

**ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД
КАК СПОСОБ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ЗАГЛАВИЙ
(на материале англоязычных стихотворений для детей)**

Самарский государственный университет

Название художественного текста всегда находилось в центре внимания исследователей-филологов в силу некой своей загадочной неопределенности. Так, до сих пор спорным остается вопрос о взаимодействии заглавия и текста произведения; ведутся дискуссии по поводу синтаксического статуса заглавия и т.д. Заглавия поэтических произведений, предназначенных для детей, представляют собой отдельную группу номинативных единиц, имеющую свои специфические свойства.

Вслед за И.А. Сыровым, мы будем рассматривать заглавие как “коммуникативную единицу, которая находится в позиции перед текстом, является его названием, синтаксически оформляется как предложение, прямо или косвенно (через образные средства языка) указывает на содержание текста и отграничивает данное речевое произведение от другого” [1: 59].

На наш взгляд, заглавие, в первую очередь, является именем текста, которое выделяет тот текст, которому принадлежит, в ряду всех других текстов. Название – обязательный компонент любого текстового произведения, который является его отличительным признаком. Заглавие также способно эксплицитно или имплицитно выражать главную идею текста, основной замысел и идею его создателя и, тем самым, устанавливать контакт с потенциальным читателем. Подчас не имея представления ни об авторе, ни о произведении, мы делаем свой выбор, полагаясь только на собственное восприятие заглавия. Это своего рода первое слово в диалоге автор – читатель.

Н.Г. Елина, изучая заглавия англоязычных художественных текстов, исходила из того, что правильное прочтение любого произведения предполагает “мысленное выдвижение содержательных гипотез относительно воспринимаемого сообщения, формирование А-программы (антиципационной программы)” [2: 26]. Причем первым шагом в формировании так называемой А-программы является именно восприятие заглавия. По мнению исследователя, адекватная интерпретация названия может служить залогом успешного понимания текста всего произведения.

Восприятие заглавия представляет собой выделение “семантики означаемого” и ее дальнейшую оценку читателем по степени информативности. Автором было выделено 7 типов заглавий широкого понятийного объема: 1) лица; 2) времени; 3) места; 4) предмета; 5) событийного ряда; 6) символа и аллегии; 7) смешанные (различные комбинации 1-6 типов),

каждый из которых по степени информативности может быть ориентирующим, ограниченно-ориентирующим или дезориентирующим. Таким образом, основное внимание исследователя обращено на психолингвистический аспект проблемы. При таком подходе нет заголовков, которые не ориентируют на восприятие какой-либо тематики, не создают никакой установки [2: 27-28].

Учитывая специфику целевой аудитории, для которой предназначен исследуемый нами массив англоязычных поэтических произведений, такой способ прочтения заглавий представляется вполне обоснованным.

Так, группа заглавий с обозначением “лица” фокусирует внимание читателя на главных героях, речь о которых ведется в произведении. Среди них встречаются названия, представленные прецедентными именами, употребление которых связано “...или 1) с широко известным текстом, относящимся, как правило, к числу прецедентных, или 2) с ситуацией, широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная” [3: 28]. К числу таких примеров нашей выборки можно отнести: *King Charles II* (J. Wilmot, Earl of Rochester), *Henry VIII* (E. Farjeon), *Argus and Ulysses* (E. Farjeon), *Cleopatra* (S. Cowling). Следует отметить, что заглавия, выраженные прецедентными именами, чаще всего носят ориентирующий характер, т.к. представляют собой имена реально существовавших людей, оставивших след в истории; соответственно, время и место действия можно отнести к определенной эпохе.

Необходимо заметить, что здесь встречаются исключения. На наш взгляд, название *Cleopatra* предполагает историческое повествование о жизни величественной египетской царицы. Тем не менее, в самом стихотворении речь идет о кошке, ведущей поистине царский образ жизни, и заглавие в данном случае становится дезориентирующим.

Заглавия, обозначающие главных действующих лиц, могут также носить условный характер. Так, в названиях стихотворений *Brendan Gallacher* (J. Kay), *Kirk Deighton* (B. Moses), *Peter Grimes* (G. Crabbe), *For Naomi* (M. Rosen), *Sally* (P. Hesketh) фигурируют имена вымышленных героев. Нам представляется, что все они являются ограниченно-ориентирующими: их вынесение в заглавия предполагает особую роль, сыгранную героями в жизни поэтов, вызывая при этом лишь появление гипотезы относительно самого содержания текста.

Ограниченно-ориентирующими являются также заглавия, которые отражают профессию героя, его привычки или принадлежность к определенной национальности. Например, *Family Doctor* (J. Larmont), *The Blacksmith* (R. Edwards), *Chocoholic* (C.A.Duffy), *Sassenachs* (J. Kay).

В нашей выборке были зафиксированы случаи, когда поэт выносит в заглавие своего произведения название какого-либо временного отрезка. Например, в роли “заглавия времени” может выступать целая историческая эпоха: *At the End of World War Two* (W. Magee). В данном случае за-

главие носит ориентирующий характер, поскольку ассоциативное мышление читателя предполагает не только радость по окончании войны, но и горечь утрат, разрушений.

