

**МОВЛЕННЄВА ХАРАКТЕРИСТИКА ЯК ОДИН З АСПЕКТІВ
СТВОРЕННЯ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ НАРКОМАНА
В ПРОЗІ М. БУЛГАКОВА, М. АГЄЄВА, Ч. АЙТМАТОВА**

Тема наркотичної залежності, що піднімається в класичній прозі М. Булгакова «Морфій» (1927), М. Агєєва «Роман з кокаїном» (1934), Ч. Айтматова «Плаха» (1987) представляє величезне лихо та серйозну загрозу для суспільства. Зауважимо, що поза художньою літературою проблема наркоманії багатоаспектна, тому, приділяючи їй увагу на сторінках своїх творів, письменники прагнуть її осмислити під різним кутом зору.

Висвітлюючи наркоманію в її педагогічному аспекті, автори акцентують увагу на молодому віці наркозалежних героїв – лікаря Полякова, гімназиста Вадима Масленнікова та збирачів анаші; в соціологічному аспекті – розповідаючи про складне дитинство та життєві негаразди, тобто ті обставини, що наука розглядає як латентні (приховані) соціальні механізми прилучення особи до наркотиків. У кожному з аналізованих творів увага читача прикута до молодії людини, що є залежною від певної наркотичної речовини.

У досліджуваних художніх творах образ наркомана складається з великої кількості факторів – це й характер, зовнішність і професія, соціальне середовище, в якому живе персонаж та взаємодіє з оточенням. Під художнім образом наркомана ми розуміємо всебічне зображення письменником людини: її психоповедінкових та морально-етичних характеристик, соціального статусу і фінансового стану, та, безумовно, ставлення самого автора до проблеми наркозалежності. І, як уже згадувалося раніше, письменники-класики висвітлюють тему наркоманії, як глобальну загрозу для суспільства.

Репліки, «казані» персонажем, не лише характеризують його як особистість, підкреслюючи певні риси характеру, але й викривають рівень його освіти, виявляють приналежність до певної соціальної групи.

Безумовно, мовлення наркозалежних героїв творів певною мірою відрізняється від так би мовити звичайних персонажів. Тому в нашому дослідженні приділено увагу мовленнєвій особливості героїв як одному з аспектів, що певною мірою відображає внутрішній світ, спосіб життя та мислення наркотичнозалежного персонажу твору.

Метою роботи є дослідження лексичних засобів створення образу наркомана в класичній російській прозі.

До лексичних засобів створення образу наркотично залежного лікаря Полякова, головного героя твору «Морфій» М. Булгакова, вважаємо, належить професійна термінологія, звернення письменника до якої є не випадковим, оскільки, згідно з автобіографічним відомостям про письменника, він деякий час присвятив лікарській практиці. *«О больнице и говорит не приходится. В ней было хирургическое отделение, терапевтическое, заразное... Тяжкое бремя соскользнуло с моей души. Я больше не нес на себе роковой ответственности за все, что бы ни случилось на свете. Я не был виноват в ущемленной грыже и не вздрагивал, когда приезжали сани и везли женщину с поперечным*

положением, меня не касались гнойные плевриты, требовавшие операции...» – таким був опис лікарні та професійних буднів лікарем Бомгардом (Булгаков, 2010: 83).

Лікар розмірковує стосовно визначення дозування фармацевтичного препарату: «Если ребенку десять лет, то, скажем, сколько пирамидону ему можно дать на прием? 0,1 или 0,15?.. Забыл. А если три года?..» – можливо внутрішній монолог виявляє деяку невпевненість Бомбгарда та побоювання заподіяти шкоду пацієнту (Булгаков, 2010, с. 83).

Отримавши листа, який надійшов від колеги лікаря Полякова, пан Бомгард також вживає професійну термінологію, розмірковуючи над загадковою хворобою, що здолала друга: «Письмо начало раздражать. В самом деле: если ничего острого, а, скажем, сифилис, то почему он не едет сюда сам? Зачем я должен нестись через вьюгу к нему? Что я, в один вечер вылечу его от люэса, что ли? Или от рака пищевода? Да какой там рак! Он на два года моложе меня. Ему двадцать пять лет... «Тяжко...» Саркома? Письмо нелепое, истерическое. Письмо, от которого у получающего может сделаться мигрень...» (Булгаков, 2010, с. 80).

Створюючи образ наркомана в творі «Плаха», Ч. Айтматов вдається до використання слів-жаргонізмів, характерних для відокремленого середовища кримінального світу та наркоманів: «А ты, Авдэй, сроду не курил, что ли? Как дамочка какая, боишься, что ли, затянутся?» А то, Авдэй, попробуешь, может, травки, покайфуешь для приятности, могу уделить из личных запасцев...», «Сейчас нам, правда, нельзя, зато потом врежем» (Айтматов, 2010, с. 104) - таким був один із діалогів героїв-наркоманів.

Використовуючи жаргонну лексику, Ч. Айтматов розповідає про стосунки, що існують всередині кримінального середовища, до якого належали збирачі анаші. Цікаво, що у їхньому колі є навіть так звані «правила наркодилерів», про що й читасмо в романі: «А потому правило у нас такое - веди себя вроде ты никто, неприметная серая птичка, пока свой куш не сорвал. А потом знай наших! Когда деньги в кармане, пошли они все к такой-то матери... А если что, Авдэсь, умри-подохни, но своих не выдавать. Это закон. А не выдержавши, так и так – хана, пришить могут как собаку. Хоть и в зоне, а все равно достанут...» (Айтматов, 2010, с. 153).

Зауважимо, що жаргонна лексика є одним із художніх засобів створення образу наркозалежного юнака Вадима Масленнікова, головного героя «Роману с кокаїном» М. Агєєва. Власні враження від вживання наркотиків у колі друзів хлопець описує так: «Не прошло и четверти часа, как все мы, Нелли, Зандер, Мик и я, расположились в ожидании на минуту отлучившегося за кокаином Хирге (мне по дороге сообщили, что Хирге не нюхает, а только торгует кокаином). От первой понюшки я не почувствовал в носу ничего» (Агєєв, 2005, с. 160).

Звісно, що вплив кокаїну був згубний для організму юнака, відтак його починають хвилювати питання, що не є буденними для особи, яка не зловживає наркотичними речовинами: «От первой понюшки я не почувствовал в носу ничего. За долгие ночи и долгие дни под кокаином мне пришла мысль о том, что для человека важны не события в окружающей его жизни, а лишь отражаемость этих событий в его сознании» (Агєєв, 2005, с. 113).

Отже, професійна медична термінологія та жаргонна лексика, притаманна обмеженому кримінальному колу та середовищу наркоманів, є одним з художніх засобів створення образу наркомана у класичній прозі 20 сторіччя. Безумовно, спеціальна лексика підвищує пізнавальну цінність твору, створюючи певний його «науковий» колорит. Мовленнєва характеристика героїв є одним з аспектів, що дозволяє письменникам створювати цікавий та нетиповий художній образ наркомана.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Агеев, М. (2005) Роман с кокаином. Москва: Гелеос. 224 с.
2. Айтматов, Ч. Плаха (2010). Санкт Петербург: Астрель. 352 с.
3. Булгаков, М.А. (2010) Морфий. Записки юного врача. Москва: Эксмо. – 192 с.

*Стрюк Наталя
Вінниця*

ОСОБЛИВОСТІ РИМИ В АНГЛОМОВНИХ НАПИСАХ НА ОДЯЗІ

Одяг, на якому розміщений напис, це вже не просто виріб, що захищає тіло людини від негативних впливів зовнішнього середовища, а засіб комунікації, який віддзеркалює нові віяння, актуальні проблеми та інтереси як окремої людини, так і соціуму в цілому. Оскільки, останнім часом популярність одягу з написами та принтами стрімко зростає, можна вважати, що актуальним є дослідження написів на одязі як лінгвістичного явища.

Слід зазначити, що проблема вивчення написів на одязі ще не достатньо висвітлена у науковій літературі. Так, Барбара Джонстон вивчає футболки з словами та фразами, які вважаються унікальними для Пітсбурга, Джоел Пенні досліджує, як політичні футболки, Джесіка Гілані розглядає використання футболок як різновиду пропаганди, Іносент Чілува досліджує дискурсивну прагматику написів на футболках. О. М. Івус розглядає слоган на одязі як субжанр побутового дискурсу. Таким чином, є потреба в ґрунтовному дослідженні написів на одязі, їхньої структури, стилістичних та прагматичних особливостей.

Не залежно від того, чи обираємо одяг з написом для себе, чи бачимо принт на одязі оточуючих, ми читаємо напис, промовляючи його про себе. Отже, перше, що привертає нашу увагу, це саме звучання напису. Мета статті – проаналізувати особливості рими в англійськомовних написах на одязі. Поставлена мета передбачає розв'язання таких завдань: провести кількісний аналіз отриманих даних, з'ясувати роль рими у створенні відповідного ефекту від написів на одязі англійською мовою.

Матеріалом дослідження є 1200 написів англійською мовою відібраних методом суцільної вибірки з мережі Інтернет, зокрема інтернет-магазинів та сайтів-аукціонів.

Під написом на одязі розуміємо короткий текст розміщений на предметах, виробках (із тканини, хутра, шкіри), якими покривають тіло. (Білодід, 1971)