

Варто зазначити, що місце епіграфа у системі твору впливає на його смислове навантаження. Наприклад, епіграф, що знаходиться на початку твору, пролонгує гру автора з читачем, а також налаштовує його на належне трактування твору. Водночас, епіграф, який розміщується перед останнім розділом книги, слугує висновком, підсумком книги або останнім словом автора [1, 116].

Творчість Й. Мак'юена, яка не втрачає актуальності упродовж останньої половини століття, позначена неодноразовим використанням епіграфів, тож роман «Дитя в часі» (1987) не став винятком. Слід зазначити, що твір складається з дев'яти розділів, кожен з яких розпочинається епіграфом. Особливістю цих епіграфів є те, що цитати не були запозичені з інших реальних джерел, а були взяті із книги, яку написав власне один із головних персонажів роману. Текстом-донором для епіграфів став «Офіційний посібник з виховання дітей» дитячого письменника Чарльза Дарка, який той має укласти на замовлення міністерства.

Серед дев'яти епіграфів роману, на нашу думку, виняткової уваги заслуговують епіграфи до першого та останнього розділів роману. Наведемо приклад епіграфу, що відкриває перший розділ роману: "... and for those parents, for too many years misguided by the pallid relativism of self-appointed child-care experts ..." [5, 1]. Варто розглядати цей епіграф як продовження присвяти, адже письменник звертається до батьків, які зробили помилку і довірилися експертам з виховання дітей. Тому письменник сподівається, що прочитавши його твір і дізнавшись правду про авторів подібних посібників, батьки зроблять правильні висновки. Отже, призначенням цього епіграфа є підготовка читача до прочитання книги.

У свою чергу епіграф до останньої глави роману: "*More than coal, more even than nuclear power, children are our greatest resource*" [5, 244] є своєрідним підсумком роману, адже саме в останньому розділі розкривається головна ідея твору, яка полягає в тому, що діти – це найцінніше, що ми маємо, тож їх потрібно берегти.

Проаналізувавши основні характеристики, функції та особливості місцезнаходження епіграфів у постмодерністському творі, можемо стверджувати, що завдяки цьому паратекстуальному елементу письменник має змогу утворити додатковий простір для гри з читачем, вести діалог з іншими письменниками, епохами, тощо. Крім того, епіграф дозволяє коментувати заголовок, сфокусувати увагу на змістові, й налаштовувати читача на правильне сприйняття твору. Відмінною рисою епіграфів у романі Й. Мак'юена «Дитя в часі» є те, що їхнім джерелом став посібник, написаний одним із головних персонажів твору.

Список використаної літератури

1. Сокол М. О. Епіграф як паратекст. С. 115-119 URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/2638/1/Sokol_M.pdf (дата звернення: 29.11.2020).
2. Фатеева Н. А. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности. Изд. 3-е, стереотипное. Москва, 2007. 280 с.
3. Шуба Ю. В. Ігровий аспект паратекстуальності: роль епіграфа в англійському романі 1960-1990-х років. *Наукові записки Харківського національного педагогічного університету ім. Г.С. Сковороди*. Серія літературознавство. 2011. Вип. 1 (65). С. 136–144.
4. Genette G. Paratexts : Thresholds of Interpretation / tr. by Jane E. Lewis. Cambridge, 1997. 427 p.
5. McEwan I. The Child in Time. Boston, 1987. 263 p.

Науковий керівник: к.ф. н., доцент Шуба Ю.В.

Берега В. В.

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ РЕКЛАМИ ТА МАС-МЕДІА В РОМАНАХ В. ПЕЛЕВІНА «GENERATION "П"» ТА Ф. БЕГБЕДЕРА «99 ФРАНКІВ»

Романи двох популярних зарубіжних письменників – В. Пелевіна та Ф. Бегбедера – виходять практично одночасно і присвячуються рекламному бізнесу як засобу маніпулювання свідомістю споживача. «Generation "П"» (1999) та «99 франків» (2000) мають чимало

спільного: це тематика й проблематика романів (починаючи з проблем консюмеризму та маніпулятивного впливу реклами й засобів масової інформації на суспільну свідомість і завершуючи екзистенційними проблемами самоідентичності й пошуку сенсу життя), образ головних героїв, які працюють у сфері реклами й мас-медіа, а також художні засоби, що використовуються письменниками (іронія, сатира, чорний гумор, епатаж, засоби інтертекстуальності – цитати, алюзії тощо).

У своєму романі В. Пелевін торкається проблеми становлення лібералізму та демократії в Росії після розпаду СРСР, що припадає на 90-і роки минулого століття [2, 27]. Письменник активно вдається до використання різноманітних маніпулятивних технологій, серед яких і класичні рекламні слогани, і заміна традиційних цінностей псевдоідеалами [2, 28].

Головний герой твору, колишній студент лінгвістичного інституту Вавілен Татарський створює цілий всесвіт, що складається з рекламних гасел. Характерною ознакою роману є те, що присутні рекламні тексти є доволі гіпертрофованими й абсурдними. Неодноразово до них залучаються пісні, які знає та співає народ, за рахунок чого досягається процес «упровадження» товарів та послуг і – паралельно – формування нового типу споживача. Наприклад, «*Я в весеннем лесу пил березовый Спрайт*» [4, Тихамат-2], «*И Родина щедро пошла меня Березовым Спрайтом, Березовым Спрайтом!*» [4, Облако в штанах]. На думку А. Помялова, різниця між справжніми рекламними текстами та створеними В. Пелевіним, полягає лише в надмірній гротескності [5, 283]. Крім того, автор використовує алюзії та цитати, зрозумілі лише представникам пострадянського суспільства, наприклад: «*Тампакс ultra safe: красные не пройдут*» [4, Критические дни], «*И дым отечества нам сладок и приятен. Парламент*» [4, Три загадки Иштар].

У романі «99 франків» Ф. Бегбедер делегітимізує в очах читача рекламистів, копірайтерів та крійторів. На його думку, вони за свою брехню і маніпуляції отримують величезні доходи і вкрай зарозуміло ставляться до людей як до слухняних рабів реклами. Ф. Бегбедер звертає увагу читача на нераціональну рекламу, функція якої полягає у псевдоінформуванні. Реклама, на його переконання, – це не просто спосіб просування товарів і послуг, а форма виробництва бажань, метатехнологія створення стандартів поведінки, соціально-психологічних установок, стереотипів свідомості, ціннісної системи [3].

Можна стверджувати, що в романі Ф. Бегбедера застосовуються такі маніпулятивні технології:

- антропологізація пропонованих речей, тобто речі рекламуються таким чином, що їхня необхідність для людини збільшується: «*"Мегрелет" – нам всем нужна хотя бы крошечная доза легкости!*» [1, розд. 4, ч. 4];

- гіпертрофування їх властивостей (ефект перевищення можливостей): «*"Данет" поднимет на ноги любого!*» [1, розд.1, ч. 9];

- масове підкреслення індивідуальності: «*"Nivea" самый прекрасный способ быть самим собой*» [1, розд.6, ч. 6];

- використання псевдоавторитетності: «*Счастье принадлежит "Nestle"*» [1, розд.3, ч. 4].

Рекламна міфотворчість мінімізує раціональні аспекти споживання. У романі «99 франків» наводиться цілий список товарів з міфічною корисністю: зубна паста не очищає зуби, а тільки освіжає подих; рідини для миття посуду абсолютно однакові; креми від сонця захищають від нешкідливого ультрафіолету типу Б, але не від шкідливого типу А тощо [3].

Отже, основний ідейний зміст розглянутих романів спрямований на викриття маніпулятивних технологій засобів мас-медіа та реклами, що націлені на формування зразкового споживача, нездатного до критичного й самостійного мислення. Завдяки абсурдності, недолугості, гротескності рекламних текстів читачі мають змогу подивитися на суспільство з боку та усвідомити те, що покупка нових непотрібних товарів не зможе зробити нас щасливими.

Список використаної літератури

1.Бегбедер Ф. «99 франков». URL: http://lib.ru/INPROZ/BEGBEDER/99frankow.txt_with-big-pictures.html (дата звернення: 15.01.2021).

