

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНІ ВИЯВИ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ У МОВІ УКРАЇНСЬКОЇ ГАЗЕТНОЇ ПЕРІОДИКИ

У статті проаналізовані okazіоналізми в мові української газетної періодики, визначено їхню роль у створенні оцінки та емоційності в газетних текстах, з'ясовано їх вплив на формування оцінних суджень у читача, було зроблено спробу класифікувати okazіональні новотвори за сферою їх уживання. Було з'ясовано, що одним із основних джерел нових слів і нових значень слів, які показують все сучасне і злободенне, є періодичні видання. Це пов'язано з тим, що преса щодня інформує про новини в різних сферах життя, науки, політики, виробництва і відображає реальність у всій її цілісності, в діалектичному розвитку і має невичерпні можливості поповнювати словниковий склад літературної мови.

Ключові слова: okazіоналізм, періодика, авторські новотвори, негативна оцінка.

Постановка наукової проблеми та її значення. За останнє десятиліття в мові новітніх українських мас-медіа суттєво зросла кількість okazіоналізмів. Зокрема, помітно активізувалося використання експресивно-емоційних, образних лексичних і фразеологічних засобів, уживаних із метою увиразнити певний матеріал, зацікавити читача, спонукати його мислити, аналізувати факти дійсності тощо. Це сприяє авторським пошукам у царині мовно-виражальних засобів, стимулює експериментування зі словом [9].

Одним із основних джерел нових слів і значень слів, які відбивають усе нове й злободенне, є періодичні видання. Це пов'язано з тим, що преса щоденно інформує про новини в різних галузях життя, науки, політики, виробництва і відображає реальність у всій її цілісності, в діалектичному розвитку й має невичерпні можливості поповнювати словниковий склад української мови [10].

Оскільки періодика охоплює величезну кількість читачів, то саме вона сприяє швидкому розповсюдженню нових мовних явищ у всьому їх різноманітті, включаючи й мовленнєві утворення – okazіоналізми, – що дають можливість спостерігати живі процеси, які відбуваються в мові. Okazіоналізми – це слова, що мають своєрідну семантичну природу та функціонально-стилістичне призначення. Вони належать до позасистемних мовленнєвих явищ, які ілюструють шляхи й форми розвитку мови окремого періоду, відображають взаємодію між мовою й мовленням, а також оновлюють словотвірну й образну можливість української мови. Okazіональні слова – це певною мірою порушення граматичних, словотвірних, семантичних норм, але це порушення зумовлене не незнанням літературних норм чи невмінням ними користуватися, воно має цілеспрямований характер [10].

Аналіз останніх публікацій. Проблеми творення та функціонування okazіоналізмів розглядало багато дослідників, але вивчення цих лексем залишається актуальним і на сьогодні.

Різномасштабне дослідження явищ неології і зокрема okazіональності знайшло своє висвітлення в працях О. О. Жижомі [1], Є. А. Карпіловської [4], Ж. В. Колоїз [5], О. О. Стишова [9; 10], О. М. Турчак [11] та ін. Вони досліджували способи творення okazіоналізмів, їх відповідність чи невідповідність словотвірним типам мови, намагалися визначити продуктивні та непродуктивні способи творення okazіональних слів, специфіку функціонування okazіоналізмів, з'ясовували спектр їх виражальних можливостей, причини появи okazіоналізмів у мовленні, їх місце та роль у лексичній системі мови, визначали критерії їх виділення, встановлювали принципи класифікації тощо. Однак поява лексем з новими виражальними можливостями – це безперервний процес, який впливає на систему мови, а тому потребує постійного та детального вивчення [10].

Функції okazіоналізмів у мові преси майже не були предметом спеціального дослідження. До розгляду цієї проблеми частково зверталися М. У. Калніязов [2], О. М. Серебряков [7], О. О. Стишов [9; 10], А. Д. Юдіна [12] та ін. Питання функціонування okazіональних одиниць у мові української преси залишається відкритим, бо до цього часу повністю не з'ясоване, потребує подальших наукових розвідок.

