

Г.В. Кузнєцова

канд. філол. наук

доцент

Житомирський державний
університет імені Івана Франка

ОСОБЛИВОСТІ АКТУАЛІЗАЦІЇ ФРАЗЕОЛОГІЧНОЇ ОДИНИЦІ - ЗАГОЛОВКА У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

Використання фразеологічних одиниць (далі ФО) для озаглавлення – доволі частотне явище в європейській літературі XIX-XX століть. Заголовок – це рамковий знак, що вимагає обов’язкового повернення до себе після завершення читання художнього тексту та який нарощує об’єм свого значення за рахунок безлічі контекстуальних значущостей найрізноманітніших мовних одиниць [2: 50]. Заголовок водночас конкретизує і узагальнює значення. Перше забезпечується за рахунок віднесеності заголовка до певної ситуації, яка представлена в тексті, і відрізняється від звичайної контекстуальної реалізації значення тим, що відбувається в умовах розриву між появою форми та її осмислюванням. Крім того конкретизація значення заголовка надходить не одноразово, а поетапно. Узагальнення значення заголовка пов’язана з тим, що до його тлумачення входять значущості різних елементів художнього тексту, що дозволяє значенню, пройшовши конкретизацію, набути узагальнюючого характеру. Отже, семантичні перетворення заголовка відбуваються тільки у зв’язку з впливом всієї художньої системи цілого тексту [2: 51].

Непорушність образної основи тексту в умовах вживання ФО-заголовка в трансформованому вигляді можна пояснити з позицій теорії контекстуального каркаса (“contextual frame theory”) [3: 158-162; 4: 34-37]. Ця теорія пояснює в загальному вигляді, як читач може відтворити у своїй свідомості сцену з частинок контекстуальної інформації, присутньої в тексті, але не повтореної в наступних реченнях. Якщо матеріал тексту є в певній

мірі обмеженим в будь-якому реченні, то ширше й глибше “повідомлення”, втілене в цьому матеріалі, створюється та сприймається на основі когнітивного конструювання, поєднання інформації, отриманої з різних частинок тексту, з загальним обсягом знань кожного читача [4: 34].

Базовий фразеологізм, вжитий для озаглавлення роману “Room at the Top” (J. Braine), означає ‘місце на Олімпі, наверху’ (1: 641) і втілює концепт ВИСОКЕ СТАНОВИЩЕ. Теорія контекстуального каркаса пояснює, що свідомість як автора, так і читача зберігає втілений даною ФО образ протягом сприймання всього роману. Тому автор ще більше концентрує названий концепт, вживаючи ФО у скороченому вигляді для називання району, де знаходяться будинки найкращих та найвпливовіших громадян містечка Варлі, – *T’Top*. Тобто найбільш змістовно вагома частина базової ФО вживається як псевдо-географічна назва. Вираз *T’Top* набуває символічного змісту:

(1) *I congratulated myself on my good fortune... I was going to the Top, into a world that even from my first brief glimpses filled me with excitement: big houses with drives and orchards and manicured hedges...*[3:20].

(2) “*You live right at T’ Top, of course?*” [3: 63]

(3) *The houses were smaller in this quarter; the big house at the top of the road was the last outpost of the world of private swimming pools and poplars and new M.G.s* [3: 64].

У наведених прикладах прослідковується паралельна актуалізація прямого та метафоричного поняття *the Top*. Найчіткіше це експліковане у прикладі (2), де *at the top* також може сприйматися як метафора, яка експліцитно пояснюється в контексті цього речення: в ньому вжито інші вирази-концептори поняття НАЙКРАЩИЙ: *the world of private swimming pools, new M.G. s*. Текст роману містить 14 випадків актуалізації даного концепту, серед яких найвищою частотністю відзначено компонент базової ФО, яка використана в заголовку роману “Room at the Top”. Це свідчить про значний текстовий потенціал даного виразу, який завдяки заголовку

сприймається саме у фразеологічному, а не у прямому значенні, або реалізує обидва значення водночас. Тобто концепт, втілений у заголовку, в концентрованому вигляді актуалізується протягом всього тексту роману. Вирази з компонентом *the top* концептуально цементують роман зсередини, що є вираженням авторського задуму: в романі йдеться про те, до яких засобів доводилося вдаватися юнаку простого походження, щоб дістатися до верхівки суспільства та прокласти собі впевнено успішний шлях у житті.

В аналізованому тексті найменування *the Top* та *T'Top* можна розглядати як структурно-семантичну трансформацію базової ФО-заголовка ***Room at the Top***, причому в основі варіювання лежить структурне скорочення та концентрація образності. ФО-трансформ у тексті твору набуває здатності реалізувати інший концепт, і це явище можна розглядати як актуалізацію вторинної метафори. Текстові факти реалізації трансформу *the Top* мають всі ознаки концептуальної метафори, за Дж. Лакоффом [6]. Одна з ідей Дж. Лакоффа полягає в тому, що метафора виникає в думці, а не в мові, й метафоризація є важливою, необхідною частиною звичайного процесу концептуалізації світу та набуття життєвого досвіду.

Озаглавлення художніх текстів фразеологічними одиницями є цікавою авторською стратегією, яка включає також особливості використання ФО-трансформів в тексті цілого твору. Така актуалізація ФО в контексті твору створює цікаві контекстуальні та концептуальні зв'язки.

Literature

1. Англо-русский фразеологический словарь (АРФС) Сост. Кунин А.В. – М.: Русский язык, 1983. – 944 с.
2. Кухаренко В.А. Интерпретация текста: Учебн. пособие. – Л.: Просвещение, 1979. – 327 с.
3. Braine J. Room at the Top. – М.: Foreign Languages Publishing House. – 1961. – 272 p.
4. Emmott C. Narrative Comprehension: A Discourse Perspective. – Oxford: Clarendon Press, 1997. – P. 276 - 310.

5. Emmott C. Experience of Reading. Cognition, Style, Affect and Social Space // Textual Secrets. The Message of the Medium. Proceedings of the 21st PALA Conference (April 12-15, 2001). – Budapest: School of English and American Studies. Eötvös Lorand University, 2001. – P. 29-42.
6. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live by. – Chicago: Chicago University Press, 1980. – P. 241-242.