Пресс, 1999. – 334 с.
10. Українка Леся. Зібр. тв.: У 12-и т. – Т. 7. Прозові твори. Перекладна проза. – К.: Наук. думка, 1976. – 567 с.
11. Філологічні семінари. Типи художньої творчості в епоху постмодернізму: реальність чи віртуальність?– Вип. 5.– К.: Київ. держ. ун-т, 2002. – 110 с.
12. Фрай Н. Анатомія критики і теорія літератури ХІХ–ХХ вв. // Зарубежна естетика і теорія літератури ХІХ–ХХ вв.: Трактати, статті, есе / Сост., общ. ред. Г. К. Косикова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – С. 232–263.

Мар'яна СОКОЛ

© 2008

ФУНКЦІ ЗАГОЛОВКУ ТВОРУ В РАКУРСІ ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧОЇ АНТРОПОЛОГІЇ

Ознайомлення з естетичними законами побудови тієї чи іншої книжки/твору передбачає три можливості: “побачення” з книжкою, “порозуміння” з нею (ознайомлення з її анотацією, передмовою, примітками) та “спільна згода” на її читання. В акті “побачення” з книгою важливу роль відіграють насамперед її обкладинка та назва. Вони формують перед-горизонт “баченого” у свого майбутнього читача, тобто, як зауважує Р. Гром'як, ті “силові поля, під впливом яких складатиметься структура сприймання” [6, с.35], і спрямованість на інші твори подібного характеру того ж письменника [6, с.36]. Після етапу “спільної згоди” книжка випробовує свого читача, так би мовити, на “справжність”, адже “проникнути в глибинну суть героїв, їх характерів і врешті твору можна за умови, коли відчуваєш призначення навіть найменшої паузи, ритмічного ходу як виразу життя, психологічного стану” [5, с.21], і в цьому “призначенні” також вирішальна роль належить фрагментам заголовкового комплексу. Вони перевіряють читацьку готовність сприйняти ім'я автора, попередньо узгодивши ту інформацію про письменника, яку читач отримує з інших біографічних і подібних джерел.

Вивченням ролі заголовків та їх значення займалися вчені та практики: Б. А. Вяземський, С. І. Галкін, О. П. Кисельов, І. Р. Гальперін, В. А. Кухаренко, Н. О. Фатєєва, О. В. Джанджакова та інші, і кожен намагався підійти з різних сторін до вирішення кола проблем, інтегрованих з назвою тексту, її статусом, кількістю функцій, класифікацією заголовків тощо. Але, мабуть, складність полягає в тому, що різнобічність вирішення цих проблем пов'язана з різнохарактерністю підходів до класифікування заголовків (семантичний, структурний, стилістичний).

Уже у “передтекстовий період” заголовок починає впливати на потенційного читача, формуючи ефект очікування і прогноз щодо твору в цілому. Заголовок імпліцитно або експліцитно “виражає основний задум, ідею, концепт творця” [4, с.133]. Таку саму думку висловив свого часу відомий психолог Л. С. Виготський: “... назва дається оповіданню зазвичай не випадково, вона несе у собі розкриття найважливішої теми, вона проектує ту доміную, яка визначає собою усю побудову твору” [5, с.200].

Звичайно, “діалог” між автором і читачем, про який багато пишуть як у західній літературознавчій критиці (Р. Барт, У. Еко, Ганс Р. Яусс, В. Ізер), так і у вітчизняній (М. Бахтін, Л.

Грицюк, З. Блисковський), буде змістовним лише за умови, що твір буде сприйматися підготовленим читачем. Але у будь-якому разі, навіть коли потенційний читач може пропустити передтекстові відомості (автор, жанр, видавництво) через недосвідченість або неухважність, то заголовок обов'язково та необхідно бере участь у створенні читацького ставлення - очікування. Ще не маючи опори на текст, заголовок у передтексті здатен апелювати лише до попереднього досвіду читача. Для виконання прогностичної ролі заголовка потрібні зв'язки практично з усіма галузями читацького тезауруса - його "таблицею знань" [5, с.93].

