

основному стосуються теми виборчого процесу на Україні, перспектив нашої країни за нового президента.

В основному інформація про Україну подається у вигляді коротких аналітичних коментарів журналістів, підкріплених думкою компетентних осіб («Ukraine's democratic evolution on hold», «Ukraine opposition challenges Yanukovich in court»). Виявлено 2 матеріали, де Україна згадується як країна, де знаходяться сотні місць масового захоронення людей під час Голокосту («Holocaust's untended graves»). Зустрічаються публікації у вигляді заміток з аналітичним коментарем («Ukraine to pass law scrapping NATO ambitions»).

Газета «The Washington Post» завдяки ефективній політиці своїх видавців та редакторів досягла високого рівня подачі інформації не тільки на сторінках газети, але й сайту. Різноманітність кожного номеру свідчить про злагоджену роботу всього колективу редакції. До негативних моментів можна віднести, на нашу думку, зловживання рекламою на сторінках видання, а також одноплановість висвітлення аспектів життя України у заданий нами період.

Наук. кер. – Жиленко І.Р., канд. філол. наук, доц.

ЗАСОБИ ЕКСПРЕСІЇ МОВИ (ПЕРИФРАЗ) У ПАМФЛЕТАХ М. ХВИЛЬОВОГО

Євтушенко В., студ.

Шляхом аналізу циклу памфлетів «Камо грядеши» та «Думки проти течії» М. Хвильового з'ясовується як перифраз може виступати засобом експресії мови та слугувати для створення комічного ефекту.

Ключові слова: засоби експресії, публіцистика, перифраз, сарказм, памфлет, вплив на читача.

М. Хвильовий – український поет, письменник, публіцист. Його памфлети багатьма дослідниками й читачами вважаються зразковими і слугують чудовим академічним прикладом для наслідування. У період літературної дискусії 1925–1928 рр. вони були своєрідним «каменем спотикання», каталізатором суспільної ситуації. Саме про це й пише С. Гречанюк: «Його статті й

памфлети, написані гостро й дотепно, в кращих традиціях полемічної літератури, не тільки збурювали й виконували роль каталізатора – вони несли і багато посутнього, цінного, того, що лягло у спільний знаменник тогочасної дискусії і сьогодні сприймається як наше, без його авторства» [1, с. 131].

Яскрава особистість М. Хвильового як у 20–30-ті рр. ХХ ст., так і на початку ХХІ викликає жвавий інтерес багатьох дослідників: Ю. Бойко (Блохін), П. Голубченко, С. Гречанюк, Д. Донцов, М. Жулинський, Ю. Лавріненко, І. Лисяк-Рудницький, Л. Ставицька, О. Руденко-Десняк, Ю. Шерех. Зараз його публіцистика широко досліджується в дисертаційних роботах, монографічних наукових працях, статтях. Зокрема дисертантка з Харкова А. Микитенко на прикладі памфлетів М. Хвильового спростовує твердження «про неактуальність сатиричних творів радянської епохи, аналізує способи творення комічних образів, доводить, що за допомогою певних прийомів (сатиричного персонажу, сатиричної картини, сатиричного словесного образу, комічної деталі) полеміст висміює своїх опонентів і графоманів» [2].

Не дивлячись на широке коло дослідників і розмаїття напрямів досліджень життя й публіцистичної творчості М. Хвильового, перифрази в публіцистиці цього автора детально не вивчалися. Саме в цьому полягає новизна нашого дослідження.

Дослідження цієї теми вбачається нам важливим етапом у вивченні творчості М. Хвильового як публіциста та публіцистики як такої загалом, оскільки саме через дослідження конкретних творів ми маємо можливість не лише вивчити індивідуальні особливості стилю автора, але й можемо встановити закономірність та визначити спільні характерні риси жанру зокрема. Досліджуючи детально перифрази автора ми можемо відслідкувати його бачення, оцінку та ставлення до описуваних предметів. У цьому – актуальність теми дослідження.

Об'єктом є памфлети М. Хвильового – «Камо грядеши» та «Думки проти течії». Предметом – засоби експресії (перифраз) у мові памфлетів. Мета полягає у засобів експресії мови памфлетів М. Хвильового, а саме перифразу, як засобу, що служить для заміни прямої назви предмета. Для цього потрібно виконати такі завдання: з'ясування дефініцій «памфлет» і «перифраз», виділення типів перифразів за їх призначенням та функцією в тексті, визначення мети їх використання.

Для досягнення мети й виконання поставлених завдань ми застосували загальнонаукові методи дослідження, зокрема історичний, класифікація, типологічний аналіз, метод актуалізації та аналіз текстів.

Такий засіб емоційної лексики як перифраз досліджували О. Галич, Л. Завгородня, І. Кобилянський, М. Коломієць, А. Новиков, Є. Регушевський, О. Шаповал. У той же час бракує досліджень, присвячених проблемі використання перифразу як елементу загострення читацького сприйняття на шпальтах регіональної комунальної преси. Саме в цьому й виявляється актуальність нашої роботи.

Отже, спочатку з'ясуємо що таке памфлет. В. Здоровега дає таке визначення: «Памфлет – переважно безсюжетний сатирично-публіцистичний твір, в якому автор, вдаючись до гострої іронії та сарказму, гнівно таврує суспільно-небезпечні, на його думку, насамперед політичні явища і вади» [3, с. 252]. І. Михайлин у свою чергу вважає, що памфлет: «один з найголовніших жанрів соціальної критики, злободенний, гостросатиричний твір, викривальний пафос якого спрямований на нещадне осміяння суспільно шкідливих явищ, організацій і відомих осіб» [4, с. 83]. А. Микитенко, дослідивши засоби публіцистичної виразності у памфлетах саме М. Хвильового, дала таке визначення цього терміна: «памфлет – це художньо-публіцистичний твір на актуальну тему, призначений для прямого впливу на громадську думку, стилю якого притаманні афористичність, експресивність, ораторські інтонації, образність, іронія, згущена до сарказму» [2].

Сам М. Хвильовий говорив, що: «Хоч ми в інституті шляхетних дівчат і не вчилися, але розуміємо, що памфлет без «ядрьоних» «ізмів» – не памфлет» [5, с. 404].

Проте, «ядрьоними» «ізмами» в памфлетах може бути не тільки сарказм. Автор це доводить, викриваючи суспільно-небезпечні явища за допомогою перифразів.

Тож, наступне, що з'ясуємо, – перифраз. Літературознавчий словник-довідник подає таку дефініцію: «Перифраз – мовний зворот, який вживається замість звичайної назви певного об'єкта і полягає в різних формах опису його істотних і характерних ознак» [6, с. 546]. Л. Завгородня говорить, що: «традиційно в лінгвістиці під перифразом розуміють вторинну назву, яка є засобом образно-описової характеристики і виступає синонімом до слова чи

вислову, що є основною назвою предмета» [7, с. 75].

Керуючись цими визначеннями, ми виділили в памфлетах М. Хвильового такі типи перифразів за їх призначенням та функцією в тексті:

- Утворені від власних назв, узагальнюючі;
- Анонімні;
- Традиційні;
- Образливі, або вульгарні – для створення іміджу певної людини, явища;
- Іронічні;
- Варваризми;
- Фразеологічні.

Розглядаючи кожен із цих видів окремо, можемо відзначити діяльність тогочасних літературних угруповань у контексті історичних подій, ставлення до них та їхніх лідерів М. Хвильового, його оцінка мистецької ситуації та відповідно стереотипи, створені його памфлетами у свідомості читачів.

Отож, перший тип – узагальнюючі перифрази. Вони утворені від назв літературних організацій. Так, наприклад, «Плуг» – утворена 1922 року, спілка селянських письменників. Її членів М. Хвильовий називає плужанами [5, с. 390]. Спілка пролетарських письменників – «Гарт», її члени відповідно – гартіванці [5, с. 390]. Напостівці [5, с. 390] – прибічники напостівської платформи.

Анонімні перифрази М. Хвильовий використовує для позначення типових особистостей. Так, відповідаючи у своїх памфлетах одному із просвітян, автор називає його «енком». Далі поруч із останнім з'являється ще й інша особа: «сотні «просвітян» [...] виступають по різних радянських журналах з «червоними» фразами під прізвищами якогось «ця» чи «енка» [5, с. 394].

На позначення людини, якій М. Хвильовий у своїх памфлетах відповідає, він використовує традиційні перифрази, які не містять оцінки, не мають експресивного забарвлення, не несуть інформації про ставлення автора до особи, групи осіб. Це такі перифрази: наші опоненти [5, с. 407], наш літературний супротивник [5, с. 428], наш друг [5, с. 430], російський критик (про Воронського) [5, с. 437], (цей) товариш [5, с. 459]. А також вже стереотипізовані перифрази, як, наприклад, про Плеханова – «батько російського марксизму» [5, с. 406].

Образливі (вульгарні) перифрази автор використовує для

надання оцінки певній особі, предмету, явищу. В таких перифразах яскраво відображене ставлення М. Хвильового до того, про що він пише. Такі перифрази найбільш експресивно забарвлені, іноді вони утворені від вульгарних слів, або створюють вульгарний образ. Так, наприклад, діяч просвіти стає «сатаною в бочці» з гопаківсько-шароваристої, тепер ультра-червоної «Просвіти» [5, с. 391], а в сумі члени «рідненької» (так М. Хвильовий називає «Просвіту») – «різні свистуни і провокатори», «літературні спекулянти і профанатори» [5, с. 391-392]. Їхню діяльність він характеризує як червону «графоманію», безшабашну або «сатанинську» свистопляску [5, с. 401-402]. Учнів «Просвіти» заслужено чи ні він називає «синами похабного «сатани» з «ультра-міщанської «бочки» [5, с. 401].

Згодом, анонімний «енко» стає «Заратустрою з задрипанок» [5, с. 423], а Україна – «хохландією» [5, с. 444].

Проте не лише «Просвіту», «яку самоварники й аршинники з пролеткульту доконали» [5, с. 434], критикує М. Хвильовий. Стосовно літературного угруповання «Молот», він говорить, що це «колоніальне володіння «енків», чи просто «молотівська» колонія» [5, с. 395-396]. Письменників-прихильників С. Петлюри називає «політичними прохвостами з міщансько-петлюрівського табору», «петлюрівською наволоччю» [5, с. 440].

Поряд із цими перифразами автор також вживає іронічні, називаючи Шпенглера «фашистським мислителем» [5, с. 391], а С. Пилипенка – «богатирем Єрусланом Лазаревичем», «маестро», «гросмейстером» та «папашею» [5, с. 428-429].

Широко присутні в памфлетах М. Хвильового й перифрази-варваризми, тобто іншомовні, розмовні слова записані транслітерацією. Так наприклад читаємо, що «енко» з «глибокомисленним вираженім во взорє» дозволяє собі говорити про критику. Через таку критику М. Хвильовому мало не довелося «бити стулья» [5, с. 461], хоча О. Копиленко і не «возомнил о себе» [5, с. 461]. Проте, за словами М. Хвильового, сухим з води вийти не довелося, бо Ол. Дорошкевич у своїй статті розкриває першого як «обличителя «Просвіти» [5, с. 464].

Не скупиться М. Хвильовий і на розмовну лексику. Наприклад, характеризуючи оповідання того ж таки «енка», він вживає такі слова як «циндент» (замість інцидент) та «сторії» (замість історії) [5, с. 400].

Фразеологічні перифрази – це ті, які вживаються найчастіше

і є частиною сталого фразеологічного звороту. Вони майже позбавлені зв'язку зі своїм першопочатковим семантичним значенням, оскільки є штапованими. Так само і їхня експресивна забарвленість. Проте, М. Хвильовий використовує такі вирази досить поширено. Наприклад, замість виразу «нещирі сльози» він використовує фразеологічне «крокодиляча вода» [5, с. 394]. Для опису сучасних літературних творів він трансформує фразеологізм про «три мішки гречаної вовни» [5, с. 412]. Окрім цього автор широко використовує такі фразеологічні звороти як «ведмежа послуга» [5, с. 461], «чорт його знає» [5, с. 450], «прийняв за чисту монету» [5, с. 465], «коли гармати говорять – музи мовчать» [5, с. 416], «чув дзвін, та не знає де він» [5, с. 423], «все, що на користь нашим ворогам, є на шкоду нашим приятелям» [5, с. 439].

