

УДК 811.161.2'367

ЛЮДМИЛА ЮЛДАШЕВА  
(Черкаси)

## ЗАГОЛОВКИ ТВОРІВ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ: МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

*Ключові слова:* заголовок художнього твору, пропозиційно-диктумна мотивація, асоціативна мотивація, модусна мотивація, прецедентна мотивація, псевдомотивація.

Першим знаком твору, з якого починається ознайомлення з текстом, є заголовок. Він здатний відразу налаштувати споживача інформації на активне сприйняття змісту твору. Невипадково питання типології заголовків та актуалізації їхньої позиції в тексті, класифікації за формою вміщеної в них інформації, а також комунікативні можливості й прагматика заголовків поставали об'єктами пильної уваги літературознавців, лінгвістів, медіафахівців.

Французький структураліст Р. Барт на початку 70-х років ХХ ст. потребу вивчення заголовків мотивував суспільними чинниками: «Функція заголовків вивчена до цього часу недостатньо... Усе ж відразу можна сказати, що, оскільки суспільство повинне через комерційні причини прирівнювати текст до товарного вибору, для будь-якого тексту виникає потреба в маркуванні. Заголовок повинен маркувати початок тексту, чим і подавати текст у вигляді товару» [2, с. 133].

У сучасній науці накопичений значний досвід вивчення заголовків, переважно з позицій літературознавства і лінгвістики тексту (І. Р. Гальперін [5], О. В. Джанджакова [6], С. Д. Кржижановський [7] та ін.). Водночас у науковій парадигмі існує прогалина в аналізі заголовків сучасних творів. Попри значну кількість літературознавчих робіт, присвячених з'ясуванню специфіки таких заголовків, практично відсутні мовознавчі дослідження, пов'язані з мовними особливостями заголовків художніх творів. З огляду на це актуальність теми наукового пошуку зумовлена важливістю з'ясування особливостей творення номінативної одиниці – заголовка на підставі залежності мотиватора та похідного мотивованого знака.

Мета пропонованої статті – представити типологію мотивації заголовків. Об'єктом наукового пошуку стали заголовки творів та назви збірок, що з'явилися в літературному просторі порубіжжя ХХ–ХХІ сс.

Специфікою теми зумовлений комплексний підхід до вибору методів дослідження, серед яких метод *лінгвістичного опису мовних фактів* – для інвентаризації й систематизації заголовків та *когнітивно-ономасіологічний аналіз* (інтерпретація ономасіологічної структури й моделювання фрагмента знань про дійсність) – для виявлення мотивації заголовків.

Заголовок як засіб вторинної номінації виник на підставі переосмислення вже відомих мовних одиниць. Акт називання спрямовано на ідентифікацію унікального об'єкта (зокрема літературного твору) за допомогою актуа-

лізації найважливішої, на думку автора, інформації в заголовку. У багатьох творах заголовки настільки глибоко закодовані, що лише після прочитання тексту можливе його декодування. У контексті нашого дослідження вагомим є визначення поняття «мотивація».

Указаний термін виник у словотворі для аналізу та встановлення критерію похідності на семантичній основі [4]. Нині термін уживають у трьох значеннях: 1) процес формування семантичного і формального зв'язку похідного слова із твірним; 2) у теорії номінації формальний і семантичний зв'язок між словами та знаками (відносний план) та їхніми позначуваними (абсолютний план), який виникає під час творення слів; 3) у сучасній когнітивній ономазіології наскрізна в процесі творення номінативної одиниці лінгвопсихоментальна операція встановлення семантичної і формальної залежності мотиватора та похідної номінативної одиниці (мотивованого знака) на підставі зв'язків різних компонентів структури знань про позначуване в етнічній свідомості. Унаслідок цього формується ономазіологічна структура знака, який посідає певне місце в синтагматичних і парадигматичних відношеннях мов [9, с. 480]. Таке розуміння є базовим у нашому дослідженні.

О. О. Остапчук на підставі характеру мотиваційної ознаки (елемента текстової інформації, закріпленого у внутрішній формі) та способів його позначення розрізняє пряму внутрішньотекстову та асоціативну затекстову мотивацію [8].