Психологічна напруга, виникнення симпатії та "темпераментність" заголовка пов'язані з його паратекстуальним статусом, тобто виконанням паракомунікативної функції як медіаторного коду тексту, а, отже, є такою "кінетичною фразою", яка "проявляється у формах колективної душевно-фізичної (майданної, карнавальної) чи духовно-емоційної (соборної) розрядки: катарсису та сходження" [12, с.73]. Заголовок є елементом тексту, паратекстом єдиного цілого, який займає особливу позицію і здатний до репрезентації цього цілого. Поняття паратекстуальності (paratextualite) було введено французьким дослідником Ж. Женетом. Нарівні з іншими типами міжтекстових зв'язків дане поняття означає поєднання різнорідних сегментів (заголовка, передмови, епіграфа, ілюстрацій тощо) всередині одного тексту. Як паратекстуальна одиниця заголовок є "двоголосим" (у Бахтінському значенні) жестом культури, бо – "за допомогою натяків – створює позавербальні смислові імпульси і розкриває новий стан культурної свідомості – індивідуальної та колективної" [12, с.73]. Перед читанням твору назва сприймається як точка α (альфа) – котра очищує читацьку свідомість від зайвого впливу позамистецького світу й буденного сприйняття, цим самим настроюючи її на естетичний континуум. Після прочитання тексту заголовок стає точкою ω (омега) і вказує на акт сходження та сферу внутрішніх смислів художнього твору: свідомість читача поступово повертається від останнього рядка назад до заголовка, зіставляючи кожне слово тексту з номінаційним пучком значень, аж доки не вдається досягти повної співвідповідності між ними [10, с.144].

Заголовок як один з основних елементів паратексту покликаний експліцитно передати мету повідомлення, встановити контакт з читачем, привернути його увагу, викликати зацікавленість до опублікованого тексту. В усіх випадках, при існуванні заголовка і тексту, заголовок є частиною тексту. Адже він насправді є елементом тексту, хоча й більш незалежним, ніж інші, хоча й заголовок виносять в окремий рядок, графічно виділяють, тобто усіяко підкреслюють його самостійність і, наче незалежність заголовка від тексту і тексту від нього, проте при всій зовнішній самостійності та незалежності, заголовок і текст виявляються елементами однієї структури, котрим властиві паратекстуальні зв'язки.

Оскільки заголовок і текст перебувають на різних полюсах, а тому для дослідження цього співвідношення найперше потрібно визначити їхню полівалентність у функціональному тезаурусі текстового світу. Потенційно кожен заголовок повинен містити в собі певний зародок того тексту, який його репрезентує. Заголовок і текст симетрично накладаються один на одного, а їхньою точкою перетину є спільна здатність давати назву тій інформації, яка наповнює їхню структуру.

Французький структураліст Р. Барт на початку 70-х років ХХ ст. мотивував потребу вивчення заголовків суспільними чинниками: "До цього часу функція заголовків вивчена недостатньо... Все ж відразу можна сказати, що оскільки суспільство повинно через комерційні причини прирівнювати текст до товарного вибору, то для будь-якого тексту виникає потреба в маркуванні. Заголовок повинен маркувати початок тексту, в такий спосіб подаючи текст у вигляді товару" [2, с.431].

Говорячи про функції заголовків, ми можемо їх знайти у багатьох працях відомих лінгвістів. Адже звертаючись до різних типів текстів, дослідники виділяють різноманітні функції заголовків, що пов'язані з їхніми особливостями. Н. Кожина, говорячи про заголовки художніх текстів, пропонує класифікацію функцій дещо іншу від загальноприйнятої [7, с.178]. Заголовок художнього тексту, як вона вважає, виконує два види функцій: внутрішню – "з позиції автора" (називна, функція ізоляції і завершення, текстотвірна) і зовнішню – "з позиції читача" (репрезентативна чи сполучна функція організації читацького сприйняття). Н. Харченко виділяє номінативну, інформативну, рекламну, конспективну і функцію переконання [12, с.45]. Якщо ж перші три характерні для будь-яких заголовків, то дві останні (функція переконання і конспективна), на думку автора, властиві заголовкам саме наукових текстів, що викликані їхньою специфікою. Таким чином, вирішення питання щодо функцій заголовка визначається перш за все

методологією заголовка і типом художнього тексту, до якого він звертається. Беручи до уваги той факт, що заголовок є також функціональним елементом паратексту, саме французький дослідник Ж. Женет виділяє такі паратекстуальні функції заголовка:

1. Номінативна чи інформативна. Автор визначає заголовок як зовнішній код тексту, важливий композиційний компонент тексту, що виконує дану функцію. Ж. Женет вважає, що номінативна функція є провідною та найголовнішою функцією заголовка, тому що вона об'єднує усі заголовки, незалежно від їхньої структури й індивідуальних особливостей. Будь-яка назва твору інформує читача про текст, адже саме заголовок називає текст, виділяючи його серед інших творів [12, с.79]. Отже, як зазначає Н. Кожина, виконуючи дану функцію, заголовок репрезентує перед читачем якусь нову книжку, встановлює контакт з реципієнтом шляхом “зняття” тексту, його ізоляції та завершення у номінативній конструкції; при цьому заголовок не обмежується тільки кінцевою стадією його впливу на текст, а безпосередньо його формує, конструює з метою організації та забезпечення якісного й продуктивного читачького сприйняття [7, с.180].