Мета статті – здійснити аналіз okazіоналізмів у мові української преси початку ХХІ століття, виявити специфіку їх функціонування, що дозволить обґрунтувати стилістичну роль цих одиниць у загальній структурі тексту.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження. Зібраний матеріал із мови новітніх ЗМІ засвідчує, що okazіоналізми здатні виконувати найрізноманітніші стилістичні функції. У кожному окремому контексті ці лексичні одиниці мають або виразний позитивно-оцінний, або негативно маркований характер. Через те, що більшість сучасних мас-медіа перебувають на передньому краї політичної, ідеологічної, етнічної, конфесійної боротьби, їх автори продукують переважно негативнооцінні okazіоналізми з надзвичайно високим рівнем експресивності [9].

Крім номінативної функції, okazіональні одиниці виконують цілу низку експресивно-стилістичних функцій. Це зумовлено тим, що інформація в газетах та журналах розрахована на емоційне сприйняття читачів, тому поява оригінальних лексем є основою пошуку нестандартного висловлення думки та відтворення певної мовної ситуації.

Через напружені стосунки між Україною та Росією в мові української періодики вживають авторські новотвори, що негативно характеризують президента сусідньої держави та процеси, ініційовані ним: *зомбоящик*, *кривосуддя*, *рашист*, *рашизм*, *путі-хвилинки*, *няньо-Путлер*, *Путіноккіо*, напр. : «*Путі-хвилинки ненависті*» (заголовок, далі – заг. – Ю. К.) («Українська

правда», 17.04.2015); «Російський народ захворів Путіним і **рашизмом**» («Газета по-українськи», 01.02.2015); «...не наважилися на рішучу відсіч тупій, по-варварськи дикій агресії **«рашистів»**» («Вісник Переяславщини», 15.11.2015); «Сподіватися від путінського **«кривосуддя»** на виправдальний вердикт у справі української льотчиці – на грані фантастики» («Високий Замок», 01.10.2015); «Торгова блокада Криму додала роботи російським **«зомбоящикам»**» («Високий Замок», 08.10.2015); «Відтепер всі ці гіві, мотороли та інші жалюгідні недолюдки відкомандировані **Путлером** до «братньої Сирії» бити разом з «піндосами» «ісламську хунту», перетворюються в очах західних ЗМІ на респектабельних «борців» за демократію та «поборників» демократичних цінностей» («Вісник Переяславщини», 15.11.2015); **«Путіноккіо: німецька газета проаналізувала брехню в інтерв'ю Путіна»** (заг.) («Українська правда», 18.11.2014).

Лексема зомбоящик не нова, її часто використовують журналісти для позначення негативних дій і брехливих позицій, що часто транслують по телебаченню. Оказіоналізми, утворені від основи англійського слова Russia та суфіксів іншомовного походження **-ист** та **-изм**, **рашист** та **рашизм** вжиті журналістами для позначення політичного режиму та політичних діячів у Росії, вони негативно характеризують дії сусідньої держави. Для позначення негативного ставлення до самого президента Росії Володимира Путіна у журналістських статтях використовують індивідуально-авторські відонімні новотвори *Путі-хвилинки* та *няньо-Путлер*. Акцентувати увагу на неправдивій інформації, наданій Володимиром Путіним, журналісти вирішили, вживши новотвір *Путіноккіо*, що є трансформацією імені казкового героя Піноккіо, який часто говорив неправду. Використання таких лексем негативно характеризує поведінку Володимира Путіна та вказує на відверто негативне ставлення до нього українських журналістів.

Цікавим явищем є використання в мові українських засобів масової інформації okazіональних утворень на позначення працівників служб, олігархів, станів та процесів і т. д. (*хохулі, бізнесюки, кролики, лахва*). Пор.: «Редактор ТРК «Миколаїв» також невтішно відзивається про Дні Державного прапора України та пропонує називати українських патріотів **«хохулями»**» («Експрес», 17.03.2016); **«Бізнесюки на нашій шиї»** (заг.) («Сільські вісті», 22.03.2016); «Вистава для **«кроликів»**» (заг.) («Сільські вісті», 18.02.2016); «Та й ця **«лахва»** може скоро закінчитись» («Сільські вісті», 18.02.2016).

Вживання лексеми *хохулі* вказує на зневажливе ставлення проросійських представників до українців. Використання ж слова *бізнесюки* негативно характеризує підприємців, які не сплатили необхідної суми до Державної фіскальної служби.