Відповідно до статусу мотиватора й моделі структури знань про дійсність О. О. Селіванова виокремлює дещо інші різновиди мотивації: 1) пропозиційно-диктумну, де використано мотиватори в прямих значеннях, що фіксують в ономазіологічній структурі реальну інформацію про дійсність; 2) асоціативну, яка застосовує знаки-мотиватори в метафоричному значенні; 3) модусну, для якої характерне використання мотиваторів на підставі оцінкового сприйняття; 4) змішану, що поєднує різні за статусом мотиватори [9, с. 483].

Модус – це відповідник повідомлення на рівні мислення, суб'єктивна змінна, що відображає відтінки почуттів. Він співвідносний з об'єктивною константою мислення – диктумом, що відповідає події, ситуації.

О. О. Селіванова виокремлює і так звану прецедентну мотивацію, для якої характерний вибір мотиваторів, чий зміст відомий представникам певної етнокультурної спільноти. Мотивації протиставлена псевдомотивація, якій притаманний довільний зв'язок ономазіологічних ознак зі змістом номінативної одиниці.

Пряма внутрішньотекстова мотивація (О. О. Остапчук) відповідає пропозиційно-диктумній та модусній мотиваціям (О. О. Селіванова), а асоціативна затекстова – частково співвідносна з асоціативною. Відмінність полягає в тому, що асоціативна, за класифікацією О. О. Селіванової, – поняття ширше, для неї характерні не лише затекстові асоціації, а й текстові. Асоціативна затекстова мотивація (О. О. Остапчук) цілком відповідає прецедентній мотивації.

Найпоширенішим процесом утворення нових назв є пропозиційно-диктумна мотивація, оскільки «значна частина номінації у світі має адекватний, об'єктивний характер і передається на основі прямих значень мовних

одиниць» [9, с. 483]. На семантичному рівні цей тип мотивації відповідає метонімічному. Пропозиційно-диктумна мотивація дає змогу акцентувати в заголовку одну або декілька текстових ознак, пов'язаних зі змістом твору. Отже, мотиватором може бути змістово-фактична інформація, зокрема вказівка на героїв твору («*Сестра*» Є. Кононенко, «*Маруся*» В. Шкляра, «*Орлі, син Орлика*» Т. Литовченка, «*Іван Богун*» Ю. Сороки, «*Марта з вулиці Святого Миколая*» Дзвінки Матіяш, «*Емігрантка*» В. Гранецької); хронотопна інформація («*Учора і завжди*» Н. Очкур, «*Окружна дорога*» Ю. Гудзя, «*Там, де Південь*» О. Ульяненко, «*Південний Схід*» П. Вольвача, «*Третє поле*» В. Кожелянко, «*Там, за порогом*» В. Лиса), тематична («*На брата брат*» Ю. Мушкетика, «*Кривава осінь у місті Лева*» Н. і О. Шевченків, «*Хресна проща*» Р. Іваничука), та змістово-концептуальна інформація, концентрована основна ідея твору – результат узагальнення його змісту («*Переможців не судять*» М. Есаулова, «*Зло*» Л. Баграт, «*Кара*» М. і С. Дяченків). Концептуальна інформація засвідчує вищий рівень абстракції і презентує авторське розуміння зв'язків у системі твору.

Характерним компонентом заголовків сучасних українських творів є модус – один з елементів мисленневих структур, що полягає в кореляції вербальних і невербальних знань на підставі аксіологічних принципів. О. О. Селіванова з огляду на механізм називання зараховує модусну мотивацію до метонімічних. Модусна мотивація виражає авторську оцінку твору та його персонажів («*Дивна така любов*» А. Багряної, «*Час прекрасний*» Ю. Покальчука, «*Добрі пісні про поганих дівчат*» Д. Лазуткіна, «*Злі лелеки*» З. Луценко).