2. Описова, яка проспективно по відношенню до цілого тексту, виконує тематичну функцію (номінація, ця книга про...) та рематичну (предикація, ця книга є...). Перш за все, слід відзначити, що заголовок у даному випадку розглядається як “домінанта змісту” усього тексту. Це дає заголовку право не лише репрезентувати текст, а й у деяких випадках замінити його.

Говорячи про тематичну функцію, ми можемо відзначити, що заголовок у даному випадку виступає своєрідною тезою самого корпусу тексту, саме назва є специфічним смисловим та психо-соціолінгвістичним вузлом, ядром ідеї твору [12, с.76]. Беручи до уваги описову (тематичну) функцію, заголовки поділяють на тематичні групи, які називають головного героя (героїв) твору чи виділяють наскрізний образ тексту. Наприклад, “Захар Беркут” (І. Франка), “Ромео і Джульєтта” (В. Шекспіра), “Ворон” (І. Буніна), “Земля” (Е. Золя) тощо. Заголовки можуть вказувати на час та місце дії і тим самим брати участь у створенні художнього часу і простору твору. Наведемо приклади таких назв творів: “1984” (Дж. Оруела), “Після балу” (Л. Толстого), “Вечори на хуторі коло Диканьки” (М. Гоголя); сюди також належать заголовки-тропи: порівняння, символи, алегорія, гіпербола та інші (“Камінний хрест” (В. Стефаніка), “І довше віку триває день” (Ч. Айтматова), “Живий труп” (Л. Толстого) тощо).

Звертаючи увагу на ще одну описову функцію – рематичну, слід відмітити, що до даної групи заголовків входять такі назви творів, які містять пряме чи опосередковане визначення жанру, викликаючи у читача асоціації з конкретним літературним жанром. Наприклад, заголовки, що називають жанр твору: “Божественна комедія” (Д. Аліґ'єрі), “Роман в листах” (О. Пушкіна), “Сповідь” (Ж. Руссо), “Альпійська балада” (В.Бикова), “Скіфська легенда” (Л. Костенко) та інші.

3. Конотативна функція є своєрідним доповненням описової функції, тому що вона лише детальніше характеризує заголовок за семантичними ознаками, що властиві йому завдяки певному стилю, який є характерним для деяких авторів. Конотативне функціонування заголовка ми можемо помітити і у назвах творів історичного типу, оскільки до XVIII ст. вживалися розгорнуті заголовки, які подавалися описово: “Дивовижна історія про венеційського купця. З незвичайною жорстокістю єврея Шерлока щодо цього купця, у якого він намагався вирізати лише фунт м'яса; і з отриманням руки Порції на підставі вибору із трьох скриньок. Як вона неодноразово виконувалася слугами лорда-камерґа. Написана Вільямом Шекспіром”. Нині ця п'єса відома як “Венеційський купець”. Таке оформлення характерне і для інших творів. Так повна назва “Повісті минулих літ” складається із 21 слова, “Робінзона Крузо” – із 49 слів, “Мандрів Гулівера” Дж. Світа – із 15 слів, “Вогненного ангела” В. Брюсова – із 63 слів тощо. Конотативну функцію можна прослідкувати у заголовках доби раннього модернізму, адже саме у цей період назва твору виконувала функцію “елітарного називання”, відображаючи відповідний історико-літературний та соціальний контекст (“Amoroso”, “Ad astra”, “De mortuis” М. Вороного), у період “соцреалізму” – “виробничого” (“Металісти” І. Сенченка, “Інженери” Ю. Шовкопляса) тощо. відображаючи відповідний історико-літературний та соціальний контекст. Дану функцію виконують також заголовки, які вживаються у вигляді чужомовних фраз, що стали афоризмами (“Persona grata” М.Коцюбинського), цитати із фольклору (“Ой, не ходи, Грицю, та й на вечорниці” М. Старицького), а також назви творів, котрі позначають номінативний зв'язок із першоджерелом (“Доктор Фауст” Т. Манна) та заголовки, що уже стали крилатими фразами, прислів'ями й заголовками-кліше (“Герой нашого часу” М. Лермонтова, “Кров людська – не водиця” М. Стельмаха, “Правда добре, а щастя краще” О. Островського, “Шило в мішку...” А. Чехова).

