

Напрям 3. Лінгвокультурологія, когнітивістика та літературознавство.  
УДК 811.111 : 82-311.2

**О. А. Зуброва**

## **ОБРАЗ НЬЮ-ЙОРКА В СУЧАСНІЙ ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ**

Поняття „образ” постійно знаходиться у центрі уваги лінгвістів, які досліджують різноманітні типи текстів, і особливо художні тексти. Наукові дослідження художнього образу охоплюють широке коло питань, таких як визначення внутрішньої структури образу, його змісту, форми, виявлення різноманітних вербалізаторів образу, розкриття когерентної сутності художнього образу як втілення головної ідеї твору, аналіз прямих і вторинних номінацій, на яких побудовано художній образ.

Проблематиці вивчення художнього образу присвячено роботи О. О. Потебні, В. В. Виноградова, Н. Д. Арутюнової, В. А. Кухаренко, Л. І. Белехової та ін.

Слід зауважити, що художній образ міста є недостатньо розробленим у лінгвістиці, оскільки більшість робіт з цієї проблематики є суто літературознавчими.

Метою даної статті є здійснення лінгвістичного аналізу засобів конструювання художнього образу Нью-Йорка у сучасній художній прозі на матеріалі твору К. Бушнелл „Секс у великому місті”.

Художній образ, за визначенням В. А. Кухаренко, є узагальнюючим, збірним, синтетичним, побудованим на основі словесних образів, локалізованих у межах контексту [Кухаренко 2011: 59–69]. Словесні образи є першоелементами синтетичних образів, вони є первинними, у той час як художні образи є вторинними. Художній образ у тексті формується за рахунок інкорпорації логічної інформації, яка міститься у прямих номінаціях і шляхом синтезу чуттєвої, образної інформації, представленої низкою виражальних засобів і стилістичних прийомів.

Місто визначається у тлумачному словнику як „великий населений пункт, адміністративний, торговий, промисловий і культурний центр” [Ожегов 2005]. Для номінації цього поняття в англійській мові слугують дві лексеми – *town* та *city*. Етимологічний аналіз лексеми *city* показав, що вона походить від латинського *civitas* (громадянство; спільнота; місто). До англійської мови слово *city* увійшло у XII столітті з французької (від старофранцузького слова *cit e* – велике місто) [Harper 2001-2018]. Семантика лексеми *city* поширюється не тільки міські споруди, вулиці, місця, а й спільноту, людей, які проживають в ньому, їхній образ життя.

Звертаючись до теорії архетипів, знаходимо згадки про місто в роботах Н. Фрая, який виділяє апокаліптичні та демонічні архетипи та

символи. Серед апокаліптичних символів біблійського походження, представлених у вигляді тріад, виділено тріаду „світ неорганічної природи – місто – дім, храм, камінь” (архетипи РОЗВИТОК і ЛАБІРИНТ) [Фрай 1996: 118].

Ключовими вербалізаторами образу міста у тексті художнього твору, його прямими номінаціями, виступають топоніми (назви географічних об'єктів). Для номінації різноманітних внутрішньоміських об'єктів використовуються урбаноніми, які визначаються як „вид топоніма, власне ім'я будь-якого внутрішньоміського топографічного об'єкта” [Подольская 1998: 139].

Розглянемо, як образ Нью-Йорка представлено в сучасному романі „Секс у великому місті” (“Sex & The City”), який вперше було видано у 1997 році. Книга являє собою збірник статей Кендес Бушнелл, які вона почала писати в 1994 році для американської щотижневої газети “The New York Observer”. Головний редактор газети запропонував Бушнелл вести власну колонку, тематику якої вона мала змогу обирати самостійно.

За жанром роман належить до літератури „чік-літ” (з англ. chick lit) – жіночої масової літератури. До цього жанру належать твори авторів-жінок, розраховані на жіночу аудиторію. Сюжет романів як правило містить розповідь про неодружених жінок двадцяти-тридцятирічного віку, які працюють, мешкають у великих містах та переймаються проблемами одруження, еротики та спілкування.