Дібраний лексичний матеріал засвідчує, що автори зазвичай намагаються підвищити інформативність заголовка, включаючи одночасно до його складу декілька різних елементів текстової інформації, напр.: «*Людина на крижині*» К. Москальця (вказівка на героя і локальна вказівка), «*Русалонька із 7-В плюс дуже морська історія*» М. Павленко (вказівка на героя й акцентування на важливому елементі сюжету).

І. В. Арнольд констатує, що «відношення, які прийнято вважати тропами, функціують не тільки в мікроконтексті, а й у заголовках, а через заголовки й на рівні образів, сюжету і тексту загалом» [1, с. 2]. З огляду на семантичну трансформованість заголовків-тропів, для їхнього сприйняття необхідне розвинене асоціативне мислення. Уважаємо, що метафорична мотивація виявляється не лише на етапі називання твору, а й може формуватися у творі, а потім бути перенесена в заголовок. Уживання художніх засобів для номінації твору активізує читачке сприйняття, створюючи певну перепону для розуміння, та викликає зацікавлення реципієнта.

Поширеними є заголовки-метафори («*Дерево, що росте в мені*» Ж. Куяви, «*Кольорові мелодії*» Ю. Покальчука, «*Поміж бузкових снів*» А. Багряної, «*Світ навиворіт*» М. і С. Дяченків). У таких номенах значення переосмислене, розширене.

Асоціативною також може бути затекстова мотивація, коли мотиватором назви стає не безпосередньо зміст твору, а його асоціативний зв'язок з іншими естетичними об'єктами. Такий прийом підвищує інформативність заголовка, проте водночас формує умови для ускладнення сприйняття.

Залежно від культурної значущості мотиватора для певної етнічної спільноти виокремлюють прецедентну та непрецедентну мотивацію. Аналіз прецедентних мотиваторів під когнітивним кутом зору дає змогу виокремити концептуальну структуру знань, «фрагменти якої перетинаються зі складниками структури знань про позначене або обираються довільно з культурною чи рекламною метою» [9, с. 485]. Прецедентний культурний знак складний, використання його в процесі номінації пов'язане не з власне денотатом (референтом), а з комплексом дифереційних ознак конкретного прецедентного феномену. Для осягнення повідомлення, що містить заголовок, реципієнт має не тільки виявити явище прецедентності, а й пригадати його джерело, оцінити структурні, семантичні, функційні особливості використання прецедентного культурного знака в конкретному заголовку. Отже, важливо враховувати глобальний контекст, що вможливає з'ясування асоціативних зв'язків заголовка в культурному просторі.

Алюзія «змістовно збагачує текстову інформацію, створюючи численні асоціації за допомогою натяку на події, факти, персонажі інших текстів; це вияв безпосередньої діалогічності текстотворення» [42, с. 523]. Алюзія є не лише емоційним навантаженням, вона виконує важливу композиційну роль, стає стрижнем усього твору, ґрунтуючись на спільних фонових знаннях автора й читача. О. Н. Траченко вважає, що в цьому разі знання лише тексту не дає змоги з'ясувати значення заголовка [10]. Концептуальна функція алюзії полягає не в тому, що вона формує нові концепти, а в тому, що вона є засобом експліцитної або імпліцитної апеляції до певного концепту.

