

Обосновано понятие готической поэмы, акцентировано внимание на острых сюжетных коллизиях, байронических героях, иррациональных эффектах.

Ключевые слова: романтизм, готическая поэма, байронический герой, экзистенциальность, бессознательное, мистицизм, трагизм.

Astaf'ev O.H. prof.,

Institute of Philology, Taras Shevchenko University of Kyiv

GOTHIC FEATURES AT SEVERIN GOSHCHINSKY «ZAMEK KANIOWSKI»

In the article the work «Zamek Kaniowsku» («The Kanev lock») by Severin Goshchinsky, devoted to the time of Koliyivschyna is analyzed. The concept of a Gothic poem is substantiated, the attention is focused on sharp subject collisions, Byronic heroes, irrational effects.

Key words: romanticism, Gothic poem, Byronic hero, existentiality, unconscious, mystic, tragic element

Стаття надійшла до редакції 16.10.2014 р.

УДК 811.161.2'38

Артемова Л. В., доц.,

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

ІРОНІЯ ЯК МАРКЕР АВТОРСЬКОГО СТИЛЮ ІСПАНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ

Статтю присвячено дослідженню іронії як стилетвірної категорії іспанської аналітичної колонки. Розглянуто також види іронії, іронічний намір та іронічний контекст.

Ключові слова: іронія, колонка, колумніст, ситуативна та асоціативна іронії

Іронічне сприйняття дійсності перетворилося на одну з провідних ознак сучасної міжособистісної та масової комунікації. Здається, що іронія всюди-суща: її можна знайти у будь-якому тексті та жанрі. Не є винятком іспанська періодика. Такий потужний позалінгвістичний фактор, як затяжна економічна криза, негативно впливає на всі сфери суспільного життя Іспанії, особливо соціальну, що сприяє «розквіту» іронічного сприйняття дійсності з боку

творчих особистостей. Зокрема, іронію можна назвати визначальною рисою такого публіцистичного жанру авторських статей, як колумністика.

Актуальність цього дослідження обумовлено необхідністю подальшого дослідження іспанської колонки як масмедійного жанру, який поєднує в собі риси багатьох інших газетних жанрів, що знаходить своє відображення в особливій манері подання матеріалу. Оскільки іронія у багатстві своїх проявів може забарвлювати весь текст, ми припускаємо, що в певних авторських публікаціях іронічний задум (асоціативна іронія) пронизує всі рівні повідомлення. Іронія в цих випадках виступає тією віссю, на яку нанизується мовний матеріал і яка зумовлює його відбір.

Наукова новизна полягає у спробі розглянути функціонування іронії в колонці не тільки як стилістичного засобу, а як маркеру, що визначає тон висловлювання аналітичної статті, відображає іронічний намір колумніста і впливає на сприйняття повідомлення читачем.

Об'єктом нашого дослідження виступають аналітичні тексти друкованих іспаномовних ЗМІ, які містять іронію, адже попри активний розвиток електронних мас-медіа, значною все ж таки залишається роль друкованої преси. В ній за ступенем суб'єктивності у способі представляти дійсність лідирують авторські або аналітичні жанри. **Предметом** дослідження стали засоби образного мовлення – тропи та фігури, метою використання яких є створення іронічного контексту в аналітичній публікації. Нашою **метою** є довести справедливості визначення іронії як маркера ідіостилію цього жанру статей.

Існує велика кількість тлумачень іронії, які варіюються від найпростіших до досить розгалужених (починаючи з часів Аристотеля і Сократа й до сьогодення). Традиційно іронію визначають як протиріччя між тим, що говорять, і тим, що має бути зрозумілим, або, якщо точніше, це різниця між тим, що говорять, і тим, про що думають. М. Торрес Санчес вирізняє три види протиріч, які створюють іронію, а саме:

а) експліцитне протиріччя, яке часто виникає між вираженим вербально і задуманим;

б) проти-права: виникає тоді, коли припущення, виражене вербально, спростовують імпліцитною ситуативною або контекстуальною інформацією;

в) приховане протиріччя: виникає тоді, коли з повідомлення випливають два умовиводи, які приводять реципієнта до двох різних інтерпретацій, а відтак до двох імпліцитних змістів, що суперечать один одному [Torres Sánchez 1999, 99].

Всі перелічені види протиріч підкреслюють біномну природу іронії, де з одного боку передбачено викривлення значення, а з іншого – кепкування, як невід'ємну рису іронії [Zavala 92, 62].

Найуживанішою формою іронії за риторичною традицією є так звана *вербальна* іронія. Цей термін можна справедливо вважати найширшим. Однак не слід вважати іронію виключно фігурою мовлення, оскільки вона є результатом одночасного накладання декількох різних аспектів і виявляється у перехрещенні експліцитної перспективи, яка, в цьому випадку, має на меті позірний опис ситуації, та імпліцитної, яка відображає реальність [там само, 74].

В нашому дослідженні буде також охоплено увагою *інтенціональну* іронію, зважаючи на потребу докладно розглянути присутність творця іронії, колумніста, чий намір безпосередньо втілюється у викритті цієї парадоксальної ситуації.

Однак, окрім автора, повинен існувати той, хто спроможний відчувати цю ситуацію, розтлумачити невідповідність або фрагментарність якогось аспекту цього світу, без чийого існування іронія не може відбутися. Відповідно, адресат відіграє чи не таку ж важливу роль, як і сам автор. Колумніст створює іронічну ситуацію, однак читач відповідає за правильну реакцію на неї. Він має розпізнати намір автора – процес, що є неможливим без володіння певними компетенціями, які дозволяють читачеві інтерпретувати текстові показники іронії: від найпростіших – використання лапок – до елементів інтертексту. Необхідні для цього читачькі компетенції виходять за межі лінгвістичних або просто риторичних, що працюють на рівні знання мови, або навіть стилю викладення, але розповсюджуються на культурні, ідеологічні сфери, знання яких і дає можливість відчувати алюзії або конотації, що можуть проявлятися лише при осягненні тексту у всій його повноті. Таким чином, мова йде про важливість «вертикального сприйняття» тексту. Цю думку поділяє і У. Бут, який вважає, що для адекватної інтерпретації іронії між автором і читачем має існувати «співучасть» (*complicidad*). Вони повинні володіти спільним знанням лексичної та граматичної систем мови, літературних жанрів, загальним культурним досвідом тощо [Booth 86, 14].

Розглянемо під цим кутом зору уривок зі статті Х. Круса «Власне»: *Escribo “lo privado” porque quiero referirme a lo público. Lo público es lo privado por otros medios. Cuidamos lo privado porque es nuestro, lo consideramos inviolable, como nuestra intimidad. (...) Ahora ya hemos visto lo que ha pasado con el dinero público (¿o privado?) de la vieja Caja Madrid, de quí manera disponnan (para lo privado) los que habnan sido elegidos para administrar lo público. Eso no solo sonroja porque muestra el poco respeto que estos secores tennan por lo de otros, sino por el poco respeto que se tennan. ¿Cymo no tuvieron la pulsíyn de decir que eso no era suyo? ¿Cymo es posible ese desvergyenza en la gestiyn pública? Pues es fõcil deducir que porque tienen poco respeto tambiün por lo privado, porque*

en circunstancias iguales serhan capaces de apropiarse tambiün de lo privado. ¿Que no es ash?

Запропонований уривок колонки містить частину вступу та заключної частини, однак він найкращим чином відображає зміст статті. Як бачимо, автор вибудовує повідомлення на опозиції двох ключових лексем: «власне» і «суспільне» (“*lo privado*” і *lo público*). Окрім очевидної гри слів та численних лексичних повторів, які утворюють риторичну канву, відбувається семантичне прирошення. Значення цих слів стосуються вже не стільки власності як такої, скільки суспільства і грошей, у цьому разі державних та приватних вкладів. Додається ще одна повторювана лексична одиниця, а саме *el poco respeto* (неповага), яка гармонійно доповнює негативно маркований контекст: *esto no solo sonroja, ese desvergьenza, apropiarse*. Зважмо, що статтю колумніст розпочинає від власного імені: *Escribo quiero referirme*, потім він ототожнює себе зі своїми читачами: *Cuidamos ... nuestro*, і, подібно до вибудованої лексичної опозиції, він створює також опозицію займенникову, а саме “yo”, “nosotros” VS “ellos” (“*estos secores*”). Тут «Я», «ми» – це позитивна ланка, на відміну від «них» – негативної. Окрім того помітним є тяжіння Х. Круса до вставних конструкцій, серії риторичних запитань, епіфори та підхвату, тобто засобів усіх мовних рівнів, що використовуються з метою створення іронічного ефекту, який стає можливим не лише завдяки формально вираженим експліцитним мовним засобам, але й через сприйняття імпліцитної інформації.

Підкреслимо, що тип тексту, з яким ми працюємо, а саме авторська колонка, є в сучасній іспанській періодиці чи не найяскравішим, найексцентричнішим жанром. Колонку можна визначити як винятково оригінальний твір, який відображає певний аспект життя іспанського суспільства, особливим чином висвітлений автором-журналістом, який в нашому випадку є не просто співробітником засобу масової інформації, а відомим письменником, чия слава підкріплена численними літературними преміями і чий прихильники поділяють його думки та смаки, схильні дослуховуватися до автора.

Іронічний намір має два аспекти. Автор прагне змалювати ситуацію як парадоксальну, невідповідну або фрагментарну і водночас переконати читача в тому, що такі цінності та перспектива, з якої він тлумачить цю ситуацію, слід сприймати як іронічні. Тут спрацьовують дві умови: по-перше, читач визнає конвенції, які обігрує автор, а по-друге, він поділяє бачення світу, яке йому пропонують. Тобто читач має володіти навичками особливого способу читання – декодіфікації.

Варто згадати про можливість такого прочитання або декодування тексту, який не передбачений автором, а продиктований інтуїцією, імпульсами,

уподобаннями або бажаннями читача. В такому разі первинність тексту та наміру автора втрачають свою першість. Маємо до справи з індивідуальним сприйняттям іронічних форм та перспектив, не закладених автором. Проте ми вважаємо, що у більшості випадків задуманий автором іронічний ефект реалізується при ознайомленні з іронічним контекстом.

Для створення іронічного контексту використовують також ситуативну та асоціативну іронії. Широка гама відповідних мовних засобів є загальнови́домою [Походня 89, 84]. Зокрема, на лексичному рівні їхню роль відіграють базові тропи, а саме метафора, метонімія, гіпербола, вульгаризми та лайливі слова – як одиниці розмовного стилю: *La agresividad se ha alimentado como una fymrula sin la cual parece que a la sal del periodismo le falta pimienta. ; Al llegar al Cafñ Gijyn, se planty ante los tertulianos y exclamy, como un periodista dando una noticia: “¿Estuve en El Escorial y es cojonudo!”.*

На лексико-семантичному рівні мова йде про епітети, порівняння, анти-тези, гру слів, наприклад: *Cameron y Rajoy tienen entre manos un asunto que cada uno ha abordado a su manera, el inglñs aplicando el espera y verñs y el espacol el ya verñs si esperas. ; Ahora lo que estñ de moda es responder; todo el mundo tiene una respuesta, y ùsta tiene mñs prestigio si la dices rñpido, como una ametralladora. ; Pues los astutos suelen ser cautos en la oratoria, como los loros mudos, que siempre parecen mñs listos porque no dicen ni mi.*

На синтаксичному рівні йдеться про різні види повторів, вживання емпатичних та вставних конструкцій, окрім того, зевгми, оксюморона, каламбуру, наприклад: *Desde esa perspectiva borgiana, la posibilidad de que Cataluca deje de ser parte de mi pans a mi me parte el corazyn. ; La gente se pregunta (ahora mñs, cuando ven su cama en la exposiciyn que el Centro de Arte Moderno ha abierto en la Casa de Amñrica) por quñ Onetti se pasy una dñcada acostado, como otros personajes (reales) de Caballero Bonald.*

У багатьох випадках виокремити іронію для кожного мовного рівня виявилось неможливим. Розглянемо кілька прикладів, щоб зрозуміти, наскільки близько переплітаються тропи та фігури мовлення, які в даному випадку колумніст використовує для створення ситуативної іронії: 1. *Quieren preservar su marca, no quieren contaminaciones. Pues se han contaminado de marca diciendo marca. No rectificaron luego, de modo que deben estar pensando que, en efecto, son una marca y que como tal han de preservarse, con astucia, sin mancharse.* Маємо приклад анафори та епіфори (*marca, contaminar, preservar*), гри слів і парцеляції, тобто автором залучено засоби водночас лексико-семантичного та синтаксичного рівнів.

2. *Heart, cor, corazyn. No es raro, es inevitable. Al final de todo estñ el corazyn; incluso cuando votas, ahn estñ el corazyn; hasta el ùltimo latido, hasta el*

último aliento te acompaña el corazon. Es como la vincera del criterio. У цьому випадку використано паралельні конструкції, парцеляцію, епіфору та антропоморфну метафору, тобто засоби лексичного та синтаксичного рівнів.

3. *En enero escuché a un catalán (a uno que vive en Cataluña, para ser más preciso) prominente: “La situación es grave pero no preocupante. O preocupante pero no grave”.* У цьому реченні фіксуємо іронічний епітет, вставну конструкцію та гру слів, тобто поєднання експресивних засобів двох рівнів: лексико-семантичного та синтаксичного. Як бачимо, приклади унаочнюють теорію, яка говорить, що ситуативна іронія створюється на рівні речення чи абзацу, вона виникає через контраст між контекстуальним та прямим значенням слова, словосполучення чи тексту [Походня 1989,63].

Асоціативна іронія є вагомішою, бо реалізується на рівні всього тексту. Вона ґрунтується на ретроспекції в поєднанні з алюзією, гротеском, якщо мова йде про вертикальний рівень, і різних видах повторів, лексичних чи синтаксичних. Наведемо для ілюстрації колонку Х. Круса «Хитрість»: *No es sólo inquietante esa apelación de Mas a la astucia como manera de afrontar el futuro; es una estrategia, un programa político y una forma de pensar (...)//Ya se sabe para quién le ha servido a Mas la astucia como modo de empleo del tiempo. (...)Lo raro en un personaje así, acostumbrado a amagar y a decir que no está amagando, es que emita la palabra astucia, que la declare. Pues los astutos suelen ser cautos en la oratoria, (...)//Pero Mas hably, dijo astucia. Ya ven en quién consiste el plan B, en aplicar la astucia para marear al contrario.(...)//Todas son variantes de la astucia. Mientras tanto, mientras se decía todo eso, estaba en marcha la gran astucia, el House of cards más próximo: la fulminante defenestración de Alberto Ruiz Gallardín, el hombre al que equivocaron de ministerio para ir limando del todo su marca, su audacia y su astucia.* Як бачимо, колонку вибудовано автором на лексичному повторі у поєднанні з синтаксичним (епіфора, анадиплосис, кільце). Звернімо увагу також на градацію, утворену рядом дієслів *amagar – emitir – declarar*, і зважмо на контекст, на фоні якого створюється іронія: *inquietante, raro, marear*. М. Торрес Санчес також наголошує на тому, що зазвичай мовець, у нашому випадку автор, використовує не один, а низку засобів, щоб полегшити інтерпретацію і забезпечити якнайбільше наближення до авторського наміру отриманого реципієнтом смислу [Torres Sánchez 1999, 166]. Тобто залучити до свого мовного арсеналу якомога більше експресивних засобів, які б у сукупності створили задуманий журналістом перлюкутивний ефект.

Розглянутий ілюстративний матеріал дає нам право стверджувати, що іронія у більшості випадків забарвлює весь зміст авторської колонки і,

відповідно, може виступати маркером авторського стилю іспанської аналітичної колумністики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Torres Sánchez*, M. A. Aproximaciyn pragmática a la ironía verbal. – Còdiz: Universidad, Servicio de Publicaciones, 1999. – 195p. 2. *Zavala*, L. Para nombrar las formas de la ironía. www.filos.unam.mx/mis.../u8/01_zavala.pdf 3. *Booth*, W. C. Retyrica de la ironía. – Madrid: Taurus Humanidades, Alfabuara, 1986. – 361 p. 4. *Походня* С. И. Языковые виды и средства реализации иронии/ С. И. Походня. – К.: Наукова думка, 1989. – 129 с.

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

Cruz, J. Las ocho letras de Madrid, 19/10/2014, Cruz, J. La metamorfosis, 12/10/2014, Cruz, J. ¿Podemos ser periodistas? 4/10/2014, Cruz, J. Astucia, 28/09/2014, Cruz, J. “Heart”, “cor”, “corazyn”, 14/09/2014, Cruz, J. Preocupante, grave, 20/07/2014, Cruz, J. Las preguntas, 6/06/2014.

Стаття надійшла до редакції 16.04.2014 р.

Артемова Л. В., доц.,

Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, г. Київ

ИРОНИЯ КАК МАРКЕР АВТОРСКОГО СТИЛЯ ИСПАНСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

Статья посвящена изучению иронии как стилиобразующей категории испанской аналитической колонки. Рассматриваются также виды иронии, ироническая интенция и иронический контекст.

Ключевые слова: ирония, колонка, колумнист, ситуативная ирония, асоциативная ирония.

Artemova L. V., Assoc. Prof.,

Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

IRONY AS A MARKER OF THE AUTHOR'S STYLE IN SPANISH PUBLICISTICS

The article is dedicated to the investigation of irony as a style forming category of Spanish analytical column. Also the types of irony, ironical intention and ironical context are examined.

Keywords: irony, column, columnist, situational and associative irony.