Отже, головна героїня книги – Кері Бредшоу – журналістка тридцятирічного віку, яка веде колонку в газеті. Книга містить різноманітні сюжети, що розкривають життя сучасних жінок у мегаполісі. У романі висвітлюється ряд проблем сучасного великого міста – місце жінки у суспільстві, її відносини з чоловіками, дружба та кохання. Поряд із Кері в романі з'являється багато різнопланових образів, завдяки яким авторка показує багатогранність сучасного суспільства. Слід зазначити, що центральним образом роману, який пов'язує усі сюжетні лінії, виступає саме місто Нью-Йорк.

Нью-Йорк (англ. New York City або New York) – найбільше місто в США, розташоване на побережжі Атлантичного океану, яке є одним із найбільших у світі культурних, торговельних, фінансових і промислових центрів. Нью-Йорк складається з п'яти районів: Бронкс, Бруклін, Квінс, Манхеттен і Стейтен-Айленд. Центральним районом Нью-Йорка, в якому розташовані усі культурні пам'ятки та розважальні центри є Манхеттен.

У романі образ Нью-Йорка насамперед вербалізовано лексемами *city* та *town*, а також топонімами *New York* та *New York City*. Лексема *city* фігурує й в назві роману: “Sex & the City”, що є свідченням того, що для авторки образ міста розкривається насамперед через людей, які мешкають і ньому, а місто, в свою чергу, задає певний ритм і стиль їхнього життя. Образ міста у К. Бушнелл не є застиглим у камінні, він є живим, таким, що постійно змінюється, уособлюючи життя сучасних

містян. Саме тому цей образ розкривається не через описи архітектурних об'єктів, як це відбувається в більшості класичних літературних творів, а саме через описи соціуму – людей, які мешкають у ньому і уособлюють мешканців усіх великих міст. Саме це автор стверджує на початку роману:

*“Although the column was originally meant to pertain specifically to New York City, I've found that there are variants of these Sex and the City characters in most large cities around the world”* [Bushnell 2001].

Нью-Йорк у романі порівнюється з іншими містами, тому у тексті наявний ряд топонімів, а саме: *London, Los Angeles, Aspen, Paris, Miami, Gstaad, Rome, Milan, Amsterdam, Oxford*, однак, незважаючи на позитивні риси інших міст світу, текст твору пронизаний ідеєю унікальності образу Нью-Йорка.

Образ Нью-Йорка в романі видається реалістичним, оскільки автор деталізує його, наповнюючи текст великою кількістю вербалізаторів образу – урбанонімами (власними назвами на позначення будь-якого внутрішньоміського топографічного об'єкта), що характеризують культурне, ділове, розважальне життя міста. Систематизуємо урбаноніми, вжиті в романі, за класифікацією Н. В. Подольської. Отже, у тексті твору для деталізації образу Нью-Йорка авторка використала такі різновиди урбанонімів:

1) аргороніми (урбаноніми на позначення міських площ і ринків): площі *Times Square, Washington Square*;

2) годоніми (урбаноніми на позначення лінійних міських об'єктів): авеню *Park Avenue, Fifth Avenue, Madison Avenue*; вулиці *Fourteenth, Fifteenth, Mecox Lane*; бульвар *Sunset Boulevard*;

3) ойкодомоніми (власні назва будівель, що характеризуються обов'язковою наявністю вивіски): готелі *the Royalton, the Four Seasons*; ресторани і розважальні заклади *the Bowery Bar, bar at Harry Cipriani, Metropolis*; клуб *Le Trapeze*;

4) міські хороніми (власні імена, що позначають частину території міста): парк *Central Park*;

5) емпороніми (власні назви, що позначають різноманітні торгівельні об'єкти): магазини *Tiffany's, The Door store*.

Слід зауважити, що у тексті роману відсутні еклезіоніми (урбаноніми на позначення місць здійснення обрядів або поклоніння релігії), що пояснюється відсутністю релігійної складової у житті сучасних нью-йоркців.