Логічно виокремлювати такі різновиди алюзій: 1) алюзії, що засвідчують зв'язок із фольклорним національно-культурним контекстом («*З роси, з води і з калабані*» І. Карпи – «*з роси і з води*» (прислів'я), «*Казка про калинову сопілку*» О. Забужко (твір-римейк відомої фольклорної історії про те, як одна сестра вбила іншу, про що сповістила згодом калинова сопілка голосом загиблої), «*Котигорошко*» В. Кожелянка – «*Котигорошко*» (народна казка)); 2) алюзії, що вказують на зв'язок з іншими естетичними об'єктами («*Вві сні і наяву, або дівчина на кулі*» О. Слоньовської – «*Дівчинка на кулі*» Пабло Пікассо), зокрема з літературними («*Божественна комедія*» Т. Малярчук – «*Божественна комедія*» Данте, «*Звірслов*» Т. Малярчук – середньовічний «*Бестіарій*» («*Звірслов*»), «*Майн кайф*» В. Цибулька – «*Майн кампф*» А. Гітлера, «*Останній дон Кіхот*» М. і С. Дяченків – «*Хитромудрий гідальго Дон Кіхот з Ламанчі*» С. Сервантеса, «*Декамерон*» В. Шкляра – «*Декамерон*» Боккаччо, «*Мої дікамерони*» Ю. Логвина – «*Декамерон*» Боккаччо, «*Вересові меди*» Н. Гуменюк – «*Вересовий мед*» Р. Л. Стівенсона, «*Кінець епохи вишневих садів*» Н. Симчич – «*Вишневий сад*» А. Чехова, «*Де твій дім, Одісею?*» Т. Гаврилів – «*Одіссея*» Гомера); 3) алюзії на біблійний текст («*Страшний суд*» В. Басараба, «*Яблука з райського саду*» Б. Жолдака); 4) алюзія, в основі якої – зв'язок заголовка з конкретним письменником («*Оноре, а де Бальзак?*» Неди Нежданой).

На підставі розглянутого матеріалу констатуємо, що заголовок може бути точною і трансформованою цитатою, виражати прямий зв'язок із текстом-джерелом зі збереженням основних установок чи бути своєрідною пародією на текст-джерело. Цей прийом звернений до вкорінених у культурній пам'яті читача знань, до усталених словосполучень літературного, міфо-

логічного й історичного походження. Алюзія є не лише апеляцією до якоїсь події чи сюжету, вона виконує в художньому тексті естетичну, експресивну й пізнавальну функції.

У низці заголовків знайшла відображення псевдомотивація – номінативний процес, протилежний мотивації, під час якого мотиватор не зафіксований у структурі знань про дійсність. У псевдомотивованих заголовках ономазіологічна ознака є умовним, формальним мотиватором, семантика якого зовсім не пов'язана зі змістом тексту, отже, вибір мотиваторів не забезпечений когнітивно [9, с. 485].

Такий підхід до вибору назви демонструють деякі українські сучасні письменники, зокрема С. Жадан, який дає назву твору «Ворошиловград» за старою звичкою, від стороннього мотиву, що не має стосунку до основної сюжетної лінії роману. Ворошиловград – це не радянський Луганськ, а дитячий спогад головного героя, місто з вітальної листівки, у якому він навіть жодного разу не був.

Інколи для заголовків визначення внутрішньої форми відбувається за допомогою псевдомотиваторів. Слово *буна* («Буна» В. Маковій) за Великим тлумачним словником сучасної української мови означає «напівзагата – дамба, розміщена під деяким кутом до берега моря (річки). Регулює режим водного потоку, захищає берег від розмивання» [3, с. 67]. Проте у творі *буна* – це буковинська баба з роду священників, життя якої цілком підпорядковане місцевим традиціям. Це слово і є мотиватором заголовка твору.

Визначення заголовка як псевдомотивованого дещо умовне, адже це залежить від особливостей осягнення носіями мови ономазіологічної структури на підставі характеристик інтеріоризованого об'єкта.

Отже, характер мотиватора та спосіб його відображення в заголовку – основа для виокремлення різновидів мотивації. Для заголовків творів характерна пропозиційно-диктумна мотивація, де використано мотиватори в прямих значеннях; модусна, яка ґрунтується на використанні мотиваторів, ураховуючи оцінкове сприйняття; асоціативна, що застосовує знаки-мотиватори в метафоричному значенні; та змішана, яка поєднує різні за статусом мотиватори. Також варто виокремити прецедентну мотивацію, коли в процесі утворення нових назв вибрано мотиватори, відомі певній етнокультурній спільноті. Окрім того, низці заголовків притаманний довільний зв'язок ономазіологічних ознак зі змістом номінативної одиниці, тобто псевдомотивація.

Висновки, отримані внаслідок аналізу матеріалу, дають змогу поглибити прагматичне осмислення ономастичних одиниць, розширити межі загальної теорії власних назв.