Для позначення негативного ставлення до членів фракції Народний фронт, очільником якої є Арсеній Яценюк, якого ще називають *Кролик*

Сеня, вжита лексема *кролики*, що узагальнено характеризує всіх представників вищезгаданої політичної сили.

А от лексема *лахва* є трансформованим варіантом жаргонної одиниці *лафа*, що означає блаженство, удача, везіння, безтурботне життя [8, с. 200].

Негативно марковані okazіоналізми надають мовленню стилістичного увиразнення. Завдяки їм публіцистичний текст набуває підкресленої емоційності. Важлива роль у цьому належить індивідуально-авторським назвам зовсім нових понять, явищ чи предметів, інколи осіб: *тусамість* (незмінність влади), *контрабас* (контрабанда на Закарпатті), *Кулявлоб* (прізвисько Арсенія Яценюка після його промови на майдані), *фронтовики* (про членів партії Народний фронт), *ухилянти* (ті, що ухиляються від військової служби) та ін. Пор.: «*Мабуть, такою буде найточніша назва того, що коїться у нашій державі під керівництвом пана Кулявлоба...*» («Вільна Україна», 10.04.2015); «*...маємо те саме, що й раніше: відсутність реформ, відірваність влади від громадян, її цинічність і тусамість*» («Україна молода», 16.04.2015); «*Потворні гримаси закарпатського контрабасу*» (заг.) («Високий Замок», 16.07.2015); «*Йдеться про 23 фронтників, котрі входять до групи впливу Миколи Мартиненка та Андрія Парубія*» («Україна молода», 17.02.2016); «*Ухилянти*» є... Але ж є і добровольці» («Високий Замок», 29.01.2015).

Лексема *контрабас* є омонімом до назви музичного інструмента, та у реченні про контрабанду на митниці набуває нового значення. Утворений okazіоналізм вказує на негативні дії, що відбуваються в Закарпатському регіоні.

Новотвір *Кулявлоб*, вжитий щодо прем'єр-міністра Арсенія Яценюка з негативною оцінкою, іронічно характеризує його, особливо після промови під час майдану у 2014 році, де він заявляв, що не боїться отримати кулі в лоб разом із мітингувальниками. Та його слова виявились нічим іншим як дешевою патетикою, що не була підтверджена жодними діями.

Останнім часом у мові ЗМІ простежується тенденція до інтенсивного зростання кількісного складу інноваційних іменників та дієслів, утворених основоскладанням. Поряд із відомими okazіональними утвореннями, як наприклад *казнокрад*, *кнопкодавити*, *кнопкодавство*, спостерігаємо активне використання нових слів, сформованих основоскладанням: *мандатоносці*, *міністропад*, *вилоносець*, *банкопад*, *паскозатягувальний*, *товстосуми*. Пор.: «*...суми зловживань стають меншими, але лише для одного казнокрада, а не для країни в цілому*» («Дзеркало тижня», 21.03.2015); «*...самозакохані можновладні злодії, брехуни, шахраї, пройдисвіти, казнокради, корупціонери – великі грішники, а не учні Ісуса Христа*» («Сільські вісті», 10.03.2015); «*Сумського казнокрада затримали в Італії*» (заг.) («Голос України», 15.03.2016); «*Дехто із союзників кнопкодавить, замість державних вирішує у сесійній залі приватні питання*» («Високий Замок», 16.12.2014); «*Депутати кнопкодавили за призначення генпрокурора*» (заг.) («Українська правда», 10.02.2015);

«Боротьба з **«кнопкодавством»** у парламенті перейшла у нову фазу» («Україна молода», 02.10.2015); «...підстава для цього – допущені порушення регламенту, а також – **кнопкодавство**» («День», 03.07.2015); «Хто і що ділив і яка роль у цьому «Правого сектору», **«мандатноносців»** Ланя та Балоги – питання до правоохоронців» («Високий Замок», 16.07.2015); «А почався тутешній **«міністропад»** іще на початку весни» («Україна молода», 17.07.2015); «А от серед виборців **«вилоносця»** Ляшка «вишивців» – найменше (24%)» («Високий Замок», 07.11.2014); «У НБУ назвали дату завершення **«банкопаду»** (заг.)» («Експрес», 01.05.2015); «Масовий **«банкопад»**» («Українська правда», 3.01.2016). А відоме вже слово товстосум вживають у складі словосполучки фронтовики-товстосуми, напр.: «Про **«фронтовиків»-товстосумів** «ВЗ» писав у минулому тижневику» («Високий Замок», 07.05.2015); «**Паскозатягувальна** політика Кабміну прицільно вдарила по них [українцях]» («Сільські вісті», 18.02.2016). Такі новотвори є не лише виявом негативного ставлення до політичних діячів сучасності, але й свідченням дії закону мовної економії, надзвичайно важливого для сучасних мас-медіа – з огляду на максимально ефективне використання ефірного часу і друкованого рядка [6].