У творі також використовуються і вторинні номінації на позначення Нью-Йорку, але їх кількість незначна. Автор називає мегаполіс Всесвітом (*the Universe*), а також містом можливостей (*the city of options*).

Нью-Йорк у творі виступає як Всесвіт, в якому все обертається навколо успіху і грошей. Лексику космічної тематики автор

використовує, описуючи стиль життя окремої групи містян – чоловіків, які зустрічаються з моделями (*modelizers*):

*“Modelizers inhabit a sort of parallel universe, with its own planets (Nobu, Bowery Bar, Tabac, Flowers, Tunnel, Expo, Metropolis) and satellites (the various apartments, many near Union Square, that the big modeling agencies rent for the models) and goddesses (Linda, Naomi, Christy, Elle, Bridget)”* [Bushnell 2001].

Світ чоловіків-прихильників моделей метафорично названий *parallel universe* (паралельним до решти Нью Йорку Всесвітом), у якому планетами виступають клуби та бари – *Nobu, Bowery Bar, Tabac* та інші, де можна познайомитися з моделями, сателітами – місця, де можна усамітнитися з ними, а богинями є самі моделі.

Художній образ міста у творі є досить багатограним і різноплановим. Нью-Йорк – місто, яке є центром самопізнання, особистісних проблем, внутрішньої боротьби героїв. Він змінює сприйняття світу і ролі людини в ньому, роблячи мешканців міста більш цинічними, егоїстичними, закритими, та, як результат, самотніми. Люди живуть окремо один від одного у власному ізольованому світі:

*“New Yorkers build up a total facade that you can't penetrate”* [Bushnell 2001].

Відчуженість між мешканцями Нью-Йорка метафорично названа фасадом, за який не можна заходити.

Наведемо інший приклад на підтвердження образу Нью-Йорка як міста, що перетворює людей на егоїстів:

*“You always think about self in New York”* [Bushnell 2001].

Лексема *self* вжита у даному контексті у значенні *“a person's essential being that distinguishes them from others, especially considered as the object of introspection or reflexive action”*, демонструючи сконцентрованість сучасного мешканця міста на власній особистості.

Нью-Йорк змушує мешканців жити у власному світі, не допускаючи в нього нікого. Головна героїня роману вимовляє таку фразу:

*“Relationships in New York are about detachment,” she said. „But how do you get attached when you decide you want to?”* [Bushnell 2001].

Відповіддю на запитання Кері про те, як знайти прив'язаність до іншої людини у місті є вислів: *“Honey, you leave town”* [Bushnell 2001]. Наведені уривки дозволяють зробити висновок про те, що Нью-Йорк постає в образі павутиння, потрапивши у яке людина є зв'язаною емоційно та неспроможною побудувати відносини. Тільки покинувши Нью-Йорк можна стати по-справжньому щасливим. Протиставлення двох спільнокоренових слів *detachment* та *attached* є антитезою, що посилює відчуття безвихіддя та неможливості емоційної прив'язаності між мешканцями великого міста.

Нью-Йорк у зображенні К. Бушнелл ніби живе разом із його мешканцями, виконуючи різноманітні функції та слідкуючи за

виконанням суворих правил та ритуалів. У наступному уривку мегаполіс уособлюється з живою істотою:

*“When it comes to finding a marriage partner, New York has its own particularly cruel mating rituals, as complicated and sophisticated as those in Edith Wharton novels”* [Bushnell 2001].

Авторка створює жорстокий образ міста, який проводить певні ритуали та впливає на мешканців. Пошук партнера перетворюється у місті на жорстокий ритуал – *cruel mating rituals*, причому епітет *cruel* автор підсилює дисфемізмом *mating*, який вживається зазвичай тільки для позначення спарювання тварин, а ні в якому разі не людей. Також використано порівняння цих ритуалів з тими, що описано в романах видатної американської письменниці початку ХХ століття Едіт Уортон.

Інший приклад також демонструє особливості Нью-Йоркського стилю життя, у якому немає місця сімейним цінностям:

*“Everyone knows that men in New York make great friends and lousy husbands”* [Bushnell 2001].

Ефект підсилюється антитезою – протиставленням двох епітетів у словосполученнях *great friends* та *lousy husbands*, причому автор вдається до використання дисфемістичного заміника нейтральної лексеми *bad* – *lousy* (вшивий).

Нью-Йорк видається автору цинічним, це місто, у якому чоловіки не шукають романтики, а систематизують жінок за категоріями:

*“Like most men in New York, he made up his mind about a woman right away. Put her in a category – one-night stand, potential girlfriend, hot two-week fling”* [Bushnell 2001].

У наведеному уривку цинічність у відношенні до жінок посилюється завдяки переліченню, еліпсису та асиндетону, які надають мовленню ефекту спонтанності та емоційної холодності.

Хоча роман описує у першу чергу відносини між представниками протилежної статі, Нью-Йорк не сприяє зародженню сильних почуттів, кохання:

*“Love in Manhattan? I don’t think so”* [Bushnell 2001].

Риторичне запитання, яке міститься в назві однієї з глав роману, привертає увагу читача до проблеми кохання у великому місті. Відповідь на запитання, чи можливо кохання на Манхттені, є негативною.

Автор змальовує Нью-Йорк як місто, що виблискує вогнями, порівнюючи сучасний образ міста з образом, створеним в класичних книгах:

*“Welcome to the Age of Un-Innocence. The glittering lights of Manhattan that served as backdrops for Edith Wharton’s bodice-heaving trysts are still glowing – but the stage is empty. No one has breakfast at Tiffany’s, and no one has affairs to remember – instead, we have breakfast at seven a.m. and affairs we try to forget as quickly as possible. How did we get into this mess?”* [Bushnell 2001].

К. Бушнелл використовує алюзії, які відсилають читача до двох загальновідомих творів – “The Age of Innocence” Едіт Уортон та “Breakfast at Tiffany’s” Трумена Капота. Підкреслюється, що Нью-Йорк змінився, і не стільки ззовні, скільки внутрішньо. Вік невинності, зображений в романі Едіт Уортон, в сучасному світі перетворився на вік досвідченості, про який К. Бушнелл пише, вживаючи антитезу “*the Age of Un-Innocence*”. Контраст між образом Нью-Йорка минулого та сучасного змальовано за допомогою повтору “*No one has breakfast at Tiffany’s, and no one has affairs to remember*” та вживання антитези – “*instead, we have breakfast at seven a.m. and affairs we try to forget*”. Нью-Йорк у даному уривку метафорично зображено як сцену, на якій раніше актори грали справжнє кохання, але яка зараз спорожніла. Риторичне запитання “*How did we get into this mess?*” підштовхує читача до роздумів про вічні цінності та їх вартість для мешканців великих міст.

Розкриваючи підтекст назви роману, автор пише:

“*There’s still plenty of sex in Manhattan but the kind of sex that results in friendship and business deals, not romance*” [Bushnell 2001].

Даний уривок ще раз підкреслює образ Нью-Йорка, який є бездушним та байдужим до людських почуттів та романтики.

Мегаполіс також є уособленням великих можливостей, успіху, здійснення мрій. Для підсилення цієї думки автор використовує парцеляцію та номінативні речення:

“*New York is a place where people come to fulfill their fantasies. Money. Power. A spot on the David Letterman show*” [Bushnell 2001].

Автор іронізує над фантазіями сучасних мешканців міста, для створення іронічного ефекту використовує оксиморон, перелічуючи поняття, які мають несумірну ступінь значущості для людини – з одного боку це гроші та влада, а з іншого – запрошення на зйомку ТВ-шоу.

У романі чітко простежується вимальовування образу Нью-Йорка як найкращого місця на землі, незважаючи на усі його негативні риси. У той же час, Нью-Йорк представлено як жорстоке, немилосердне місто, яке не любить невдач:

“*And there was nothing like success in New York City*” [Bushnell 2001].

У даному реченні автор вживає емпатичну конструкцію “*there was nothing like success*” для підкреслення образу Нью-Йорка як міста, у якому успіх є мірилом усього, найвищою цінністю.

Нью-Йорк зображено у творі як великий діловий центр, у якому всі поспішають, живучи в неймовірному ритмі, який не дозволяє сконцентруватися на загальнолюдських цінностях, родині та побудувати міцні стосунки. Автор підсилює враження щодо шаленого міського ритму, вдаючись до парцеляції, перелічення та вживання номінативних речень:

“*High density. Intensity. Millions of appointments. Density, stress, and the overcrowding of the niche structure*” [Bushnell 2001].

Нью-Йорк є жорстоким містом, що уособлює руйнування – конкуренція та боротьба руйнують надії і мрії про кар'єру, владу, великі гроші:

“*She had a complete physical break-down and could not keep her job and had to move back to Iowa to live with her mother*” [Bushnell 2001].

Людина, яка не досягла успіху і не заробила грошей залишає мегаполіс у розбитому стані, як психічному, так і фізичному.

Отже образ Нью-Йорка у романі „Секс у великому місті” розкривається головним чином через образ соціуму, жителів мегаполісу. Нью-Йорк зображено у творі як великий діловий центр, у якому всі поспішають, живучи в неймовірному ритмі, який не дозволяє сконцентруватися на загальнолюдських цінностях і є байдужим до людських почуттів та романтики. Це жорстоке, немилосердне місто, яке не любить невдач, у той же час образ Нью-Йорку асоціюється з успіхом, великими можливостями, здійсненням мрій. Образ міста у романі доповнюється його позиціонуванням як місця розваг і розкішного життя.

Образ великого міста в романі є реалістичним, оскільки автор деталізує його, наповнюючи текст великою кількістю вербалізаторів образу – урбанонімами (за класифікацією Н. В. Подольської, у тексті романа знаходимо аргороніми, годоніми, ойкодомоніми та емпороніми), а також вторинними номінаціями на позначення Нью-Йорку: *the Universe, the city of options*.

У романі для розкриття образу Нью-Йорку використано широкий спектр стилістичних засобів різних мовних рівнів. На лексичному рівні зафіксовано вживання сленгу та дисфемізмів; на семасіологічному рівні створення образу міста підсилено використанням антитези, порівняння, метафори, персоніфікації, оксиморону, а також іронії. Синтаксичний рівень представлено виразними засобами (номінативні речення, еліпсис, асиндетон, перелічення, повтор, емпатична конструкція), а також стилістичними прийомами (парцеляція, риторичні запитання). Найчастотнішими з перелічених виразних засобів і стилістичних прийомів виявилися антитеза та парцеляція, також частотними є метафора, порівняння, номінативні речення, перелічення та риторичні запитання. Загалом синтаксичні стилістичні прийоми та виразні засоби використовуються у творі для створення образу Нью-Йорка з більшою частотністю, ніж засоби інших мовних рівнів.

Подальші дослідження у даному напрямі можуть бути пов'язані з аналізом образу міста в сучасних і класичних художніх творах, можливі також порівняльні дослідження, що продемонструють еволюцію художнього образу міста в творах, які належать різним епохам.

Література

**Кухаренко 2011** – Кухаренко В. А. Кумулятивний образ и связность текста / В. А. Кухаренко // Вісник КНЛУ. – Київ, 2011. – Том 14. – № 1. – С. 59–69;

**Ожегов 2005** – Толковый словарь русского языка : 80 000 сл. и фразеолог. выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – М. : А Темп, 2005. – 941 с. – Режим доступа : <http://ozhegov.info/slovar/?ex=Y&q=ГОРОД>;

**Подольская 1998** – Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Отв. ред. А. В. Суперанская. — Изд. 2-е, перераб. и доп. – М. : Наука, 1988. – 192 с.;

**Фрай 1996** – Фрай Н. Архетипний аналіз: теорія міфів // Слово. Знак. Дискурс. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. – Львів : Літопис. – 1996. – С. 109 – 136;

**Bushnell 2001** – Bushnell C. Sex and the City. – New York : Warner Books, 2001. – 156 p. – Режим доступа : <http://fb2.booksgid.com/content/26/candace-bushnell-sex-and-the-city/1.html>;

**Harper 2001-2018** – Harper D. Online Etymology Dictionary. – 2001-2018. – Режим доступа : <https://www.etymonline.com/word>.

#### Зуброва О. А. ОБРАЗ НЬЮ-ЙОРКА В СУЧАСНІЙ ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ

У статті розглянуто лінгвістичні особливості репрезентації художнього образу Нью-Йорка в сучасній художній прозі (на матеріалі роману К. Бушнелл „Секс у великому місті”). Уточнено поняття образу; проаналізовано урбаноніми та стилістичні засоби різних мовних рівнів, що вербалізують образ Нью-Йорка у творі. Визначено, що текст роману насичено урбанонімами різних типів – аргоронімами, годонімами, ойкодомонімами та емпоронімами. Виявлено, що образ Нью-Йорка на лексичному рівні розкривається шляхом вживання сленгу та дисфемізмів; на семасіологічному рівні створення образу міста підсилено використанням антитези, порівняння, метафори, персоніфікації, оксиморону, а також іронії. Синтаксичний рівень представлено виразними засобами (номінативні речення, еліпсис, асиндетон, перелічення, повтор, емпатична конструкція), а також стилістичними прийомами (парцеляція, риторичні запитання). Найчастотнішими з виразних засобів і стилістичних прийомів, що вербалізують образ мегаполіса, є антитеза, парцеляція, метафора, порівняння, номінативні речення, перелічення та риторичні запитання.

Ключові слова: художня проза, образ міста, Нью-Йорк, К. Бушнелл.

#### Зуброва О. А. ОБРАЗ НЬЮ-ЙОРКА В СОВРЕМЕННОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЕ

В статье рассматриваются лингвистические особенности репрезентации художественного образа Нью-Йорка в современной художественной прозе (на материале романа К. Бушнелл „Секс в большом городе”). Уточнено понятие образа; проанализированы урбанонимы и стилистические средства разных языковых уровней,



вербализирующие образ Нью-Йорка в произведении. Установлено, что текст романа насыщен урбанонимами различных типов – аргоронимами, годонимами, ойкодомонимами и эмпоронимами. Выявлено, что образ Нью-Йорка на лексическом уровне раскрывается с помощью употребления сленга и дисфемизмов; на семасиологическом уровне образ города создается с помощью антитезы, сравнения, метафоры, персонификации, оксюморона, а также иронии. Синтаксический уровень представлен выразительными средствами (номинативные предложения, эллипсис, асиндетон, перечисление, повтор, эмфатическая конструкция), а также стилистическими приемами (парцелляция, риторические вопросы). Самыми частотными из выразительных средств и стилистических приемов, вербализирующих образ мегаполиса, являются антитеза, парцелляция, метафора, сравнение, номинативные предложения, перечисление и риторические вопросы.

Ключевые слова: художественная проза, образ города, Нью-Йорк, К. Бушнелл.

#### Zubrova O. A. THE IMAGE OF NEW YORK IN MODERN FICTION

The article deals with the linguistic peculiarities of New York image representation in contemporary fiction (case study of K. Bushnell's novel "Sex & the City"). The notion of the image is specified; urban names and stylistic devices of different language levels verbalizing the image of New York in the text of the novel are analyzed. It is stated that the text of the novel is filled with urban names of various types – names of squares, streets, avenues, boulevards, hotels, restaurants, parks, shops, etc. It is defined that the image of New York at the lexical level is revealed through the use of slang and dysphemisms; at the semasiological level the image of the city is created through antithesis, comparison, metaphor, personification, oxymoron, and irony. The syntactic level is represented by the expressive means (nominative sentences, ellipsis, asyndeton, enumeration, repetition, emphatic constructions), as well as the stylistic devices (parcellation, rhetorical questions). The most frequently occurring of all the expressive means and stylistic devices verbalizing the image of the metropolis are antithesis, parcellation, metaphor, comparison, nominative sentences, enumeration and rhetorical questions.

Key words: fiction, image of the city, New York, K. Bushnell.