

In asymmetric communicative situations a bow with respect value also indicates worshipping the supreme, recognition of inequality, humility; that is why this gesture marks a socially subordinate communicant.

The communicant of lower social status gave bows, accompanied by taking off the hat and kissing hands of the recipient. The form and manner of giving bows emphasize the difference in the status of communicants: that person who was giving bows not only became physically lower than the addressee but also showed lower psychological and social position in communication. So, there is every reason to consider everyday bows in the works of Ivan Franko as markers of a lower social status.

Key words: *nonverbal communicative components, everyday bows, asymmetric communicative situation.*

Отримано: 5.02.2015 р.

УДК 811.161.2:81'373.2

Горбач О.С.

ЕРГОНІМИ В САТИРИЧНОМУ РОМАНІ В. ДАНИЛЕНКА «ГАЗЕЛІ БІДНОГО РЕМЗІ»

У сатирично-гумористичних текстах своєрідно віддзеркалюються лінгвістичні ознаки епохи з позицій мовної особистості нового часу, що простежується, зокрема, через введення в текст літературного твору ергонімів [3, 3].

Літературний ергонім, як зауважує К. Трифонова, – це назва реально існуючого чи видуманого ділового об'єкта, яка вводиться в художній твір із певним стилістичним завданням, і виконує текстоутворювальну (сюжетноутворювальну), локалізувальну, характеризувальну, соціологічну, алюзійну та емоційно-експресивну функції. Цей вид літературних онімів є засобом образності й виразності в художньому творі [5, 7].

Ергонімна система як складник ономастикону художніх творів була об'єктом вивчення таких дослідників: Ю. Карпенка, Л. Кричун, І. Мариненко, Т. Наумової, А. Попович, О. Семенюка та інших. Мовознавці О. Усова й Л. Селіверстова розглядають літературні ергоніми як фонові оніми художнього твору.

Оскільки ергонімікон сатиричного роману В. Даниленка «Газелі бідного Ремзі» ще не був об'єктом наукових студій, це зумовлює актуальність нашої розвідки.

Мета статті – встановити й охарактеризувати типові особливості авторських літературних ергонімів, їх виражальні можливості та сатиричний потенціал. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: з'ясувати лексико-семантичну специфіку ергонімів сатиричного роману В. Даниленка «Газелі бідного Ремзі»; визначити їх функційно-стилістичне навантаження та проаналізувати контекстуальну роль.

Сатиричний роман майстра української літератури Володимира Даниленка «Газелі бідного Ремзі» – блискуча пародія на українську ментальність, політику та сучасний світовий порядок. Автор зображує події часів влади Леоніда Кучми [1, 2].

А. Попович стверджує, що ергоніми в сатирично-гумористичній прозі викликають сміх через надуманість назв установ, фірм тощо. В цих назвах відбито сліпе наслідування моди, копіювання закордонних зразків [2, 77].

Літературні ергоніми, які В. Даниленко вжив у романі, неоднакові за семантикою та емоційним насиченням. Відтак вирізняємо:

- ергоніми, складниками яких є власні імена людей (антропоніми): *компанія «Цирулевич і Кузюра ЛТД»* [1, 48], *ТОВ «Бумсик і партнери»* [1, 102], *колгосп «Шлях Ілліча»* [1, 288];
- ергоніми з використанням зоономенів: *клуби «Пан Коцький» і «Кіт Баюн»* [1, 43];
- ергоніми з іменами міфічних, біблійних персонажів та історичних осіб: *невідоме видавництво «Пегас»* [1, 325], *кафе «Купідон»* [1, 326], *кафе «Ноїв ковчег»* [1, 214], *готель «Гетьман»* [1, 218], *клініка «Феофанія»* [1, 475];
- ергоніми, складниками яких є назви космічних об'єктів та явищ природи: *компанія «По той бік місяця»* [1, 71], *придорожнє кафе «На семи вітрах»* [1, 475];
- назви, що мотивовані родом діяльності об'єкта: *кав'ярня «Вежа крамарів»* [1, 222], *генеральний перевізник «Українські авіалінії»* [1, 48], *будинок з написом «Телеграф»* [1, 237];
- ергоніми з використанням топонімів: *кав'ярня «Каффа»* [1, 101], *кав'ярня «Віденські булочки»* [1, 405], *«Третій Рим»* [1, 395];
- ергоніми з абстрактними поняттями: *кав'ярня «Бабуїн»* [1, 196].

В окрему групу зараховуємо ергоніми-аббревіатури, запозичені з реальної ергонімії України: СБУ [1, 144], ФБР [1, 151], ФСБ [1, 151], ЦК КПУ [1, 288], ЄС [1, 374], НАТО [1, 374], компанія «Укряцукор» [1, 113], Укрспецекспорт [1, 159], Фонд Держмайна [1, 370], Держстандарт [1, 404] та авторські складноскорочені назви: компанія «Вторчермет» [1, 241], компанія «Укравтомомовелобамбермот» [1, 159].

Літературні ергоніми, які письменник використовує в романі, наскрізь саркастичні, зокрема він номінує *Кабмін* на тюркський лад – «*Палац візирів*». Відслідковуємо паралельне функціонування ергонімів *Кабмін* та *Палац візирів*. В. Даниленко крізь призму бачення персонажа Ремзі дає визначення закладові та його провідній галузі роботи: «*Палац Візирів нагадує православний храм, куди усі приходять, щоб щось узяти*» [1, 357]; «*Палац Візирів був схожий на закам'янілу ропуху*» [1, 268]; «*З приходом Януковича Кабмін став нагадувати філію Донецької області. У кожному буфеті продають тільки пиво «Сармат» і цукерки «АВК». Треба їм написати листа, що група трудящих вимагає назвати горілку «Валуєвка» на честь графа Валуєва і його циркуляру*» [1, 281]; «*До обіду в Кабміні борешся з голодом, а після обіду зі сном*» [1, 281].

Автор досягає виразної гротескної картини, поєднуючи родову назву підприємства лише з прізвищем провідного фахівця – *Управління Писюри* [1, 282], *Управління Ковбасюка* [1, 282], *Протокольно організаційний відділ Пиркала* [1, 337], *Сектор тиражування документів Цмокала* [1, 337], *Сектор забезпечення протокольних заходів Гамкала* [1, 337], *Відділ інституційного забезпечення європейської інтеграції Шокала* [1, 337]. В. Даниленко у творі пояснює: «*У Палаці візирів існує навіть свій правопис, який відрізняється від офіційного й шанобливо ставляться до посад та всього, пов'язаного з державою, тому з великої літери пишуть такі слова, як Уряд, Відділ, Управління, Департамент*» [1, 270].

Ергоніми, зафіксовані в *Палаці візирів*, – цілком знакові: із окремих комічних та абсурдних номінацій, якими названі певні департаменти та відділи, письменник вимальовує пародію на всю владну піраміду, її некомпетентність та необізнаність. Коли Ремзі запросили на роботу до Кабміну у відділ прес-служби, то відразу ж письменник вживає ергонім «*Бомба*», який викликає асоціації в читача щодо сфери діяльності організації: «*Усі знають, що є ЦРУ, ФСБ, Моссад, Мі-6, але ніхто не знає, як називається китайська розвідка. І хоч ми не утаємничені китайці, але ми не будемо називатися ні інформаційно агенцією, ні прес-службою. Ми будемо називатися просто *Бомба**» [1, 277]. Із неприхованою іронією неологізм стає складником тропів: метафори – «*Як поживає *Бомба*?*» [1, 286]; метонімії – «*у *Бомбі* є вуха*» [1, 280]; «*з ранку до вечора ми сиділи в *Бомбі**» [1, 276], «*Я з *Бомби**» [1, 285]; синекдохи – «*гроші списав на *Бомбу**» [1, 317].

Характеристика персонажів увиразнюється через вживання в одному контексті різноманітних стилістичних засобів, де літературний ергонім домінує. Так, наприклад, оксиморонне звучання досягається через контрастне поєднання антропоніма та ергоніма «*Брати Побрихенські власники невідомого видавництва «Пегас»*» [1, 326]. «*Пегас у грецькій міфології – крилатий кінь, що вибив джерело, з якого пили воду музи і яке давало натхнення поетам-співцям*» [4, 107]. Письменник парадоксально інтерпретує мету видавництва, яка не підпорядковується благородній «крилатій» назві підприємства, адже через це видавництво власники хотіли провести корупційну схему – «*видати великим подарунковим накладом «Кобзаря», особливо це потрібно сільським бібліотекам, де потребують перевиданого кобзаря без купюр і, так би мовити, совітських інтерпретацій*» [1, 327]; «*І невідоме видавництво «Пегас», на рахунку якого було всього триста гривень, стало мільйонером*» [1, 329].

Сатирично-гумористична експресія чітко виражена в назві компанії «*Укравтомомовелобамбермот*» [1, 159]. Нашарування в одному слові низки скорочень створює помилкове враження про економічну чи громадську структуру закладу та про його широкоформатну діяльність. Але письменник підкреслює, що якість продукції компанії не відповідає стандартам: *Ви знаєте, що наша компанія – крупнейший центр по іготовленію всього нашого? – запитала кума. – У нас іготовляють італьянські туфлі, французькі, німецькі, турецькі, канадські, американські. – А де ви працюєте? – запитала Бублик. – В компанії «Укравтомомовелобамбермот»* [1, 159].

В. Даниленко описує тіньові обгородки компанії «*Укряцукор*» та «*Інтервент*». Номінуючи фірму іншомовною назвою «*Інтервент*» письменник відразу викриває наміри компанії через значення слова. У «Словнику української мови» читаємо: «*інтервент – організатор, учасник інтервенції; агресор, загарбник*» [5, 37]. Іронія прослідковується в словах представника фірми «*Інтервент*», яка конкурує із компанією «*Укряцукор*»: «*Коли я чую назву фірми, де є «укр.» – вдоволено чхнув Відриввухо, – то зразу ж лапаю, чи на місці мій гаманець*» [1, 113]. Відповідність слів про «*фірми, де є «укр.»*» віддзеркалюються в рядках: «*Пришебей влаштувавсь працювати в «Укрспецекспорт» і зараз торгує зброєю*» [1, 475].

В. Даниленко використовує ергонімії одиниці, щоб акцентувати абсурдність «*справи, від якої залежить репутація країни – проведення конкурсу для справжніх котів із усіх регіонів кра-*

їни» [1, 47]. Письменник вдало вплітає в сюжетну канву пафосні рекламні слогани. Контраст між рівнем заходу та його фірмами-організаторами викликає сміх у читача: «Генеральний спонсор конкурсу – компанія «*Цирулевич і Кузюра ЛТД*», що спеціалізується на виготовленні препаратів для боротьби з гризунами та іншими шкідниками народного господарства. Генеральний перевізник «*Українські авіалінії*», організаційна підтримка конкурсу – клуб фелінологів «*Пан Коцький*»» [1, 48].

Особливої уваги заслуговують назви закладів громадського харчування. Сатирична конотація увиразнюється шляхом номінування неелітарних кафе міфонемами або ідіомами біблійного походження. Фабула твору підсилює авторський задум, спрямований на показ модної тенденції, яка є подекуди недоречною: *Кафе «Купідон» з претензіями на дешеву оригінальність* [1, 326], «*В «Купідоні» компанія взяла пляшку горілки, каперси й шинку з ніжинськими огірками*» [1, 326]. Інколи інтер'єр, якість страв, обслуговування та назва закладу алогічні: «*Обідаючи в «Носовому ковчезі», я подумав, що в західних Курилівцях всі люблять політику, бо стіни, де ми обідали були обклеєні газетами, і це було зроблено доладу, ніби так і має бути*» [1, 214].

В. Даниленко часто вплітає в роман назви різних організацій, підприємств, закладів, які, будучи вагомими асоціативною деталлю, у відповідному контексті виявляють і поглиблюють сатиричну картину твору, підкреслюють авторську концепцію.

Отже, літературні ергоніми в сатиричному романі Володимира Даниленка «Газелі бідного Ремзі» слугують «економним» засобом для віддзеркалення жанрово-ідейного задуму письменника; опосередковано характеризують персонажів твору, відбивають їх інтелектуально-культурний фон; створюють сатиричний ефект через паралелі, асоціації, контраст; дають можливість відтворити колорит певної епохи.

Список використаних джерел

1. Даниленко В. Газелі бідного Ремзі / В. Даниленко. – Львів: ЛА «Піраміда», 2008. – 488 с.
2. Попович А. С. Мовностилістичні особливості української сатирично-гумористичної прози : [монографія] / А. С. Попович. – Кам'янець-Подільський: ПП Буйницький О. А., 2008. – 172 с.
3. Семенюк О. А. Мова епохи та мовна особистість у сатирико-гумористичному тексті : автореф. дис... д-ра філол. наук : 10.02.01 / О. А. Семенюк : НАН України. Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні. – К., 2002. – 33 с.
4. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства / [ред. І. К. Білодід] – К. : Наукова думка, 1970-1980. – Т. 4. – С. 37; – Т. 6. – С. 107.
5. Трифонова Е. К. Название деловых объектов: семантика, прагматика, поэтика: На материале русских и английских эргонимов : автореф. на соиск. науч. степ. канд. филол. наук : 10.02.19 «Теория языка» / Е. К. Трифонова. – Волгоград, 2006. – 37 с.

Анотація. У статті проаналізовані особливості функціонування авторських ергонімів у сатиричному романі В. Даниленка «Газелі бідного Ремзі», з'ясована їхня семантико-стилістична роль, сатиричне навантаження; проаналізоване їх контекстуальне значення в оригінальній композиції твору.

Ключові слова: літературний ергонім, гумор, сатирична конотація, контекст, сатирично-гумористична експресія.

Summary. This article analyzes the peculiarities of copyright erhonimiv in satirical novel V. Danilenko "Gazelle poor Ramsey," clarified their semantic and stylistic role satirical load; analyzed their contextual meaning in the original composition of the work.

Literary ergonems is the name of a real or devised a business object that is put into canvas art work with a certain stylistic challenge and takes tekstcreated (plotcreated), localizing, characteristics, sociological, alyuziynu emotional and expressive feature. This dumb literary imagery and a means of expression in the artwork. Ergonems a satirical humorous prose are ridiculous because artificiality names of institutions, companies and others. These names reflected a blind following of fashion, copying foreign designs that detects worthlessness, inability bureaucracy scientific staff of these organizations.

Erhonims names are an additional means of depicting characters evaluative characteristics of the work. Satire and humor expression clearly expressed in the title of the company. The valid number in one word cuts creates a false impression about the economic or social structure of the institution and its large-format work. But because of the context of the writer emphasizes that the quality of the company's products do not meet the standards.

Vladimir Danilenko is expressive grotesque paintings, combining generic name only company with leading specialist name literary ergonems a satirical novel by Vladimir Danilenko "Gazelle poor Ramsey": serve as "economical" way to display the genre and its idea of the writer; indirectly characterize the characters work, reflecting their intellectual and cultural background; create satirical

effect through parallel association contrast; allow the color to show a certain age, which portrayed the writer. V. Danilenko often weaves a novel names of organizations, enterprises, which, if significant associative detail in the appropriate context discover and deepen satirical picture of the work, emphasize the author's concept.

Key words: *literary erhonims, humor, satirical connotation, context, satirical comedy expression.*

Отримано: 12.01.2015 р.

УДК 811.161.2'38

Гудима Н.В.

