

**Чекуть Е. Р. (Гродно)**

**Заголовок как средство выражения образности  
художественного текста (на материале английских рассказов)**

Рассмотрим ряд стилистических средств, подчёркивающих смысловую наполненность заголовков художественных текстов и используемых автором для увеличения силы эстетического воздействия на читателя посредством образности.

Слова «образность», «образный» используются в стилистике в разных значениях. Образность в широком смысле этого слова – как живость, наглядность, красочность изображения – неотъемлемый признак всякого вида искусства, форма осознания действительности с позиций эстетического идеала, образность речи – частное её проявление.

Стилистика рассматривает образность речи как особую стилевую черту, которая получает наиболее полное выражение в языке художественной литературы.

Попадая в художественный контекст, слово включается в сложную образную систему произведения и неизменно выполняет эстетическую функцию.

В. В. Виноградов писал: «Слово в художественном произведении, совпадая по своей внешней форме со словом соответствующей национально-языковой системы и опираясь на его значение, обращено не только к общенародному языку и отражающемуся в нем опыту познавательной деятельности народа, но и к тому миру действительности, который творчески создаётся или воссоздаётся в художественном произведении. Поэтому оно [слово] двупланово по своей смысловой направленности и, следовательно, в этом смысле образно» [1, с. 30].

Более узкое понимание образности речи основано на использовании слов в переносном значении, с изменённой семантикой. При этом слова, получающие образное значение, в художественном контексте в какой-то степени теряют свою номинативную функцию и приобретают экспрессивную окраску.

Изучение образного значения слова в этом смысле направлено на исследование лексических приёмов, придающих речи эстетико-художественное значение.

Как показал исследуемый материал, самыми эффективными и распространёнными стилистическими средствами, используемыми в заголовке для выражения образности художественного текста, являются лексические стилистические средства (81,4 % от общего количества стилистических средств).

Наибольшее распространение в данной группе стилистических средств получила метафора, которая составляет 18,5 % от общего количества проанализированных стилистических средств, 22,7 % в пределах группы.

Посредством метафоры создаётся яркий образ описываемого объекта и выражается субъективное отношение автора к сказанному, тем самым, оказывая эстетическое воздействие на читателя. Примерами метафор являются

*A Weekend with the Angels (E. B. White)* (речь идёт о медсёстрах)

*The Alligators (J. Updike)* (под аллигаторами подразумеваются агрессивные ученики)

*Dogs (J. Skinner)* (речь идёт об участниках карательных отрядов)

Нами отмечены отдельные случаи употребления стёртых метафор, например:

*Easy Money (G. S. Brooks)*

*True Love (I. Asimov)*

Одним из средств, позволяющим выделить в объекте изображения индивидуальные, неповторимые признаки, нередко выражая при этом оценку, является эпитет: 16,7: 0,5 (%). Характерно, что создание

образных (метафорических) эпитетов обычно связано с употреблением слов в переносном значении, отражая при этом черты персонификации, например:

*The Orphaned Swimming Pool (J. Updike)*

*Desiring Desire (Jose Skinner)*

*Singing Apples (C. Kadohata)*

Кроме использования метафоры и эпитета, характерным для заголовков художественного стиля является употребление аллюзии: 9,2:11,4 (%) (*Bluebearded Lover (J. C. Oates)*, *Little Red Riding Hood (J. F. Garner)*, *She Unnames Them (U. Le Guin)*), метонимии: 9,2:11,4 (%) (*The Smile (R. Bradburry)*, *Key-hole (M. Leinster)*, *Every Head's a World (J. Skinner)*), иронии: 9,2:11,4 (%) (*A Good Little Feature (M. C. Blackman)*, *Merry Christmas God (L. French)*, *Little Lost Robot (I. Asimov)*), символов: 7,4:9 (%) (*Spring (J. Skinner)*, *Sweet Potato Pie (E. Collier)*, *The Phoenix (Sylvia T. Warner)*), фразеологизмов и устойчивых словосочетаний: 3,4 : 4,5 (%) (*Everyday Use (A. Walker)*, *Jeeves Takes Charge (P. G. Wodehouse)*, *The Worm in the Apple (J. Cheever)*).

Следует отметить единичный случай употребления окказионализма: 1,9:2,3 (%), в котором используются стилистические возможности словообразования. Примером может служить использование отрицательной приставки *un* с глаголом *to name* в заголовке *She Unnames Them (U. Le Guin)*.

Второе место по распространённости в заголовках художественного стиля занимают синтаксические стилистические средства (46,7 %), к числу которых можно отнести эллипсис: *Home Now (R. Oba)*, *Human Is (P. Dick)*; эмфатические конструкции: *Miracles Do Happen (A. Maley)*, *O City of Broken Dreams (J. Cheever)*; обособление: 3,7:22,2 (%) (*Cosas, Inc., (J. Skinner)*), имеющие одинаковую частотность 3,7:22,2 (%); полисиндетон: *Tomorrow and Tomorrow and So Forth (J. Updike)*: 1,9:11,1 (%).

Наконец, наименьшее распространение в заголовках художественных рассказов получили фонетические стилистические средства (1,9 %). Данную группу представляет лишь один случай употребления аллитерации, которая усиливает звуковую выразительность художественной речи, делая заголовок более ярким, запоминающимся: *Desiring Desire (J. Skinner)*.

Таким образом, можно сделать вывод, что именно лексические стилистические средства (81,4 %) способствуют созданию образности художественного стиля.

1. Кураш С. Б. Усложнённое кодирование образной информации как аспект филологического анализа художественного текста: Пособие. – Мозырь: УО “МГПУ”, 2003. – 54 с.