посвященная памяти проф. В. Л. Скалкина. – Одесса, 2002. – С. 112-118.
7. Кожин А. Н. Возрождение устаревшей лексики // Русский язык в школе. – 1957. – № 3. – С. 26-32.
8. Михайловская Н. Г. Устаревшие слова // Русская речь. – 1972. – № 6. – С. 50-55.
9. Пашенько Н. Л. Історизми та архаїзми у сучасних художніх текстах // Щорічні записки з українського мовознавства: Зб. наук. статей. – Одеса: Астропринт, 1996. – Вип.4. – С. 41-45.
10. Словник української мови. – К., 1971-1980. – Т. 1-11.
11. Фащенко В. В. Павло Загребельний. Нарис творчості. – К., 1984. – 207 с.
12. Шевченко С. П. Українська лексична картотека // Мовознавство. –1968. – № 4. – С. 37-42.

The article researches the problem of semantic and stylistic motivation of the usage of archaisms in the context of historic novel. The attempt has been made to analyse potential capacities of archaic lexis as one of the ways to create an ethnocultural background of the belles-lettres narration.

Key words: archaic lexis, context, archaism, historic novel.

Денискіна Г.О.

СТРУКТУРНІ ТА ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФЕЙЛЕТОНІВ ОЛЕГА ЧОРНОГУЗА

Статтю присвячено аналізу композиційних та стилістичних особливостей фейлетонів видатного українського письменника-гумориста Олега Чорногуза, у зв'язку з чим класифіковано заголовки, визначено роль епіграфів та лідів, описано особливості побудови автором структурних частин фейлетонів.

Ключові слова: фейлетон, гумор, сатира, іронія, каламбур, епіграф, композиційний прийом.

Майстерність фейлетоніста полягає зовсім не у тому, щоб розважити читача веселою оповіддю, справжній фейлетон повинен „відкрити очі" читачеві на ті події та факти, до яких він давно звик, з чим давно змирився і вже не розуміє їх абсурдності, ницості, вважаючи чимось цілком прийнятним. За високою оцінкою академіка Петра Кононенка фейлетони Олега Чорногуза – „то не твори про когось і про щось, а послання сповненого любові та ненависті серця, яке прагне щирості й правди, добра і благородства, совісті і честі, життєтворчого патріотизму та гуманізму, а тому водночас кипить вогнем презирства до всього потворного й антиестетичного" [4, 7]. Саме це і зумовлює неординарну структуру і своєрідне мовне наповнення його фейлетонів, які ілюструють новаторство гумориста-сучасника у цьому жанрі.

Фейлетон розуміється як „невеликий літературно-публіцистичний твір, у якому висміюються та засуджуються якісь вади, потворні явища суспільного

життя" [1, 1318]. Досліджень, присвячених цьому жанру, надзвичайно мало. З літературознавчого погляду його намагались аналізувати російські вчені Є.І. Журбіна, А.А. Суконцев. Побіжно, у системі публіцистичних жанрів розглядає фейлетон Д.М. Прилюк, А.О. Капелюшний, О.Д. Кузнецова. Трансформацію газетного жанру роману-фейлетону у „Людській комедії" О. де Бальзака простежує І.С. Бучарська.

Є.І. Журбіна зазначає, що „фейлетон належить до тієї сфери усвідомлення дійсності, в якій діалектично поєднуються два принципи її засвоєння: принцип мистецтва літератури і принцип мистецтва публіцистики. Фейлетон, як і нарис, – жанр художньо-публіцистичний... Говорячи про різницю між нарисом та фейлетоном, необхідно підкреслити, що нарис у цілому зливається з художньою літературою тісніше, ніж фейлетон, який межує з публіцистикою (зокрема, з жанром публіцистичної статті)" [3, 377].

На особливу увагу заслуговує сатирична типізація, яка є в основі будь-якого фейлетону. Вона потрібна для розвінчування негативного явища за допомогою сатиричного образу, який відбиває істотні ознаки негативного у суспільстві, розкриває шкідливість зла і водночас, притаманними фейлетону засобами, підказує шлях його подолання або, завдяки іронії, сарказму робить неможливим його подальше існування. У скарбничці українського фейлетону назавжди залишаться створені Олегом Чорногузом образи „грибного Васі", „нардепа Васі", „приятеля з академії наук", „секретаря обкому", „нового українця Петі Гуренко", „перекупок Гальки і Маньки" тощо.

Надзвичайно важлива роль у фейлетоні належить ***заголовку***, який зазвичай має форму дуже короткої (однослівної) або ж розгорнутої загадки. Цей елемент композиції покликаний нестандартністю, а подекуди й епатажністю, привернути увагу читача, примусити його спершу зацікавитися, а згодом і замислитися над змістом подальшого тексту.

За структурними особливостями заголовки фейлетонів Олега Чорногуза умовно можуть бути розподілені на:

1) заголовки-еквіваленти односкладного номінативного речення: *Зіпсована мова* [8, 379], *Небесний ангел* [8, 413], *Табу для народу* [8, 419], *Тероризм по-українськи* [8, 430] тощо;

2) заголовки-еквіваленти простого двоскладного речення (переважно непоширеного): *Турок історію пише* [8, 355], *Сусіди жартують* [8, 375], *Етика зобов'язує* [8, 422].

Заголовок фейлетону слід розглядати як певний код подальшого тексту, оскільки він містить гранично стислу інформацію, ключові слова майбутнього викладу. За етимологічними та лінгвостилістичними характеристиками виокремлено такі типи заголовків:

1) заголовки-паремії (первинні і трансформовані): *Страшний суд* [8, 407], *Зірка знайшла... героя* [8,383], *Гуд бай, імперіє, гуд бай!* [8, 367];

2) заголовки з іншомовними лексемами: *Голуба інтервенція* [8, 380];

3) заголовки з антропонімами: *Нардеп Вася* [8, 378], *Грибний Вася* [8, 429];

4) заголовки з топонімами: *Україна – не Африка* [8,395], *Переполох в Японії* [8, 398].

На особливу увагу заслуговують заголовні елементи, що нагадують традиційну структуру українських народних казок (наприклад, Як соловейко дядька розуму навчив, Як заєць ошукав ведмедя тощо): *Як я ледь не став президентом* [8, 362], *Як Джон в українському сленгу загруз* [8, 425].

У численних дослідженнях, присвячених аналізові фейлетону, не згадується про потребу епіграфу як обов'язкової структурної складової подібних текстів, однак Олег Чорногуз вводить цей елемент, який читач зазвичай звик бачити перед творами значнішими за обсягом і на так звану „серйозну тематику" (романами, повістями, новелами тощо).

Епіграф довідковою літературою визначається як „цитата, крилатий вислів, афоризм, уривок з пісні, приказка, які ставляться перед текстом літературного твору і виражають його основну думку" [1, 265]. Епіграф утворює місточок між вже відомими читачеві текстами і ще не прочитаними. Йому притаманна гранична інтенсивність інформаційної енергії, яку автор намагається передати. Загалом, „добір епіграфа характеризує стиль мислення автора твору, його манеру означувати асоціативні зв'язки тексту з літературною традицією і сучасністю" [6, 240].

Таким чином, цей елемент виконує стосовно основного тексту синтезуючу й оцінну функції. Епіграф передбачає значну варіативність розуміння і, відповідно, більшу (порівняно з іншими частинами тексту) свободу співтворчості читача. Епіграфи фейлетонів Олега Чорногуза – це першопричина, першопоштовх, тобто те, що змусило автора взятися за перо, що викликало спротив, беззастережне неприйняття якогось факту, події чи явища. Наприклад, епіграфом до фейлетону „Ет русскій вопрос" слугує цитата *І. Лєбедева* зі статті „Гопак и совесть", що її надруковано у російському виданні „Техника молодежи" у № 9 за 1988 рік: *„Гопак – русскій народний танец, русскій ушу"*. Навмисно уживаючи українську графіку при цитуванні типових для газет та телебачення радянської епохи висловлень, Олег Чорногуз у подальшому тексті обіграє абсурдність винесеної в епіграф фрази, доповнюючи її ще низкою таких самих парадоксальних, ніяк не пов'язаних із здоровим глуздом висловлень у формі риторичних питань: *Хто з нас не знає, що Росія – це „родіна слонов"? Хто з нас не знає, що над Казахстаном чи Дагестаном постійно висить „русскоє небо"? Хто з нас не знає, що грузинський чай – це, звичайно, „русскій чай", а у Другій світовій переміг „русскій народ"?* [8, 359]. Епіграф у фейлетонах Олега Чорногуза – це вступна частина діалогу з читачем, який з жартами та насмішками у змодельованій невимушеній бесіді примушує замислитися над дуже болючими питаннями.

