

1. Аджубей А. Войнич живет в Нью-Йорке / А. Аджубей // Комсомольская правда. – 1955. – 2 декаб. – С. 3.
2. Дудина Т. А. Приемы изобразительного искусства в романе Э. Л. Войнич «Овод» / Т. А. Дудина // Актуальные проблемы науки и образования : сб. науч. тр. / под общ. ред. А. В. Шатиловой. – Балашов : Николаев, 2004. – С. 45–46.
3. Мітягіна С. С. Вплив життя та творчості Сократа на формування світогляду головного героя роману Етель Войнич «Овід» / С. С. Мітягіна // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету ім. Івана Огієнка: Філологічні науки. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2009. – Вип. 18. – С. 265–269.
4. Мітягіна С. С. Проблема встановлення історичного прототипу Овода в однойменному романі Е. Войнич / С. С. Мітягіна // П'яті педагогічні читання пам'яті М. М. Дарманського: проблеми освіти в контексті гуманізації суспільства: матеріали всеукр. наук.-практ. конф. (Хмельницький, 2 квіт. 2010 р.). – Хмельницький : ХГПА, 2010. – Т. 1. – С. 127–130.
5. Таратута Е. А. Этель Лилиан Войнич. Судьба писателя и судьба книги / Е. А. Таратута. – М. : Художественная литература, 1964. – 268 с.
6. Arthur Boole (1859–1935) [Електронний ресурс] : сайт «Boole Ancestors & Descendants». – Режим доступу: <http://www.freewebs.com/boole-family/arthurboole.htm>.
7. Charles Boole and his family [Electronic recourse] : сайт «Boole – Ancestors & Descendants». – Mode of acces: <http://www.freewebs.com/boole-family/charlesboole.htm>.

MITYAGINA S. S.

Khmelnytskyi regional institute of postgraduate pedagogical education

**IN SEARCH OF THE PROTOTYPE OF THE PROTAGONIST  
OF THE NOVEL BY ETHEL VOYNICH “THE GADFLY”:  
A FAMILY VERSION OF THE ORIGIN OF THE IMAGE OF ARTHUR BURTON**

**Summary**

*A new hypothesis regarding defining a historical prototype of the protagonist of the novel by Ethel Voynich “The Gadfly” is proposed. It is suggested that the image of young Arthur Burton had a real prototype – the writer’s cousin Arthur Boole. It is proved that the similarity between him and the character of the novel embraces both external characteristics and their inner world. A number of arguments in favor of this hypothesis are suggested.*

**Key words:** *Ethel Voynich, Gadfly, Arthur Burton, Arthur Boole, prototype.*

УДК 811.111:81

МОЦНА Л. С.

Хмельницький національний університет

**МЕТАФОРИЗАЦІЯ ЗАГОЛОВКУ ТВОРУ МИСТЕЦТВА:  
КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ**

**Анотація**

*У статті розглянуто когнітивний аспект та механізми функціонування заголовків творів мистецтва, проаналізовано функціональні характеристики заголовків та виявлено зв'язок процесів метафоризації із особливостями створення й інтерпретації творів мистецтва.*

**Ключові слова:** когнітивний аспект, механізми функціонування, етапи метафоризації, функції заголовків.

Дослідження питання заголовка входить у коло інтересів багатьох лінгвістичних дисциплін, таких як стилістика, лінгвістика тексту, семіотика, граматики, когнітивна лінгвістика. На початку ХХ ст. дослідження заголовка входило в коло питань переважно стилістики й синтаксису. У сучасній науці накопичено досить великий досвід вивчення заголовків із позицій літературознавства та лінгвістики тексту (М. І. Гальперин, Л. Ф. Грицюк, В. А. Кухаренко) [3; 4; 9]. Проводилися дослідження структурно-синтаксичних особливостей заголовка поетичних (Л. Ф. Грицюк, Ю. Ю. Данилова) [4; 5], художніх (Р. А. Будагов, Н. О. Кожина, Д. Н. Медриш) [1; 8; 10], газетних (А. А. Негрышев) [11] творів. Розглядалися проблеми функцій заголовків (Т. В. Васильєва, А. М. Коваленко) [2; 7], роль заголовків у мовленнєвій поведінці (А. М. Калюта) [6].