4. Спокуслива або ретроспективна функція полягає у тому, що заголовок покликаний встановити контакт з читачем, привернути його увагу та викликати зацікавленість до твору, оскільки саме в акті рецептивного враження здійснюється перше розуміння заголовка як своєрідної враженнєвої формули, а з такого поодинокого враження, на думку В. Агєєвої, виростає вся архітектонічна цілісність твору [1, с.40]. Як враженнєва “формула духу” заголовок оперує сенсорними властивостями, які є аналогами до Франкової естетичної концепції “змислів”. У поняття “змисл заголовка” ми вкладаємо Франкове бінарне розуміння змислу з одного боку як “смислу, змісту твору”, а з іншого – як “орган чуття” [11,с.89]. Поєднання чуттєвого елемента (зорового, слухового, смакового, запахового, дотикового) з смисловим враженням дає змогу говорити про певну форму естетизації заголовка. Отже, звідси – заголовок це “орган чуття” художнього тексту, завдяки якому автор здійснює “акт сопричастя” читача, прилучаючи його до глибших, символічних, прихованих своїх інтенцій, які синтезують різні способи бачення світу, “омовленого” через різні види мистецтва, пропущеного через чуттєві, емоційні форми буття. Заголовок має не лише відобразити зміст літературного твору, а й повинен зацікавити, заінтригувати читача. Ж. Женет відмічає, що завдання заголовка “не просто вказати на подію і назвати її, а ще й вирішити проблему зовнішнього зацікавлення, заманити читача своєю спокусливою сюжетністю” [12, с.92]. Так, наприклад, заголовки “Сода-сонце” (М. Анчарова), “Без язика” (В. Короленко), “Хіба ревуть воли, як ясла повні” (П. Мирного) викликають у адресата бажання зрозуміти їхнє значення. Забезпеченню ретроспективної функції сприяють певні синтаксичні засоби. Так автор в якості заголовків може використовувати окличні та питальні конструкції. Наприклад: “Що робити?” (Н. Чернишевського), “Ну, публіка!” (А. Чехова) тощо. Змістовний і виразний заголовок не лише породжує інтерес у адресата тексту, а й відіграє вагомую роль в процесі закріплення назви книги в пам’яті читача чи навіть цілих поколінь читачів. Для того, щоб зробити заголовок виразним, досягти його оптимального емоціонального й естетичного впливу на читача, автор не рідко звертається до багатозначних можливостей мовних засобів різних рівнів, вступає у взаємозв’язок з адресатом тексту.

Заголовок як важливий елемент паратексту в прагматичному аспекті виконує наступні функції.

1. Заголовок виступає як засіб впливу на читача (адресата), тому що заголовок встановлює контакт з читачем і впливає на його емоціональне сприйняття. За допомогою назви твору автор неначе вступає у співбесіду з читачем, створює у нього ефект очікування. Заголовок може моделювати ситуацію діалогу з читачем (чи героєм). Ця функція найяскравіше відображається у заголовках-питаннях і заголовках, виражених формою імперативу, адже не випадково деякі заголовки являють собою питальні чи спонукальні речення. Наприклад, “За що?” (Л. Толстого), “Хто кращий?” (А. Чехова), “Живи і пам’ятай!” (В. Распутіна), “Пробач, прощай...” (В. Крупина) та інші.

2. Заголовок виступає як засіб вираження авторської позиції чи авторської модальності. Для адекватної інтерпретації художнього тексту потрібно враховувати позицію автора чи авторську модальність, яка так чи інакше виражена у творі. Безперечно, заголовок у тексті виступає однією з найсуттєвіших ознак, він є авторським концептом і конденсатом усього змісту. Заголовок координується із семантикою тексту, він є домінантою, яка утворює в художньому тексті смислову та емоційну єдність. Адже заголовок як змістова домінанта твору найчастіше відображає особливу значущість для автора найбільш важливіших понять, що й підкреслюється виділенням цих слів у найбільш сильну позицію тексту. Заголовок художнього твору може розглядатись як відображення саме авторської інтерпретації тексту, тому що саме назва виражає бачення автором певних ситуацій, подій тощо, а також реалізує його задум як цілісність.