Висвітленими питаннями не вичерпується проблема функціонування заголовків творів сучасної літератури. Цікавим аспектом у перспективі можуть стати порівняльний аналіз заголовків літературних творів у діахронному плані.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность / И. В. Арнольд. – М. : Либроком, 2010. – 448 с.

2. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Ролан Барт. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К. ; Ірпінь : Перун, 2005. – 1728 с.
4. Винокур Г. О. Заметки по русскому словообразованию / Г. О. Винокур // Избранные работы / Г. О. Винокур. – М. : Наука, 1959. – С. 419–442.
5. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 140 с.
6. Джанджакова Е. В. О поэтике заглавий / Е. В. Джанджакова // Лингвистика и поэтика. – М. : Наука, 1979. – С. 207–214.
7. Кржижановский С. Д. Поэтика заглавий [Электронный ресурс] / С. Д. Кржижановский. – Режим доступа : <http://www.philol.msu.ru/tezaurus/library.php?view>
8. Остапчук О. А. Название литературного произведения как объект номинации (На материале русской, польской и украинской литератур XIX–XX вв.) : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.03 «Славянские языки» / О. А. Остапчук. – М., 1998. – 21 с.
9. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2011. – 844 с.
10. Траченко О. Н. Стилистические характеристики заглавия как знака текста в синтагматике и парадигматике (на материале англоязычного рассказа) : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / О. Н. Траченко. – К., 1984. – 24 с.

*ЛЮДМИЛА ЮДАШЕВА*

### ЗАГЛАВИЯ ПРОИЗВЕДЕНИЙ СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ: МОТИВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

Статья посвящена изучению особенностей мотивации заглавий современных украинских произведений. Цель статьи – представить типологию мотивации указанных номенов. Определены основные виды мотивации заглавий в зависимости от характера мотиватора и способа его отображения в заглавии. Проанализированы заглавия произведений, для которых характерна пропозиционно-диктумная мотивация с мотиваторами в прямых значениях, модусная, основанная на употреблении мотиваторов с учетом оценочного восприятия; ассоциативная, при которой используются знаки-мотиваторы в метафорическом значении; и смешанная, объединяющая различные по статусу мотиваторы.

Определена типология прецедентно мотивированных заглавий, обоснован когнитивный статус мотиваторов заглавий и в соответствии с информационным критерием выделены прецедентные мотиваторы номинации произведений. Проанализирована функциональная природа прецедентной мотивации заглавий, исследованы сферы источников прецедентности. Выделены заглавия, для которых характерна псевдомотивация – произвольная связь ономаσιологических признаков и содержания номинативной единицы.

Выводы, полученные в результате анализа материала, способствуют углублению прагматического осмысления ономастических единиц, расширяют границы общей теории имен собственных. В перспективе возможен сравнительный анализ мотивации заглавий художественных произведений в диахронном плане.

*Ключевые слова:* заглавие художественного произведения, пропозиционно-диктумная мотивация, ассоциативная мотивация, модусная мотивация, прецедентная мотивация, псевдомотивация.

LYUDMILA YULDASHEVA

TITLES OF THE WORKS IN MODERN UKRAINIAN LITERATURE:  
MOTIVATIVE ASPECT

The article deals with the motivation peculiarities of modern Ukrainian works. The aim of the article is to introduce the motivation typology of such titles. Main research methods are linguistic description of lingual facts and cognitive-onomasiologic analysis. The main motivation types of titles are defined according to their motivating character and the mode of their image in the title.

The typology of precedent motivated titles is defined, cognitive status of title motivators is proved, precedent motivators in naming are highlighted in accordance with informative criterion. The titles with pseudo nomination free connection of onomasiological features and the meaning of nominating unit are eliminated.

The consequences made after analyzing of the material give the opportunity to broaden pragmatic understanding of onomastic units, expand the borders of the general theory of proper nouns. An interesting aspect in the prospect can become a comparative analyses of title motivation in the diachronic approach.

*Key words:* title of a work, propositional and dictum motivation, associative motivation, modus motivation, precedent motivation, pseudo motivation.

Одержано 17.03.2016 р.