Не зважаючи на таку різноманітність перифразів та інших засобів експресії мови в памфлетах М. Хвильового, можемо сказати, що майже всі вони використані автором для єдиної мети: комізувати об'єкти опису, показати своє ставлення до них, викрити їх соціальну небезпеку та створити відповідне уявлення про них у свідомості читача. Тобто таким чином, через сміх та жарти, вплинути на публічну думку.

Саме за допомогою перифраза, на думку О. Галича, цього й можна досягнути. «При дотриманні певної міри перифраз може виступати як засіб художнього увиразнення мови. Зокрема, він дуже часто використовується з метою створення комічного враження» [8, с. 219].

Стосовно засобів комізму, зокрема у памфлетах М. Хвильового, писала А. Микитенко: «сміх у памфлетах М. Хвильового має різноманітну тональність – від доброзичливого жарту до відвертого глузування. Цей тон залежить від того, на кого спрямований сміх. У памфлетах присутня сильна суб'єктивізація, проте іронія та сарказм є не просто виявом емоцій, вони входять до системи засобів аргументації, містять певне змістове наповнення» [2]. А вивчаючи суб'єктивне ставлення М. Хвильового до подій того часу, можемо вийти на його світоглядні ідеали й відповідно подальше вивчення його публіцистики.

Таким чином можемо сказати, що використання М. Хвильовим перифразу як засобу експресії мови у циклах памфлетів «Камо грядеши» та «Думки проти течії» цілком виправдане, оскільки таким чином він створює певну пастку для

читача, за допомогою якої все глибше й глибше затягує його до сприйняття тексту, заглиблення в літературну дискусію та спроб розшифрувати, які особи та явища приховуються за назвами подібними до «енко» та «сатанинська» свистопляска».

БІБЛІОГРАФІЯ:

1. Гречанюк С. На тлі ХХ століття: літ.-критич. нариси / Гречанюк С. – К. : Рад. письменник, 1990. – 311 с.

2. Микитенко А. М. Автореф. дис. на здобуття ступ. канд. філол. наук. Засоби публіцистичної виразності та дієвості (на матеріалах памфлетів і нарисів М. Хвильового). – Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2005. – 16 с.

3. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : [підруч.] / Здоровега В. Й. – [2-е вид.]. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.

4. Михайлин І. Л. Основи журналістики : [підруч.] / Михайлин І. Л. – [3-є вид.]. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.

5. Хвильовий М. Твори: У 2 т. – К.: Дніпро, 1990. – Т. 2. – 925 с. Т. 2: Повість. Оповідання. Незакінчені твори. Нариси. Памфлети. Листи / Упоряд. М. Г. Жулинського, П. І. Майдаченка.

6. Літературознавчий словник-довідник / [Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін.]. – К. : ВЦ «Академія», 1997. – 752 с.

7. Завгородня Л. В. Перифрази як засіб стереотипізації соціальної інформації / Л. В. Завгородня // Наукові записки Інституту журналістики. – К. : Інститут журналістики, 2002. – Т. 7. – С. 75–78.

8. Галич О. А. Теорія літератури : [підруч.] / Галич О. А., Назарець В. М., Васильєв Є. М. ; [за наук. ред. О. А. Галича]. – К. : Либідь, 2001. – 488 с.

Наук. кер. – Садівничий В.О., канд. наук із соц. ком., ст. викл.

КОЛІР ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ В РЕКЛАМІ

Котляр А., студ.

У зв'язку зі стрімким розвитком психології реклами, а відтак і кожної з її галузей, зростає і конкуренція між рекламними компаніями. Колір як інструмент дієвості рекламних звернень займає осібне місце у дослідженнях психології реципієнта.

Ключові слова: колір, емблема, мережа, дизайн.

Серед дослідників, що стоять у витоків вивчення даного питання: науковець Ісаак Ньютон, психолог Карл Флехінгаус,