Ориентирующими, по нашему мнению, являются также заглавия времени, называющие определенный праздничный день в году. Как известно, праздники, независимо от того, являются они религиозными или светскими, вызывают у людей (а у детей особенно) положительные эмоции. Поэтому названия таких стихотворений заранее формируют у читателей позитивный настрой. Примерами могут служить *Halloween* (R. Stevens), *Christmas Daybreak* (C. Rossetti), *Mother's Day* (R. Stevens).

В заглавиях стихотворений могут также фигурировать названия времен года (*Autumn* (A. Henri), месяцев (*January* (J. Updike), *November* (J. Foster); могут быть указаны конкретные дни недели и время суток (*Monday Morning 10 a.m.* (J. Carter), *Saturday Evening* (N. Toczec). Однако в силу большой неопределенности они являются ограниченно-ориентирующими.

В группе заглавий, обозначающих место действия, нами, во-первых, были выделены названия-топонимы, указывающие реально существующие локусы (*The Banks o' Doon* (R. Burns), *River Don* (B. Moses). Благодаря присущей им точности у читателя вырабатывается представление о содержании самих текстов произведений, которые, как правило, посвящены описанию названных мест.

Вторая подгруппа данного типа заглавий представлена либо недостаточно конкретными обозначениями места действия (*By the Lake* (T. Lucas), *At Cider Mill Farm* (D. Harmer), либо вымышленными названиями (*The Land of Story-Books* (R.L. Stevenson), *On Some Other Planet* (J. Rice). На наш взгляд, ограниченно-ориентированный характер подобных заглавий призван обеспечить успешную реализацию аттрактивной функции, т.е. привлечь особое внимание потенциальных читателей.

Заглавия предмета или явления называют центральный объект, вокруг которого развивается действие. Указание на объект повествования может быть распространенным, и в этом случае легко ориентирует на понимание произведения, например: *The Feeling of Snow before the Snow Itself Falls* (D. Bateman). В случае лапидарной формы заглавия читатель вынужден строить собственную гипотезу, относительно содержания стихотворения: *Days* (B. Moses), *Nativity* (J. Dean).

Заголовки событийного ряда являются наиболее подробными и детальными: это своего рода аннотация текста. С точки зрения синтаксического оформления они представляют собой простое или сложное предложение, в котором в сжатой форме излагается основное содержание произведения. В качестве примеров приведем следующие заглавия: *Oh, I Wish I'd Looked After My Teeth* (P. Ayres), *How to Successfully Persuade Your Parents to Give You More pocket Money* (A. Shavick), *Why Old People Say the*

Things They Do When Young People Ask Them How They Are (L. MacRae). Основной целью названий данного типа является сообщение большей информации читателю, они обладают высокой степенью информативности.

“Заголовки символа и аллегии слабее других влияют на формирование определенной содержательной гипотезы, т.к. всегда требуют высокого уровня общеобразовательной подготовленности читателя” [2: 29]. Заметим, что символ и аллегория образуют свои переносные значения на основе того, что мы ощущаем родство, связь между тем предметом или явлением, которые обозначаются каким-то словом в языке, и другим предметом или явлением, на которое мы переносим это же словесное обозначение. Заглавия этой группы также способны ориентировать на восприятие определенной тематики. Например, название стихотворения *Swimming Teeth* (J. Agard) олицетворяет страшного, кровожадного хищника – акулу и, соответственно, угрозу для жизни. В заглавии *The Pumpkin Head* (J. Green) фигурирует один из основных символов популярного в англоязычных странах праздника Хеллоуин – тыква, что предполагает возникновение у читателя ассоциаций с исторически сложившимися традициями: маскарадными костюмами, угощениями, розыгрышами и т.д.

Заголовки смешанного типа представляют собой комбинации разных по понятийному содержанию видов названий. Так, в заглавиях *The Adventures of Isabel* (O. Nash), *A Birthday Poem for Rachel* (J. Simmons) наблюдается сочетание заглавий лица и темы/явления; в заглавии *Mary Celeste – High Street, Monday, 8.32 a.m.* (D. Orme) – находит свое отражение комбинация заглавий лица, места и времени. Заглавия смешанного типа, как правило, прямо указывают на содержание текста, поэтому их степень информативности является достаточно высокой.

Следует отметить, что предлагаемая типологическая классификация не претендует на универсальность. Тем не менее, выделение основного семантического сегмента внутри заглавия поэтического произведения и его последующая оценка по степени информативности превращают самостоятельное изучение текста в активный творческий процесс.

Библиографический список

1. Сыров, И.А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста / И.А. Сыров // Филологические науки. – 2002. – №3. – С. 59-68.
2. О возможности классификации заголовков текстов на основании психолингвистических критериев // Вопросы романо-германского языкознания. Семантика и синтаксис. – Вып. 8. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1986. – С. 25-30.
3. Гудков, Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности / Д.Б. Гудков. – М.: изд-во Моск. ун-та, 1999.