Отже, ми можемо зробити наступні висновки. Заголовок є вагомим елементом паратексту, який тісно пов’язаний з текстом, проте не належить тексту цілком. Він однією своєю стороною стикається з світом, який знаходиться за межею тексту, а іншою – з текстом позначаючи його початок. Адже, знаходячись на “кордоні”, заголовок слугує з’єднувальною ланкою між текстом і зовнішньою по відношенню до нього дійсністю. Базуючись на наведених і проаналізованих прикладах, можна впевнено стверджувати; заголовок як елемент паратексту, якому властиві певні функції, виконує своє головне призначення у лаконічній і яскравій формі повідомити читача про даний твір, у свою чергу заохочуючи його до прочитання даного тексту. На основі заголовку створюється читачька настанова на розуміння даного конкретного тексту, задаються умови його

прочитання. Найбільш повно знаковий статус заголовка може бути обумовленим лише “після цілісності”, коли з’ясовані усі його паратекстуальні зв’язки з текстом. Ось чому правомірним буде твердження про те, що “книга і є розгорнутий до кінця заголовок, а заголовок – стиснута до об’єму двох-трьох сторінок книга” [8, с.25]. Тісний зв’язок між заголовком і текстом полягає у тому, що заголовок слугує з’єднувальною ланкою між світом автора та його читачем. Отже, заголовок – це передусім ім’я твору, тобто виразний і притаманний тільки тому, а не іншому тексту показник його естетично-художньої своєрідності, так би мовити, його індивідуальності – особливої “фізіології” та “психології” художнього твору. А ім’я – це не просто “етикетка”, за філософським визначенням О.Лосева, – це “стихія розумного спілкування живих істот у світі смислу та розумної гармонії, одкровення таємничих ликів і світле пізнання живих енергій буття” [9, с.166]. Отже, заголовок – енергія і стихія, одкровення “таємничих ликів” авторського тексту, знак розумної гармонії між його “живими енергіями” – автором і читачем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агеєва В. Ритм як засіб подолання фабули // Слово і час. – 1997. – № 10. – С.36-44.
2. Барт Ролан. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
3. Выготский Л.С. Психология искусства. – 3-е изд. – М.: Искусство, 1986. – 572 с.
4. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 138 с.
5. Гром’як Р. До проблеми сприймання літературного твору // Гром’як Р. давнє і сучасне: Вибрані статті з літературознавства. – Тернопіль: Лілея, 1997. – С. 17-32.
6. Гром’як Р. Цілісне сприймання художнього твору // Гром’як Р. давнє і сучасне: Вибрані статті з літературознавства. – Тернопіль: Лілея, 1997. – С. 33-41.
7. Кожина Н. Заглавие художественного произведения: онтология, функция, параметры типологии // Проблемы структурной лингвистики: 1984. – М., 1988. – с. 167-183.
8. Кржижановский С.Д. Поэтика на заглавие // Език и литература. – 1997 (LII). – № 5-6. – С. 20-39.
9. Лосев А.Ф. Филология шимени. – М.: Изд-во Л.Д.Френкель, 1925. – Т. 1. – 576 с.
10. Мейзерський В. Текст и контекст культуры // Мейзерський В. Философия и неориторика. – К., 1991. – С. 137-158.
11. Пінчук С.П., Регушевський Є.С. Словник літературознавчих термінів Івана Франка. – К.: Наук. Думка, 1966. – 272 с.
12. Genette G. Paratexts. – С.: Cambridge University Press, 2001. – 427 p.

Микола ТКАЧУК

© 2008

НАРАТИВНА ОПТИКА ПОЕМИ «КАТЕРИНА» ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Сучасна наратологія розглядає наратора як суб’єкта мовлення, носія оповіді, що виступає як зображувач світу і як зображений, як-от Устина в повісті «Інститутка» Марка Вовчка. Такий тип оповідача називають гомодієгетичним. Традиційним було уявлення, що наратор посідає проміжне становище між героєм і автором. В.Виноградов у свій час увів поняття «образ автора», тобто суб’єкта мовлення, який наділений біографічними рисами свого творця. У сучасній наративній термінології це гетеродієгетичний (третьоособовий) розповідач, якого В.Смілянська називає «власне автором» [5, 133]. Цей тип постає у ролі не зображуваного, але творцем змальованого світу зі своїми поглядами на дійсність і події. Первісний автор твору у текст не входить: він перебуває у стані мовчання, відноситься опосередковано до твору і становить собою феномен, за Бахтініним, позаестетичної величини, коли «у мені закінчується будь-яка наявність; коли завершується у мене все буття як таке» [2, 180]. Тому первісний автор набуває трансцендентальності до твору, але перебуває до нього в іманентній позиції, зокрема у створених образах нараторів і героїв.

Окреслені суб’єкти наративу були визначені французькими структуралістами й постструктуралістами, відокремлені від первісного автора, а тому їх розрізнення важливі для зрозуміння наративної природи того чи іншого твору. Жодного із них (навіть гетеродієгетичного наратора, найбільш об’єктивного) не можна прямо співвіднести з творцем художнього твору: