Materiallar to’plami · Conference Proceedings

“Iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy huquqlarni ta’minlash: global chaqiriqlar va milliy yechimlar(Fuqarolarning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy huquqlari: transmilliy muammolar va ularni hal etish mexanizmlari)”

IQTISODIY, IJTIMOIY VA MADANIY HUQUQLARNI TA’MINLASH: GLOBAL CHAQIRIQLAR VA MILLIY YECHIMLAR

01 October – 14 November 2026

UDK 81

Прагматические свойства названий художественных произведений

Шахнозахон Сохибжон кизи Жураева*

2-ой курс базовой докторантуры Ферганского государственного университета

✉ shahina.emranbek2809@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются прагматические свойства названий художественных произведений как сильной позиции художественного текста. На материале названий произведений классической и современной англоязычной литературы, в русле прагмалингвистического и когнитивно-дискурсивного подходов, выделяются и описываются основные функции заглавия: фатическая, воздействующая, прогностическая, оценочная и концептуализирующая. Особое внимание уделяется интертекстуальности как механизму, посредством которого эти функции реализуются. Показано, что название выступает не только как автономный речевой акт и носитель мотива интриги, но и как регулятор читательского восприятия, задающий прагматическую рамку интерпретации произведения в целом. Установлены отличия заглавий художественного дискурса от заголовков научного, публицистического и официального дискурсов

Ключевые слова

название художественного произведения, заглавие, прагматика, речевой акт, фатическая функция, аттрактивность, интертекстуальность, адресат, дискурс.

DOI: 10.5281/zenodo.23383229

Введение

Заглавие занимает особое место в структуре художественного текста: оно открывает произведение, относится к его сильным позициям [2] и является первым знаком коммуникации между автором и читателем. Ж. Женетт включает заглавие в состав паратекста — «порога» текста, через который читатель входит в произведение [11]. Л. Хёк определяет заглавие как совокупность языковых знаков, которые обозначают текст, указывают на его общее содержание и привлекают целевую аудиторию [12]. В этом определении уже заложены три прагматически значимых момента: номинация, ориентация и привлечение адресата.

Несмотря на значительное число работ по поэтике и стилистике заглавия, его прагматический потенциал остаётся описанным недостаточно полно: функции заглавия нередко рассматриваются изолированно, без учёта их динамики в процессе чтения. Этим определяется актуальность настоящего исследования.

Объектом исследования являются названия художественных произведений, предметом — их прагматические свойства и функции. Цель работы — выявить и описать основные функции заглавия как средства коммуникативного воздействия на адресата. Материалом послужили названия произведений классической и современной англоязычной литературы. В работе использованы

описательный и сопоставительный методы, контекстно-интерпретативный анализ, а также элементы прагмалингвистического и когнитивно-дискурсивного анализа.

Теоретические основания анализа

С позиций лингвистической прагматики название выступает как первичный речевой акт, направленный на установление контакта с адресатом и формирование его первичной установки. В терминах теории речевых актов [6; 7] в заглавии можно выделить локутивный аспект (номинация текста), иллокутивный (манифестация авторской интенции: привлечь внимание, обозначить тему, задать оценку) и перлокутивный (реакция читателя: интерес, ожидание, решение прочесть произведение). В концепции И. Р. Гальперина заглавие рассматривается как компрессированная автосемантическая единица, обладающая высоким информативным и суггестивным потенциалом [4, с. 112–115]. В прагматическом аспекте заглавие не просто номинирует текст, но и манифестирует интенцию автора, активизируя предвосхищающую фоновую информацию читателя. Согласно Н. Д. Арутюновой, речевое действие в художественном дискурсе направлено на трансформацию ментального состояния адресата, и в этом контексте название задаёт ценностную и смысловую рамку интерпретации [3, с. 136–137]. Тем самым заглавие участвует в формировании «горизонта ожиданий» читателя [10].

В когнитивно-дискурсивной перспективе заглавие представляет собой автономную прагматическую рамку, объединяющую коммуникативный замысел автора и рецептивную деятельность читателя. Такой подход позволяет рассматривать функции заглавия не как набор статичных признаков, а как последовательность когнитивно-прагматических эффектов, разворачивающихся в процессе чтения.

Фатическая и воздействующая функции

Фатическая функция (в терминологии Р. О. Якобсона [9]) и воздействующая (аттрактивная) функция формируют прагматическое ядро заглавия как средства коммуникативного воздействия. В условиях литературной рецепции заглавие призвано вызвать эмоциональный отклик, интригу и познавательный интерес. В. А. Кухаренко отмечает, что прагматика заглавия заключается в создании ситуативной неопределённости («мотива интриги»), которая провоцирует читательскую активность и стимулирует продолжение чтения [5, с. 88–91].

По способу номинации названия могут быть прямыми или косвенными номинативными знаками. К прямым относятся антропонимические названия (*Hamlet*, *Jane Eyre*, *Oliver Twist*, *David Copperfield*, *Emma*, *Robinson Crusoe*) и топонимические (*Wuthering Heights*, *Mansfield Park*, *Bleak House*, *Middlemarch*, *Barchester Towers*); их прагматика в основном сводится к идентификации объекта повествования и установлению контакта. Косвенные номинативные знаки — метафорические и оксюморонные названия — обладают более высоким аттрактивным потенциалом. Так, контрастные заглавия *Darkness Visible*, *Sweet Savage Love*, *Cold Comfort Farm*, *Big Little Lies* создают прагматический конфликт смыслов, заставляя читателя искать выдвинутый автором глубинный концептуальный подтекст.

Интертекстуальная и оценочная функции

Интертекстуальный компонент прагматики названий проявляется в использовании цитат, реминисценций и прецедентных имён, связывающих произведение с широким культурным контекстом. Как показывает Н. А. Фатеева, заглавие-аллюзия активизирует интертекстуальную память адресата, выстраивая диалог между прецедентным и новым текстом [8, с. 142–145]. Источники таких заглавий разнообразны: Библия (*East of Eden* — книга Бытия; *The Sun Also Rises* — Екклесиаст; *Absalom, Absalom!* — Вторая книга Царств), английская поэзия и драма (*The Sound and the Fury* — «Макбет» и *Brave New World* — «Буря» У. Шекспира; *Far from the Madding Crowd* — Т. Грей; *Tender Is the Night* — Дж. Китс; *For Whom the Bell Tolls* — Дж. Донн), фольклор (*All the King’s Men* — детская песенка о Шалтае-Болтае), аллегорическая проза (*Vanity Fair* — «Путь паломника» Дж. Беньяна). Прагматический эффект таких названий заключается во включении читателя в сложную когнитивно-эстетическую игру, где значение заглавия раскрывается постепенно по мере разворачивания сюжетного контекста.

Оценочный компонент выстраивает систему ценностных координат, через которую автор

транслирует эстетическую или этическую позицию к описываемым событиям и персонажам. Он отчётливо проявляется в заглавиях, построенных на оценочной лексике и антитезе абстрактных понятий: *Pride and Prejudice*, *Sense and Sensibility*, *Great Expectations*, *Vanity Fair*. Этическая рамка прочтения задаётся в таких названиях ещё до знакомства с сюжетом.

Прогностическая и концептуализирующая функции: динамика заглавия

Особенность заглавия заключается в том, что его прагматический потенциал реализуется во времени. До прочтения текста заглавие выполняет прогностическую и рекламную функции: оно формирует предварительные представления о жанре, тематике и тональности произведения, как в названиях *Heart of Darkness*, *Lord of the Flies* (отсылка к имени Вельзевула), *A Clockwork Orange*. После прочтения заглавие становится итоговым обобщающим символом, аккумулирующим главный смысл произведения. Значение названия *To Kill a Mockingbird* раскрывается лишь в ходе повествования, где образ птицы получает символическое наполнение; название *The Catcher in the Rye* получает объяснение в сцене, где герой пересказывает искажённую им строку стихотворения; эпитет *great* в заглавии *The Great Gatsby* по мере чтения приобретает двойственную — восхищённо-ироническую — трактовку; в названии *The Old Man and the Sea* предметно-образная номинация перерастает в обобщающий символ.

В рамках лингвистической стилистики И. В. Арнольд подчёркивает, что заглавие является одним из ярких проявлений категории выдвижения (foregrounding), фокусирующим внимание на ключевых смысловых узлах произведения [1, с. 12–14]. Тем самым прагматический потенциал названия реализуется в постоянной динамике — от перцептивной неопределённости к глубокой концептуальной интерпретации. Основные функции заглавия обобщены в таблице 1.

Таблица 1 — Основные прагматические функции заглавия художественного произведения

Функция	**Прагматический механизм**	**Примеры**
Фатическая	установление контакта с адресатом, идентификация объекта повествования	*Hamlet*, *Jane Eyre*, *Wuthering Heights*, *Middlemarch*
Воздействующая (аттрактивная)	создание ситуативной неопределённости («мотива интриги»), эмоциональный и познавательный отклик	*Darkness Visible*, *Cold Comfort Farm*, *Big Little Lies*
Прогностическая	формирование «горизонта ожиданий»: жанр, тематика, тональность	*Heart of Darkness*, *Lord of the Flies*, *A Clockwork Orange*
Оценочная	трансляция этической или эстетической позиции автора	*Pride and Prejudice*, *Sense and Sensibility*, *Great Expectations*
Концептуализирующая	ретроспективное обобщение смысла произведения в символе	*To Kill a Mockingbird*, *The Catcher in the Rye*, *The Scarlet Letter*

Примечание. Интертекстуальность (*East of Eden*, *Brave New World*, *For Whom the Bell Tolls*) выступает сквозным механизмом, посредством которого реализуются перечисленные функции.

Выводы

Проведённый анализ позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, заглавие художественного произведения представляет собой автономный речевой акт, который устанавливает контакт с адресатом, манифестирует авторскую интенцию и программирует читательскую реакцию. Во-вторых, его прагматический потенциал реализуется через пять взаимосвязанных функций — фатическую, воздействующую, прогностическую, оценочную и концептуализирующую; важнейшим механизмом их реализации выступает интертекстуальность, а также метафора, оксюморон и оценочная лексика. В-третьих, прагматика заглавия динамична: до прочтения доминируют прогностическая и аттрактивная функции, после прочтения — концептуализирующая. В-четвёртых, в отличие от заголовков научного, публицистического и официального дискурсов, заглавие художественного текста ориентировано не на однозначность и информативность, а на смысловую открытость и эстетическое

воздействие. Перспективы исследования связаны с количественным анализом расширенного корпуса названий и сопоставлением их прагматики в английском, русском и узбекском языках.

Список литературы

1. Арнольд И. В. Значение детали в контексте малого прозаического произведения // Иностранные языки в школе. — 1982. — № 5. — С. 10–16.
2. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. — М.: Флинта: Наука, 2002. — 384 с.
3. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — С. 136–137.
4. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. — М.: Наука, 1981. — 139 с.
5. Кухаренко В. А. Интерпретация текста. — М.: Просвещение, 1988. — 192 с.
6. Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII: Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. — С. 22–129.
7. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII: Теория речевых актов. — М.: Прогресс, 1986. — С. 170–194.
8. Фатеева Н. А. Контрапункт интертекстуальности, или Интертекст в мире текстов. — М.: Агар, 2000. — 280 с.
9. Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». — М.: Прогресс, 1975. — С. 193–230.
10. Яусс Х. Р. История литературы как провокация литературной науки // Новое литературное обозрение. — 1995. — № 12. — С. 34–84.
11. Genette G. Paratexts: Thresholds of Interpretation. — Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
12. Hoek L. H. La marque du titre: dispositifs sémiotiques d’une pratique textuelle. — The Hague; Paris; New York: Mouton, 1981.