КАРНАВАЛІЗАЦІЯ ХУДОЖНЬОГО МОВЛЕННЯ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОЇ ПРОЗИ

Карнавалізація художньої мови – це вербалізація ігрової концепції культури, карнавального протесту проти лінгвістичного пуританства засобами амбівалентної мовної гри, пародії, створенням семантичного й текстового хаосу та стилістично зниженими мовними ресурсами для усвідомленого порушення естетичних канонів мововираження й норм суспільної моралі [2, 5]. Для українських письменників, на думку Н.В. Кондратенко, основою мовних ігор є карнавалізація, що передбачає використання різноманітних масок – «переодягання» мовних одиниць, «перекручування» значень і форм [11, 74]. Причому зв'язок тут зворотний: так само і «мовна гра стає основою карнавалізації» [1, 202]. Тексти сучасних українських письменників демонструють особливу «іронічну лінгвістичну поведінку» [1, 202], що зумовлює появу мовних трансформацій лексичного типу.

Увагу сучасних дослідників привертає український постмодернізм, зокрема, належно вивчено цей період у літературознавчому аспекті (С.М. Андрусів, Ю.І. Андрухович, Н.Г. Білоцерківець, І. Гассан, Т.Н. Денисова, Л.Б. Лавринович, М.Г. Павлишин, Р.А. Семків, Г.М. Сиваченко, І.М. Фізер, Р.Б. Харчук та ін.), менше – в мовному плані (Н.В. Кондратенко, І.О. Дегтярьова та ін.). Тому **метою нашої статті** є розглянути принцип карнавалізації художнього мовлення (мовну гру) як одного з визначальних у формуванні запозиченої лексики українського постмодерністського тексту; визначити загальні риси мови як засобу карнавальної дійсності та окреслити ті чи ті стилістичні навантаження запозиченої лексики в прозовому тексті.

Теоретично карнавалізацію як стильову домінанту текстотворення переконливо визначила І.О. Дегтярьова на матеріалі постмодерністської прози, де представлені особливі мовні засоби вираження карнавалізації: «мовна гра, пародія, інтертекстуальність, стилістично маргінальна лексика (жаргонна, лайлива лексика), злиття і контрастування літературної та нелітературної мови, синкретичні тропи, лексико-семантична група «карнавал», карнавальні образи та символіка, ігри з орфографією та структурно-графічним оформленням тексту» [2, 11]. Проаналізувавши стиль українських постмодерністських прозових текстів, І.О. Дегтярьова визначає лінгвістичні засоби карнавалізації художньої мови: 1) мовні ігри; 2) інтертекстуальність, полікодовість та поліфонію; 3) своєрідний ономастикон: топоніми, антропоніми, гідроніми, зооніми; 4) зіткнення літературної та нелітературної мови, вживання стилістично маргінальної лексики (жаргонних, просторічних, лайливих слів); 5) травестування, пародіювання і деконструкцію мовних формул, сталих виразів і фразеологічних зворотів та мовну іронію; 6) синкретичні тропи та їх ампліфікацію; 7) текстову активність макрополя «карнавал»; стилізацію мовлення під карнавально-майданний стиль; 8) структурно-графічне оформлення тексту [3, 52-53]. Якщо, на думку І.О. Дегтярьової, карнавалізація є ширшою за обсягом, ніж мовна гра, та містить останню як один зі складників, то карнавалізацію розглядаємо як ядро принципу мовної гри, як найяскравіший вияв сміхової культури, реалізований через мовну гру.

Мовна гра, до якої вдаються українські постмодерністи, засвідчує високий інтелектуальний рівень і авторів, і творів, і вимоги до читача. Мовні ігри ґрунтуються на синонімічних, омонімічних зв'язках, тому треба знати внутрішні закони функціонування чужої мови, щоб зрозуміти той ефект, що його прагне довести автор. У грі з мовою українські постмодерністи створюють слова-гібриди, пояснюють значення деяких слів, використовуючи при цьому засіб «народної етимології». Прийом етимологізації – пояснення значення, походження іншомовного слова, автори постмодернізму використовують для створення гумористичного, комічного ефекту розповіді.

Мова як засіб карнавальної дійсності у творах українських постмодерністів наділена такими загальними рисами: