

С. В. ВАРЕНИК
У ПОШУКАХ КОМІЧНИХ АСОЦІАЦІЙ

В арсеналі художньо-виражальних і композиційних засобів фейлетону чільне місце займають так звані асоціативні елементи, що створюють жартівливу, глузливо-сатиричну тональність.

Стикається далека історична епоха й актуальний сьогоднішній день. Причому не тільки стикається, але й уподібнюється. Використовуючи реалії нашого побуту, оперуючи сучасними поняттями і уявленнями, фейлетоніст модернізує історію, вводить сучасні спеціальні вислови, переосмислює античні міфи, біблійні легенди, сюжети відомих літературних творів та їх героїв, зіставляючи часові плани, переносячи конкретні прикмети актуального часу в минулі епохи чи вигаданий художньо-історичний час. Це дістає своє безпосереднє відображення у словесному оформленні твору — у використанні сучасної лексики і фразеології. Так, О. Каратеев, автор фейлетону «Гіменей влаштовує прописку», свого героя — шлюбного афериста — гумористично порівнює з Гіменеєм — богом законного шлюбу, описом якого він і починає текст: «Майстер шлюбної справи — старогрецький бог Гіменей — набив руку на влаштуванні різного роду весіль. Він там у них, при Олімпійській горі, виконував обов'язки щось на зразок завідуючого відділом запису актів громадянського стану (Олімпзагс). З гори було видніше: як тільки помітить бог, що якийсь там юнак починає зітхати... так одразу й обкрутить молодих, тобто оформить шлюб за всіма правилами шлюбної техніки». Знижена розмовна лексика та фразеологія (*обкрутити, збрехати, набити руку*) стилістично контрастує з офіційно-діловою (*виконувати обов'язки завідуючого відділом запису актів громадянського стану, оформити шлюб*) і незвичними жартівливими висловами (*майстер шлюбної справи, Олімпзагс*).

Характеристика фейлетонного героя будуватиметься на контрастах, виражених однотипними синтаксичними конструкціями з протиставними сполучниками: «Володимир Дмитрович — не бог, а кухар ідальні», «Народився не на Олімпі, а в селищі Іванків Київської області». Авторська іронія посилюється постійним порівнянням дрібного шахрая з давньогрецьким богом і навіть їхнім прирівнюванням.

Поглиблення асоціацій створює комічний ефект. Цьому сприяють авторські тропи, обігрування багатозначних слів, переосмислення фразеологізмів тощо. Мовно-сміслові асоціативні елементи «наводять містки» між частинами тексту, стають його лейтмотивом.

Фраза «Еней був парубок моторний і хлопець хоть куди козак» з «Енеїди» І. Котляревського стала організуючим моментом для фейлетону І. Галіцина «Куди тому Енеєві!». Тут спостерігаємо орієнтацію на образ Енея, а також вживання омонімічних слів *моторний* — «оснащений двигуном, мотором» і «проворний, швидкий», що їх автор протягом усього фейлетону обігрує, сатирично викриваючи того, хто з корисливою метою використовує службову машину. *Моторністю* фейлетоніст називає поїздки на службовій машині в особистих справах; в одній формі слова перегукується значення авторського лексичного новоутворення зі значенням «проворство». Розвиваючи далі асоціації з моторністю Енея, І. Галіцин пише: «То ж скажіть: яке може бути порівняння Енея з Ананієм Степановичем? Тим більше, що Енея страх як не любила Юнона. А у Сторожука навіть Фортуна закохана. І не лише Фортуна, а й керівники залізниці. Вони люблять його саме за те, що він «хлопець моторний», і постійно запалюють на його шляху «зелений світлофор». Як видно з прикладу, фейлетонна тема, текст розгортаються завдяки постійному зіставленню фейлетонного персонажа з Енеєм, а ключові слова *моторний, моторність*, неодноразово стикаючись у тексті, породжують нові асоціативні метафори.

На асоціативних значеннях загальноживаного слова *двоготь*, на його зв'язках у фразеологічних контекстах і багатоплановому позамовному змісті буде свій фейлетон «Тридцять третій знак запитання» Г. Лозун. Розповідаючи про ганебну діяльність наклепників та сутяжників, він використовує слово *двоготь* в значенні «наклеп», «кляуза» для сатиричної метафоризації тексту, створення його негативного емоційно-стилістичного забарвлення. Наприклад, початок фейлетону: «У місті Біла Церква налагоджено виробництво

дьюгтю. Адреса виробництва — вул. Глиняна, 39. Дьюготь за багатьма адресами надходить як у Київ, так і в Москву»; далі в тексті варіюються ті самі асоціації, пор.: «вихлюпнулися перші порції дьюгтю», «дьюгтю у неї вистачить і на експорт», «виготовлення дїгтярних скарг-наклепів було поставлено на потїк», «брудні супліки, просякнуті дьюгтем», «скаржитися, не жалїючи дьюгтю» тощо.

Асоціативним елементом у фейлетонах виступають фразеологічні звороти, зміст яких обїгрується, переосмислюється. У контексті виникають нові несподівані «прирощення» до змісту фразеологізмів, компонентам фразеологізмів повертається пряме значення, і вони сприймаються як вільні словосполучення тощо. Багаторазове звернення до якихось певних, близьких за значенням фразеологічних одиниць протягом усього фейлетону вказує на їхню ключову асоціативну функцію в даному тексті.

Усталений зворот *крапля в морі (у річці)* із значенням «мізерно мала кількість» обїгрується у фейлетоні І. Лагози «Краплі з моря і... море з крапель». Назва фейлетону виражає основний зміст сатиричного твору в формі мовного протиставлення: краплі з моря — дрібниці, а з них складається вже велика кількість чого-небудь — море з крапель. Фейлетоніст розповідає про безгосподарність у використанні бензину окремими працівниками автотранспорту, в результаті чого завдається величезна шкода державі: «Оті бензинові «краплі», що розлилися з тих підприємств, які постачає Харківське територіальне управління, вже могли б утворити цілісіньке море», з бензином поводяться як з водою, і фейлетоніст, щоб підкреслити цей обурливий факт, концентрує у тексті, спираючись на фразеологізм, лексику, семантично пов'язану з поняттям *вода*.

Фейлетон В. Мартинова «За двома зайцями» висміює людину недалеку, малокультурну, нахабну, шахрая, який одержав два диплома про вищу освіту і використовує їх для наживи. Асоціації, за якими названо фейлетон, підтримуються постійним звертанням до змісту відомого прислів'я: «водночас двох зайців за куці хвосту схопити», «а вони ж, капосні [зайці. — С. В.], так і вислизують з рук, так і заводять у хащі, на манівці», «рвонув за зайцем», «два зайці (читайте: два диплома) майже водночас опинились у нього в руках» та ін. Проте не завжди використання образно-фразеологічного матеріалу буває вдалим. Скажімо, нанизування кількох асоціацій, розгортання тексту за рахунок нагромадження начебто образних виразів справляють враження штучного комізму. Так, у згаданому фейлетоні поряд із прислів'ями за двома зайцями *ганяти* та *убити двох зайців* використано тотожний за змістом усталений вислів *золоту рибку витягти*: «Нам вже вдалося встановити, що Петро Михайлович Дубїй (хай стогнуть від заздрощів справжні мисливці й рибалки!) на певних життєвих етапах міг і *золоту рибку витягти*, і водночас *двох зайців за куці хвосту схопити*». Розвиваючи цю саму ідею, фейлетоніст звертається ще й до фразеологізму *на коні бути*, в результаті чого з'являються контамінації: «З одержанням дипломів почались у Петра Михайловича вибрики долі. То загнудзає одного «коника» — і в журналістику подається, то на іншого пересяде — із дипломом економіста скаче». І далі: «загарцював на сумнівному конику з напрочуд куцим хвостиком», «продовжує гарцювати на куцохвостому», «гарцює на зайчику», «на двох вороних гарцювати». Перенасичення такими словесними аналогіями створює зайву образність, формальне прикрашання тексту. У використанні асоціативних зв'язків теж необхідне почуття міри.

Слово, фразеологізм — це важливе джерело розгортання асоціацій у масштабі фейлетонного тексту. Смилова структура лексико-фразеологічної одиниці, розширена та збагачена її контекстуальними зв'язками, дозволяє різноманїтно та виразно розкрити тему, розв'язати поставлені проблеми, підтримати і розвинути основну думку сатирико-публіцистичного твору.