Фейлетон перебуває на межі літератури і публіцистики, запозичуючи методи, прийоми, структурні елементи в обох стилів. І творчість Олега Чорногуза цілком підтверджує цю тезу. Так, у пізніших фейлетонах епіграф зникає, перетворюючись на ***лід*** **(**підзаголовок**) –** короткий виклад публіцистичного матеріалу, що розміщується після заголовка й перед основним текстом**.** Найважливіша його функція – орієнтація читача у змісті матеріалу,

розшифровка назви і мотивація подальшого ознайомлення з текстом. Контраст між стислим, позбавленим засобів виразності лідом, метафоричним заголовком і подальшим просторікувато-розмовним стилем основного тексту не лише привертає увагу читача, але й створює неперевершений комічний ефект:

ШЛЯХЕТНА ПАНЯНКА, або „МІС ЄВРОПА" (***заголовок***);

У Москві у видавництві „Факторіал" побачила світ 735-сторінкова історична монографія під назвою „Імперія" Гліба Косовського та Анатолія Фоменка. У ній документально доводиться, що нинішня велика Московія не що інше, як Велика Татарія. Тобто учорашня – Золота Орда, а московіти – татаро-монголи. Рік видання праці – 1998 (***підзаголовок***);

Сьогодні я на базар не збирався. Сало маю. Але закортіло смальцю і ... новин. Прийшов я до своїх давніх знайомих : Гальки і Маньки (***основний текст***) [8,409].

Глибоке розуміння й інтерпретація епіграфа та підзаголовка у фейлетоні можливі лише після прочитання усього твору, а для глибокого розуміння твору істотними є неодноразові повернення до епіграфа та підзаголовка.

Зачини фейлетонів Олега Чорногуза вповні виявляють синкретизм художнього і публіцистичного начала, оскільки є переважно ретроспективними або констатуючими. Відповідно тексти, що мають ретроспективний початок більшою мірою тяжіють до публіцистики, а тексти, що починаються з констатації подій, які відбуваються безпосередньо на очах героя, ілюструють прийом, властивий белетристиці. Щодо кількісного співвідношення, то ретроспективні зачини спостережено у більшості фейлетонів Олега Чорногуза, зокрема, як приклад, слід навести такі: *Учора показували. По телевізору. Сидить. Не в карцері* („Гуд бай, імперіє, гуд бай!") [8, 367], *Як повідомила російська телекомпанія „Останкіно": в Харкові з'явилися гніди, а дітвора позбавлена мила* („Гниди у... Харкові") [8, 389], *Вчора один діаспорець подарував магнітофон* („Магнітофон") [8, 415], *Нещодавно бачив „Табу". По телебаченню* („Табу для народу") [8, 419]. Ретроспективність наведених цитат формально виражена дієсловами минулого часу та прислівниками з часовою семантикою. Слід наголосити, що у більшості з наведених зачинів автор посилається на телебачення як на найбільш розповсюджений і найменш надійний засіб передачі інформації. Прикладом констатуючого зачину є початок фейлетону „Нью-сон": *Дивлюся, аж вільною й незалежною Нью-Швейцарією вільно й незалежно ходять нью-дяді Семи, нью-Джони Булі, нью-Моргани, нью-Дюпони, а поруч них усі наші: пан Павличко, пан Зленко, пан Дзюба...* [8, 370].

Фейлетон не можливо побудувати на штампах, готових мовних чи композиційних шаблонах, бо кожний твір талановитого майстра – єдиний і неповторний. Тобто, кожен фейлетон має бути взірцем жанру як щодо структури, так і щодо мовного вираження.

В основі будь-якого фейлетону – конфлікт (не обов'язково комічний), що має виразну публіцистичну спрямованість, внутрішнє протиріччя, невідповідність того або іншого факту, явища з ідеалом. Найкращою ілюстрацією вимог до стилю фейлетону можуть бути слова Ліни Костенко, бо саме тут

У легкості вітрила
і в попелі згорань
ти знайдеш слово-брилу
і слово-філігрань [5].

Слід не просто змалювати конфлікт: потрібно створити отой „ефект кривого дзеркала", який відобразить читачеві описуване у зовсім іншому неочікуваному вигляді.

Ще однією обов'язковою складовою фейлетону є наявність „стійкого образу письменника". Автор, вибудовуючи твір, намагається зробити так, щоб висновок випливав із суперечності, із конфлікту, який передається за посередництва яскравих образів та стилістичний прийомів. Звичайно, не завжди образ автора збігається з образом письменника, але більшість фейлетонів Олега Чорногуза написані саме від першої особи (*Турок історію пише, Крочкотворний закон, Як я ледь не став президентом, Нью-сон, зіпсована мова, Голуба інтервенція* тощо).

Олег Чорногуз вміло вибудовує сюжет і композицію оповіді: комічні ситуації та образи існують не окремо, а цілісно розкривають суть конфлікту, риси характеру героя. Підґрунтя фейлетонної композиції полягає у зіставленні життєвого матеріалу, побудові широкого асоціативного поля, адже письменник апелює до фонових знань читача-сучасника.

Письменник постійно „одягає" фейлетони у знайомі композиційні схеми інших жанрів, подекуди використовує усіма знані прийоми, але зміст і мова цих мініатюр – неповторна і соковита. Наприклад, у фейлетонах *„Нарден Вася" „Небесний ангел"* автор вдається до прийому ***сну:*** *„І приснився Василеві Івановичу історичний сон..."* [8, 378], *„Це ж треба: учора мені приснився сон..."* [8, 413]; у підзаголовку твору *„Україна – не Африка»* вказано: *дуже серйозне оповідання* [8, 395], *„Нью-сон"* кваліфіковано як ***новорічні фантазії***, а *„Гниди... у Харкові", – сенсації* [8, 389], ***елементи епістолярного стилю***, зокрема *P.S.. підпис,* фіксуємо у фейлетонах „*Голуба інтервенція*", „*Сусіди жартують*". Ще одним важливим композиційним прийомом фейлетонів Олега Чорногуза є **зіставлення**. Цей прийом вимагає від автора проникливості, спостережливості історика і чуття художника-сатирика, бо фейлетон можна порівняти із карикатурою, шаржем, де за утрованими або відповідно освітленими рисами читач впізнає дійсність.

Характерною особливістю фейлетонів Олега Чорногуза є непослідовність вияву формально вираженої ***кінцівки*** у традиційному її розумінні як "заключної частини тексту, яка містить підсумки з приводу інформації, вміщеної у головній частині" [2, 24]. Усі фейлетони об'єднує те, що розвиток подій, опис фактів відбувається на кшталт „ланцюгової реакції": кожна думка, ідея, образ, характеристика надають дедалі більше енергії оповіді, а фінал – як вибух – може бути цілком несподіваним, вміщувати увесь спектр комічного: від уїдливого сарказму, сатиричного побажання, гіркої іронії до доброзичливого кепкування чи й просто усмішки-натяку. Як-от у фейлетоні *„Перекупки"*, де увесь текст – це ніби переказ почутої на ринку розмови, що завершується словами: *Оце такого на базарі наслухався. Голова спухла. Але хіба тим базарним пліткам можна*

вірити. Базар – це ж базар, а не Верховна Рада... На Верховній Раді такого не почуєш... [8, 395].

У теорії риторики прийнято розрізняти риторичний елегантний та доцільний фінал, у межах останнього виділяються підсумкові, типологічні та апелювальні різновиди висновків [7, 130]. В аналізованих текстах найбільшою мірою педставлений елегантний фінал, а також апелювальний різновид доцільного висновку.

Апелювальні висновки виявляються здебільшого у риторичному зверненні до читача. "Такі висновки використовуються для емоційної розрядки, щоб зняти напругу міркувань і подивитися на предмет розмови ніби збоку: без логіки, на почуттях" [7, 133]. Ілюстрацію подібного фіналу є „Крючкотворний закон": *„Закон є – держави нема. Але ж це не головне. Головне – чому в отій республіці закон назвали крючкотворним? Цього досі ніхто розгадати не може. Навіть автор цих рядків. А про аборигенів я вже мовчу"*[8, 358]