- 2.Гербе А. Интермедіальність в романе и фильме Generation «П». URL:<https://repozitorij.ffzg.unizg.hr/islandora/object/ffzg%3A1287/datastream/PDF/view> (дата звернення: 15.01.21).
- 3.Ильин А. Н. Консюмеризм и реклама в романе Ф. Бегбедера «99 франков», 2016. URL: <http://fikio.ru/?p=2170> (дата звернення: 15.01.2021).
- 4.Пелевин В. «Generation П». <http://pelevin.nov.ru/romans/pe-genp/> (дата обращения: 15.01.2021).
- 5.Помялов А. В. Специфика рекламных текстов в романе Виктора Пелевина «Generation П». *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2008. С. 282–284.

Науковий керівник: к. ф. н., доцент Богданова І.В.

Бурла М. В.

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ЕВОЛЮЦІЯ ДЕТЕКТИВУ В ЛІТЕРАТУРНОМУ КОНТЕКСТІ ХІХ – ХХ СТОЛІТЬ

Матеріал доповіді висвітлює основні аспекти та проблеми розвитку детективу в контексті світової літератури ХІХ – ХХ століття.

Актуальність пропонованої теми пов'язана з тим, що на сьогоднішній день існує неоднозначне ставлення дослідників та читачів до детективу, його форм, ідейної структури тощо. Ці питання спеціально вивчали М. Новікова [4], Г. Костюк [2], Ю. Кузнецов [3], К. Шахова [5] та інші вчені. Проте деякі аспекти жанрової своєрідності та історії розвитку детективу, його літературного канону лишаються не дослідженими. Тому нашим завданням є аналіз окремих аспектів детективу в контексті світової літератури та його схожості з подібними жанрами (пригодницький жанр, готичний роман та інші).

Детективний роман чи оповідання – це окремий літературний жанр, проте погляди науковців на нього неоднозначні. У декого він викликає захоплення, а в декого – зневагу. Дехто колекціонує книжки детективів, а хтось вважає, що це звичайне марнування часу. Причини цих суперечностей у ставленні до детективу криються в парадоксальності його природи. Наприкінці ХХ століття з'явилося багато робіт вітчизняних критиків та літературознавців, присвячених жанровим особливостям детективу. Серед них праці О. Іванова «Детектив: занепад чи розквіт», Г. Костюк «Про «Поклади золота»», Т. Сотникової, А. Адамова та інших. Наприклад, у своєму дослідженні Кіра Шахова охарактеризувала певні види детективної літератури, а також з'ясувала, в чому полягає парадоксальність природи «чистого» детективу. На думку дослідниці, кримінальні твори зазнали кардинальних змін, коли з'явилися твори Е. А. По, котрий вважається засновником цього жанру в літературі. З'явився класичний детектив. Причиною його появи можна вважати прагнення розкрити величезні можливості людини, її інтелекту. Як цілісний та незалежний літературний жанр детектив виник уже в добу романтизму, що, в свою чергу, був своєрідною реакцією на просвітницький реалізм. Провідне місце в той час займав не надто відомий жанр готичного роману, котрий, напевно, мав значний вплив на історію розвитку детективу. Готичний роман змальовував людину як заручницю подій, оточену жахами, страшними таємницями та надприродними силами. У готичному романі виявилась переоцінка цінностей доби Просвітництва. Засновником цього жанру вважається Горас Уолпол, котрий видавав книжки в друкарні, яку розмістив у замкові в готичному стилі поблизу Лондона. Готичний та детективний романи схожі тим, що в них наявний елемент таємниці, хоча готичний роман містить більше елементів фантастики. Детектив від часів Е. А. По пройшов довгий і тернистий шлях розвитку. Існує переконання, що це абсолютно нова літературна форма, яка відрізняється від готичного та кримінального роману, а також не пов'язана з поліційним романом. Детектив займав провідне місце, навколо якого нашаровувалися інші кримінальні історії й трилери. Загалом детектив – це літературний твір, присвячений розкриттю таємниці, що, як правило, пов'язана зі злочином. Проте спільною рисою детективу і готичного роману є те, що вони тримають читача в напрузі до самої розв'язки. Теоретично, будь-який твір, який містить в собі опис злочину та вбивства, можна назвати детективним. Практично ж читач може легко