Подальші спроби вивчення заголовка відбуваються в світлі когнітивних досліджень та присвячені вивченню заголовка тексту як багатофакторного глибинного утворення, форму і семантику якого визначають когнітивні принципи, що лежать в основі його функціонування.

Заголовок є невід'ємною частиною твору мистецтва й розкриває його глибинну сутність. Заголовок як компонент композиційної структури твору має за мету виразити основну ідею твору мистецтва, встановити контакт та привернути увагу реципієнта, викликати зацікавленість, вразити. У той же час заголовок актуалізує найбільш важливу інформацію повідомлення та слугує дієвим засобом впливу на її сприйняття реципієнтом.

**Метою статті** є вивчення функціонально-когнітивного аспекту метафоризації заголовку твору мистецтва, що відповідає основному напрямку розвитку когнітивної лінгвістики.

**Актуальність дослідження** обумовлюється зміною засобів та характеру впливу на реципієнта твору мистецтва, зміною прагматичної спрямованості твору і мистецтва в цілому. Серед основних завдань виділяємо наступні:

- вивчення принципів і механізмів метафоризації заголовків творів мистецтва;
- визначити основні функції заголовків творів мистецтва;
- встановити частку метафоризованих заголовків творів мистецтва.

У контексті мистецтвознавства заголовок можна розглядати з наступних позицій, основними із яких є:

- розглядання заголовку як складової частини твору мистецтва, що має знакову сутність і належить до знакових систем, відповідає принципам семіотики;
- заголовок є об'єктом дослідження лінгвістики тексту, його розглядають як компресовану форму мовлення, певний змістовий згусток твору мистецтва;
- когнітивно-функціональний підхід до вивчення заголовка передбачає виявлення як лінгвістичних, так і екстралінгвістичних факторів, що визначають вибір форми і семантики заголовка через призму процесів розуміння твору мистецтва і функцій заголовка з урахуванням контексту того чи іншого виду, напрямку або течії мистецтва.

Вивчаючи заголовок як лінгвістичне явище, дослідники переважно звертають увагу на механізм функціонування заголовка лінгвістичного тексту, на вивчення співвідношень заголовок – текст, ступінь ізоморфізму пропозиціонального змісту заголовка й основного тексту [11, с. 97], у той час як заголовки творів мистецтва залишаються поза увагою. Для розуміння механізмів функціонування заголовків творів мистецтва необхідно враховувати як

лінгвістичні особливості функціонування заголовків, що мають мовну форму вираження, так і екстралінгвістичні, що притаманні творам мистецтва, оскільки в структурі мистецького твору заголовок є важливим елементом.

Вивчення заголовка крізь призму його функцій у системі «адресант – адресат (митець – реципієнт)» є важливим із погляду з'ясування механізмів формування та функціонування цього компонента твору мистецтва та визначення його прагматичної спрямованості для успішної комунікації. Заголовок є одним із небагатьох лінгвістичних елементів у знаковій мові мистецтва. Функції заголовків поєднують такі, що притаманні заголовкам мовних текстів, і ті, що притаманні функціям заголовків творів мистецтва.

Основним принципом і механізмом утворення заголовків є когнітивно-функціональний [2, с. 169]. Описуючи функції заголовків творів мистецтва, ми враховуємо те, що мистецтво є вторинною моделюючою системою, мовною надбудовою, й апелює не стільки до лінгвістики, як до семантики через свою знакову сутність та до когнітології через пізнавальні особливості сприйняття. Когнітивна функція є вихідною по відношенню до інших функцій заголовка й самого твору мистецтва, що обумовлено насамперед екстралінгвістичною сутністю твору мистецтва та частково його заголовка. Із когнітивною функцією пов'язана комунікативна, оскільки комунікація відбувається на основі процесів пізнання, необхідних для усвідомлення змісту твору із подальшою його інтерпретацією в мистецтвознавчому дискурсі, учасниками якого є митець, критики, глядачі та інші реципієнти художнього твору. Оцінна функція є результатом пізнання змісту художнього повідомлення та вироблення до нього певного ставлення залежно від індивідуальних особливостей сприйняття. Концептуальна функція є віддзеркаленням результатів пізнавальних процесів, що долучилися до сприйняття твору із подальшим виробленням концептів та уявлення про світ митця.

Ізоморфізм когнітивної та суміжних із нею функцій заголовка і самого твору мистецтва обумовлений універсальністю етапів пізнавальної діяльності суб'єкта пізнання, специфікою мистецтва та його напрямів і течій та здатністю заголовка відображати знакову сутність мистецтва.

Серед основних функцій заголовка твору мистецтва виділяємо наступні:

– **когнітивна** функція, яка полягає в тому, що митець, який створив твір, сприймає світ у тому чи іншому світлі й виражає це сприйняття як у самому творі, так і в його заголовку. Із іншого боку, реципієнт сприймає твір мистецтва завдяки мисленню та когнітивним процесам сприйняття;

– **пояснювально-інтерпретуюча** розкриває зміст мистецького артефакту;

– **комунікативна** функція виражається в співвідношенні митець – реципієнт твору.

Твір мистецтва – це певна знакова система, що має свій код, «ключ» до якого втілений в особливостях даної культури, її змісті. Маючи код до художнього твору, реципієнт здатен сприймати інформацію про твір і мати певне судження про нього у вигляді критичної літератури тощо. Таким чином відбувається комунікація;

– **інформативна** функція полягає у вираженні інформації про предмет, факт, подію чи емоції твору. Заголовок містить опорні елементи, які забезпечують висвітлення основного змісту повідомлення, однак залишають поза увагою окремі деталі повідомлення;

– **художньо-концептуальна** функція дозволяє побачити в заголовку та в самому художньому творі уявлення митця про світ у цілому. Цілісна концепція подана в формах, які чуттєво сприймаються, в них емоційно втілені уявлення про світ, людину та місце людини в світі;

– **номінативна** функція полягає в лінгвістичному позначенні тих концептів та уявлень, які втілені в самому творі в формі картини, скульптури, фотографії тощо;

– заголовок має **графічно-видільну** функцію, що полягає в обмеженні заголовку від предмету зображеного;

– **експресивна** має на меті заінтригувати й зацікавити читача, характеризує особу митця та художній твір;

– виконуючи **оцінну** функцію, заголовок експліцитно або імпліцитно виражає оцінку адресантом інформації, явищ, емоцій, про які йдеться в мистецькому творі;

– **актуалізуюча** вмикає мислення реципієнта, викликає певні асоціації між заголовком та самим твором;

– **інтригуюча** функція властива заголовкам, які спонукають реципієнта до певного тлумачення змісту;

– із функцією **впливу**, що пов'язана з безпосереднім зверненням до реципієнта художнього твору, виробляється певне соціальне ставлення до змісту повідомлення;

– **сугестивна** функція полягає в тому, що заголовок як компресована форма «тексту» мистецького твору навіює певний склад думок та почуттів та діє безпосередньо на почуття того, хто сприймає. Це здатність впливати на особистість, вдосконалюючи чи руйнуючи її.

Ці функції представлені більшою чи меншою мірою в кожному окремому заголовку залежно від таких чинників: концептуальної картини світу митця, мети мистецького повідомлення, мистецького напрямку та тенденцій тієї чи іншої епохи, виду та жанру мистецтва, прагматичної спрямованості твору.

Наприклад, у картині імпресіоніста *Claude Oscar Monet «Lady in the garden»* через концептуальну картину світу митця, який переживав складні часи в момент створення твору мистецтва, втілена концепція самотності у вигляді одинокої дами в білому вбранні на фоні літнього саду. Когнітивна, концептуальна, номінативна, сугестивна та інформативна функції заголовку представлені більшою мірою, ніж інші.

Своїм твором *«Scream»*, як і його заголовком, експресіоніст *Edvard Munch* намагався справити враження, що притаманно творчості експресіоністів у цілому. Домінуючими функціями заголовка цього твору є: експресивна та сугестивна.

Значно важче визначити будь-які інші окрім номінативної та графічно-видільної функції в творі *Казимира Малевича «The Black Square»*. Подекуди заголовки не мають лексичного вираження, наприклад *Jackson Pollock «No. 5»*.

У живописі абстракціоністів та інших авангардних напрямків заголовок виконує пояснювально-інтерпретуючу функцію, оскільки досить часто буває важко розрізнити, що саме зображено на картині через особливості сприйняття тих чи інших об'єктів та явищ митцем та бажання передати подекуди не сам об'єкт, а емоції пов'язані з ним. Розуміння змісту картини також ускладнюється через різні когнітивно-прагматичні підходи в мистецтві, наприклад, аналітичний та синтетичний кубізм. Прикладами є наступні твори: *Helen Frankenthaler «Mountains and Sea»*, *Hans Hoffman «The Gate»*, *Georges Braque «Woman with a guitar»*, *Juan Gris «Still Life with Fruit Dish and Mandolin»* тощо. Прикладом заголовка, що виконує пояснювально-інтерпретуючу функцію є скульптура *Umberto Boccioni «Unique Forms of Continuity in Space»*.

Інколи заголовок виконує **узагальнюючу** функцію. Наприклад, у відомого представника поп-арту *Енді Ворхола (Andy Warhol)* предметом зображеного на деяких картинах є його реалістичний автопортрет із різними надписами на кожному, наприклад: *«Everybody must have a fantasy»* із заголовком *«Fantasy»* або *«But I always say one's a company, two's a crowd and three's a party»* із заголовком *«Three's a party»*.

Заголовки багатьох творів сучасного мистецтва виконують інтригуючу функцію. Наприклад, заголовки творів митців сучасного живопису *«The Kiss» (Rabi Khan)*, *«Tequila Sunrise»*

(*Mallet M.K.*), “*Sunburst of Flowers*” (*Mercy Lang*) викликають здивування та подив. У зв’язку із індивідуально-авторським тлумаченням предметів, явищ оточуючого світу, через призму індивідуальних концептуальних і художніх картин світу, емоцій і настроїв, втілюваних у кожному окремому творі за допомогою матеріалів (фарба, глина тощо), часто важко зробити висновок про предмет зображуваного на основі заголовку твору. У багатьох заголовках сучасних творів мистецтва використовуються метафори, гра слів та інші мовні засоби, що привертає увагу та створює інтригу для реципієнта твору мистецтва.

Заголовок відіграє свою роль на всіх етапах сприйняття твору мистецтва. Заголовки творів мистецтва є поліфункціональними. Будь-який заголовок виконує декілька функцій. Наприклад, заголовок “*Eyes on the Sky*” (*Alfred Gockel*) водночас виконує наступні функції: когнітивну, художньо-концептуальну, експресивну, інтригуючу та інші, які є другорядними по відношенню до перерахованих вище. А в заголовку картини реалістичного напрямку “*Sunset at sea*” (*Alfred Stevens*) домінуючими функціями є наступні: номінативна, інформативна, графічно-видільна.

Домінування функції заголовків творів залежить від чинників: концептуальної картини світу автора, мистецького періоду, напрямів та течій, тому необхідно дослідити питання:

– які мовні засоби використовують автори у назві твору для того, щоб привернути увагу до самих творів;

– до яких напрямів належать твори, автори яких використовують різні мовні засоби для створення ефекту образності та емоційного впливу.

Проаналізувавши більше 500 заголовків творів мистецтва, що належать до різних мистецьких періодів, напрямів та течій, було з’ясовано, що наступні мовні засоби та стилістичні прийоми використовуються найчастіше:

– **метафора**: *Mercy Lang* “*Sunburst of Flowers*”, *Ronnie Landfield* “*Rite of Spring*”, *Pieter Bruegel the Elder* “*The triumph of death*”, *Edvard Burne-Jones* “*The heart of the rose*”, “*The lonely pine*” (*George Inness*), “*Tequila sunrise*” (*Mallet M.K.*), “*Meeting in the middle*” (*Ruth Palmer*), “*Life is a beach*” (*Mary Calkins*), “*Hidden Depth*”, “*Tides of eternity*”, “*Fierce grace*” etc;

– **метонімія**: “*The hat makes the man*” (*Max Ernst*), “*The city rises*” (*Umberto Boccioni*);

– **персоніфікація**: “*You are a perfect crime*” (*Barbara Kruger*), “*The liberty leading the people*” (*Eugene Delacroix*), “*The dance of youth*” (*Andy Warhol*), “*City that never sleeps*”;

– **енімет**: “*The golden isles*”, “*The yellow baron*” (*Jonathan Meese*), “*Sculptural face*” (*Pablo Picasso*), “*The dark Tower*” (*John Howe*), “*Starry night*” (*Vincent Van Gogh*), “*Eternal kiss*”, “*Evening Glory*”;

– **повторення**: “*New York New York Brooklyn Bridge*” (*Henri Silberman*), “*Picky Picky*” (*Cynthia Lake*).

Окрім зазначених тропів серед у ролі заголовків виступають вигуки (“*B-r-r-r-r!*” *Konrad Wothé*), цифрові знаки (“№ 5” *Jackson Pollock*) тощо.

Серед усіх мовних засобів метафора займає чільне місце як за якісними показниками, так і за кількісними. Разом з тим слід зауважити, що на фоні широкого використання стилістичних засобів та тропів у заголовках, специфіка вживання образотворчих і виразних засобів визначається, здебільшого, на основі показників частотності їх вживання. З 500 проаналізованих заголовків картин та фотографій тропи і стилістичні засоби займають 14 %, а саме: метафора – 7 %, епітети – 2 %, персоніфікація – 2 %, метонімія – 1 %, інші – 2 %.

Найбільшу кількість метафор зустрічаємо в назвах картин та фотографій сучасних митців: 55 % та 45 % відповідно. Серед напрямів мистецтва, заголовки творів яких містять метафори, основними є: абстракціонізм, експресіонізм, поп-арт, імпресіонізм тощо. У цих напрямках заголовки засобом вираження концептуального бачення світу митцем.

Залежно від особливостей заголовку (наявності метафор та інших засобів вираження) у кожному конкретному заголовку домінуватиме та чи інша функція. Наявність метафор у заголовку пов'язана з когнітивними процесами сприйняття, осмислення і перетворення об'єкта зображення, виділення в ньому окремих ознак, їх гіперболізація, спрощення або спотворення. Наявність заголовків-метафор є результатом не лише бажання автора надати заголовку привабливого звучання, а пов'язана з особливим художньо-концептуальним підходом до життя, мистецтва, що відображається в творі та його заголовку.

Метафоризація заголовку є складним когнітивним процесом невіддільним від створення самого твору. Етапи метафоризації заголовку зображуваного твору наступні:

- споглядання об'єкта зображення та отримання інформації про нього;
- сприйняття інформації про об'єкт;
- обробка інформації про об'єкт та виділення в ньому суттєвих ознак необхідних для відтворення авторського світобачення;
- узагальнення інформації та створення образу в свідомості;
- надання образу метафоричного змісту шляхом виявлення і зіставлення ознак притаманних неоднорідним поняттям і явищам;
- графічно-зображувальні дії для відтворення створеного образу на картині, фотографії, у скульптурі тощо;
- найменування об'єкта зображення є підсумковою, узагальнюючою дією по відношенню до вищеназваних й відображає зміст об'єкта.

Метафоризація заголовку є невіддільним від створення образу в свідомості митця та відтворення цього образу в творі мистецтва процесом. Заголовку, таким чином, надається особливе когнітивно-концептуальне значення, що відображає у творі мистецтва художнє світобачення життєвих реалій митцем. Метафора є не лише лінгвістичним явищем, тропом, фігурою образності, а й важливим елементом процесу створення твору мистецтва, що ми бачимо на прикладі заголовків творів мистецтва. Серед основних функцій заголовків творів мистецтва є когнітивна та комунікативна, оскільки заголовок як складова частина твору мистецтва належить до комунікативної системи мови мистецтва. Метафоризація заголовку слугує успішним засобом реалізації прагматичної спрямованості твору й сучасного мистецтва.

Перспективним видається дослідження морфологічних, семантичних, синтаксичних особливостей метафоризованих заголовків.

### Список використаної літератури

1. Будагов Р. А. Поэтика заголовков в «Дон-Кихоте» Сервантеса / Р. А. Будагов // Писатели о языке и язык писателей. – М. : МГУ, 1984. – 280 с.
2. Васильева Т. В. Когнитивные механизмы формирования и функционирования заголовка / Т. В. Васильева // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – М. : ВМУ, 2006. – № 1. – С. 154–171.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 138 с.
4. Грицюк Л. Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка / Л. Ф. Грицюк // Мовознавство. – Київ, 1989. – № 5. – С. 55–58.
5. Данилова Ю. Ю. Заглавия как «тексты-примитивы» (на материале поэтических текстов З. Н. Гиппиус) / Ю. Ю. Данилова // III Международные Бодуэновские чтения: И.А. Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания. – Казань : изд-во Казан. ун-та, 2006. – Т. 1. – С. 69–72.

6. Калюта А. М. Заголовок как индикатор речевого поведения / А. М. Калюта // Методология исследования политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. – Минск, 2000. – Вып. 2. – С. 157–164.
7. Коваленко А. М. Поліфункціональний характер заголовка журнального мікротексту-повідомлення (на матеріалі тижневика Newsweek) / А. М. Коваленко // Філологічні науки : зб. наук. праць. – Суми : вид-во СумДПУ, 2002. – С. 168–175.
8. Кожина Н. А. Семантика и структура заголовка / Н. А. Кожина. – М., 1984. – С. 56–62.
9. Кухаренко В. А. Интерпретация текста / В. А. Кухаренко. – М. : Просвещение, 1988. – 188 с.
10. Медриш Д. Н. Чингиз Айтматов: Поэтика заглавий / Д. Н. Медриш // Проблемы художественности и анализ литературных произведений. – Пермь, 1989. – Вып. 1. – С. 17–19.
11. Негрышев А. А. Прагматика новостного газетного заголовка: механизмы преобразования информации в системе «заголовок – текст» / А. А. Негрышев // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – М. : ВМУ, 2006. – № 1. – С. 97–109.

MOTSNA L. S.  
Khmelnysky National University

## METAFORIZATION OF THE HEADING IN THE WORK OF ART: COGNITIVE ASPECT

### Summary

*The cognitive aspect of functioning and the mechanism of the artifacts titles creation have been investigated in this paper. The functional characteristics of the titles and the connection between the processes of metaphorisation and the peculiarities of the artifacts titles formation have been under analysis.*

**Key words:** *cognitive aspect, mechanisms of functioning, stages of metaphorisation, heading.*

УДК 81'255.4=111=161.2

ПАНЧЕНКО В. В.  
Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка

## ПОНЯТТЯ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ В ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВІ І ПЕРЕКЛАДІ

### Анотація

*У статті здійснено огляд поняття інтертекстуальності в літературознавчому і перекладознавчому контексті, підходу до цієї проблеми зарубіжними та вітчизняними науковцями і пошуку полівалентності у художніх творах, адже багато авторів не прагнули показати свою моновалентність (геніальність), але їхньою родзинкою стала оригінальність й новизна ідей.*

**Ключові слова:** *інтертекст, інтертекстуальність, полівалентність, моновалентність, літературознавство, переклад.*

На сучасному етапі вплив новітніх літературознавчих теорій на формування теорії перекладу, зокрема художнього, визнається беззаперечною умовою її розвитку. Інтертекстуальність є найвиразнішою ознакою постмодернізму та досить розповсюдженим явищем у літературі, журналістиці, рекламі та засобах масової інформації. Однією з найактуальніших літературознавчих теорій сьогодення є теорія інтертекстуальності.