Елегантний фінал означає, що змодельований діалог фейлетоніста з читачем закінчився якимось гарним прийомом: жартом, самоіронією, цитатою, несподіваним, але влучним порівнянням або доречним каламбуром. Так, ***цитатою*** закінчується фейлетон „Тероризм по...-українськи": *... як казав один відомий літературний герой нашого не менш відомого українського письменника-сатирика: „Розумному досить!"* [8, 435], „Турок історію пише": *Тарас Григорович Шевченко, щоправда, віщував, що нам історію німець писатиме. Але, видать, помилився. Що ж, буває. Генії теж помиляються. А що вже про кандидатів казати?!*, ***гіркою іронією***, що перегукується із заголовком „Україна – не Африка": *Ні, не візьму я тих чотирьох гривень за шість місяців. Не може ж наш Президент без штанів ходити. Україна ж не Африка!* [8,398], ***каламбуром*** „Нью-сон": *Хай би люди хоч у наступному столітті по-весняному зажили і не трусилися. Словом, щоб їм будь-який Мороз був до лампочки. Навіть якщо вона й лампочка Ілліча* [8, 375], „Ет русскій вопрос": *Там ще й не таке напишуть. Були б для цього не знання, а спец.., даруйте, соц...замовлення* [8, 362].

Вдаючись до цього типу кінцівки, автор ніби відмежовується від попереднього викладу, від аргументів та доказів і надає читачам можливість самим розібратися, зробити власні висновки щодо описуваного.

Майстерність Чорногуза-фейлетоніста яскраво виявляється у структурі його творів. Мініатюрні за формою, вони надзвичайно глибокі за змістом. Стислість форми передбачає особливу увагу автора до засобів виразності. А глибока ідея, яскравий матеріал, чітко продумана композиція, соковита мова – ось ті складові, які зумовлюють дієвість та естетичну привабливість фейлетонів Олега Чорногуза.

ЛІТЕРАТУРА

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ "Перун", 2002. – 1440 с.

2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 139 с.
3. Журбина Е. И. Искусство фельетона. – М.: Худ. лит, 1965. – 288 с.
4. Кононенко П. Феномен Олега Чорногуза // Чорногуз О. Зібрання творів: У 7-ми томах. – К.: КИТ, 2006. – Т. 1. – 436 с.
5. Костенко Ліна. Вибране. – К.: Дніпро, 1989. – 559 с.
6. Літературознавчий словник-довідник / Р.Т. Гром'як, Ю.І. Ковалів та ін. – К.: ВЦ „Академія", 1997. – 752 с.
7. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика: Навч. посіб. – К.: Вища шк., 2003. – 311 с.
8. Чорногуз О. Ф. Зібрання творів: У 7-ми томах. – К.: КИТ, 2006. – Т. 6. – 464 с.

The article covers the analysis of composition and style peculiarities of feuilletons by eminent Ukrainian humorist-writer Oleg Chornoguz, classifies headers, defines the role of epigraphs and subheadings, and describes the characteristics of author's feuilletons structure elements.

Key words: feuilleton, humor, satire, irony, pun, epigraph, compositional method.

Голинська Г.О.

СТИЛІСТИЧНІ КОНОТАЦІЇ ВЛАСНИХ НАЗВ У ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ МИКОЛИ КУЛІША

У статті розглянуті стилістичні функції онімів в художньому просторі драматичних творів Миколи Куліша, визначена їх важлива роль у характеротворенні, створенні естетичних асоціацій, у побудові сюжету. З`ясовано, що обігрування онімічних одиниць у контексті драматичних творів становить яскраву прикмету ідіостилю письменника.

Ключові слова: онім, художній текст, ономастичний простір, літературно-художня антропонімія, топонім, ергонім.

Вивчення і сприйняття художньої літератури є невід`ємним від вивчення специфіки її мови, того особливого «мовного почерку» письменника, що є показником неповторної творчої індивідуальності. Як відомо, вагому роль у створенні образу відіграє ономастична лексична взагалі і система іменувань персонажа зокрема. Саме «ім`я і образ, що паралельно створюються у творчості письменника, доповнюють і уточнюють одне одного» [7, 31], і відтворюють художній образ, суб`єктивно відображаючи об`єктивне, втілюючи авторський задум і авторську концепцію персонажа.

Вивчення літературної ономастики останнім часом все більше концентрується на вивченні стилістичної ролі власних назв. Дана проблема висвітлюється у працях: Л. О. Белея, С. І. Зініна, Ю. О. Карпенка, Є. С. Отіна, В. М. Калінкіна, Г. П. Лукаш, В. М. Михайлова, Т. В. Немировської, Е. В. Боєвої,