Негативне забарвлення має лексема *вилоносець* у текстах про народного депутата Олега Ляшка з огляду на його появу на публіці з вилами, як образним засобом боротьби з чинною владою.

Через складну ситуацію на півострові Крим у газетних текстах вживають індивідуально-авторські новотвори, що характеризують стан цієї території. Оскільки дії Росії щодо української території сприйняті вкрай негативно українським суспільством, то й газети реагують відповідно. У журналістських текстах на цю тематику спостерігаємо чітке негативне маркування okazionalizmів: *Кримбас* (збірно про Донбас та Крим), *кримнашівський*, *Кримнаш* (про окупантів Криму). Напр.: «Годі годувати **Кримбас**» (заг.) («Українська правда», 06.11.2014); «Аж доки не настав 2014 рік із його **«кримнашівським»** божевіллям» («Україна молода», 17.07.2015); «**Кримнаш** зірвав старт курортного сезону в Ялті» (заг.) («Експрес», 04.05.2015).

У текстах сучасних газет спостерігаємо okazionalne творення відабrevіатурних одиниць на позначення деяких подій у суспільстві, зокрема й тих, що стосуються проходження зовнішнього незалежного оцінювання, напр.: «Складні **ЗНОсини**» (заг.) («Україна молода», 30.04.2015), а також трансформації деяких відомих слів, напр.: «Відома перекладачка розповіла, що таке **«перекради»**» (заг.) («Високий Замок», 20.05.15).

Вживання okazionalnih новотворів спостерігаємо і в текстах на воєнну тематику, напр.: «Попри чималу кількість сепаратистів і **«вати»**, місто є кому захистити, кажуть патріотично налаштовані харків'яни» (заг.) («Високий Замок», 16.04.2015); «**Зекбат** іде на війну» (заг.) («Вільне життя», 4.02.2015).

Лексема *вата* вперше з'явилася в інтернет-ресурсах. О. Стукало так витлумачує її: «збірний образ твердолобого російського патріота, котрий фанатіє ідеєю «русского мира»; *ватник* – людина, підвладна діям офіційної пропаганди» (цит. за: [3]).

Для позначення угруповань, утворених із кримінальних представників, які були звільнені з місць позбавлення волі для того, щоб воювати проти українців, використана лексема *зекбат*.

Без уваги журналістів не залишена й ситуація на сході України. Через воєнні дії, що там відбуваються, газетні тексти насичені okazіоналізмами, що позначають певні негативні дії та процеси на Донбасі. Характерним для статей на цю тематику є використання авторського неологізму, утвореного основокладанням: *людоловки* (засоби, що використовуються для вербування місцевого населення), напр.: «*Відбувається цинічне примушування та заманювання громадян до «людоловок», а як інакше назвати місця для псевдоголосування*» («Українська правда», 02.11.2014).

Щоб передати своє негативне ставлення до подій на сході України, журналістські тексти наповнюють okazіональними одиницями, які негативно характеризують новоутворені Луганську та Донецьку республіки, напр.: «*Та вже наступного дня після голосування згадка про Росію і «ЛуганДон» кудись із депутатського рішення вивітрилась*» («Високий Замок», 29.01.2015); «*Не дивно, що і так звані ватажки Лугандонії і Кремль ще не так давно хором закликали миротворчий контингент на Донбас*» («Високий Замок», 19.02.2015).

З метою осуду влади так званих Донецької та Луганської республік вживають okazіональні відабrevіатурні утворення. Так, для позначення осіб, що працюють в МГБ (министерство гражданской безопасности) – міністерстві державної безпеки в ДНР, вживають лексему *гебісти*, яка є близькою до *гебе* – «комітету державної безпеки», що за словами М. І. Навальної, належить до жаргонних одиниць, створених у пострадянський період [5, с. 227]. Пор.: «*Відрядно, що періодично «гебісти» виїжджають не лише за мирними громадянами, а й за бойовиками, запідозреними в найстрашнішому гріху – співпраці з Україною*» («Сьогодні», 06.05.2015).

Висновки. Отже, у мові мас-медіа початку ХХІ століття помітне інтенсивне творення okazіоналізмів. Таке явище зумовлене передусім пошуком нових і неординарних виражально-зображальних, оцінних та номінативних засобів, що мають оживити мову сучасної публіцистики. Демократизація суспільно-політичного життя, зняття цензури сприяли розкріпаченню мови мас-медіа, що виявляється в значній активізації okazіонального словотворення. Такі новотвори виконують у мові сучасної публіцистики оцінну та експресивну функції, що мають негативний характер.

Список використаної літератури

1. Жижом О. О. Індивідуально-авторські новотвори у поетичному дискурсі 80-90-х років ХХ століття : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 / О. О. Жижом. – Донецьк, 2003. – 18 с.
2. Калниязов М. У. Окказиональные и потенциальные слова в языке современной периодики (суффиксальные имена существительные) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / М. У. Калниязов. – М., 1978. – 19 с.
3. Карпьяк О. Вата с укропом: язык политических мемов [Электронный ресурс] / Олег Карпьяк. – Режим доступа: http://www.bbc.com/ukrainian/ukraine_in_russian/2014/08/140808_ru_s_new_words (12.01.2016).
4. Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі : монографія / Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. – К.: Вид. дім Дмитра Бураго, 2008. – 336 с.
5. Колоїз Ж. В. Українська окказиональна деривація: монографія / Ж. В. Колоїз. – К.: Акцент, 2007. – 310 с.
6. Навальна М. І. Динаміка лексикону української періодики початку ХХІ ст. : монографія / М. І. Навальна. – К. : Інститут української мови; Вид. дім Дмитра Бураго, 2011. – 328 с.
7. Серебряков А. Н. Суффиксальные окказиональные образования и их стилистические функции (по материалам прессы 70-х годов) / А. Н. Серебряков // Исследования языка художественного произведения. – Куйбышев, 1979. – С. 103–106.
8. Ставицька Л. О. Український жаргон. Словник / Л. О. Ставицька. – К. : Вид-во «Часопис “Критика”», 2005. – 494 с.
9. Стишов О. Новотвори на основі власних назв у мові засобів масової інформації / О. Стишов // Наукові записки. – Серія : Філологічні науки (Мовознавство). – Кіровоград : РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2001. – Вип. 31. – С. 51–55.
10. Стишов О. Окказионалізми у мові сучасних мас-медіа / О. Стишов // Культура слова. – К. : Наук. думка, 2001. – Вип. 59. – С. 72–76.
11. Турчак О. М. Окказионалізми в мові української преси 90-х років ХХ століття : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 / О. М. Турчак. – Донецьк, 2004. – 19 с.
12. Юдина А. Д. Окказионализмы на страницах периодики / А. Д. Юдина // Русская речь. – 1999. – № 5. – С. 59–69.

Калужинская Юлия. Функционально-семантические проявления окказионализмов в языке украинской периодики. В статье проанализировано функционирование окказионализмов в языке украинской газетной периодики, определена их роль в создании оценки и эмоциональности газетных текстов, исследовано их влияние на формирование оценочных суждений у читателя. Осуществлена попытка классифицировать окказиональные новообразования по сфере их применения. Было выяснено, что одним из основных источников новых слов и новых значений слов, которые показывают все новое и злободневное, являются периодические издания. Это связано с тем, что пресса ежедневно информирует о новостях в различных областях жизни, науки, политики, производства и отражает реальность во всей ее целостности, в диалектическом развитии и имеет неисчерпаемые возможности пополнять словарный состав украинского языка. Окказионализмы – это слова, имеющие своеобразную семантическую природу и функционально-стилистическое назначения. Окказиональные слова – это в определенной степени нарушение грамматических, словообразовательных, семантических норм, но это нарушение обусловлено не незнанием литературных норм или неумение ими пользоваться, а имеет целенаправленный характер.

Ключевые слова: окказионализмы, периодика, авторские новообразования, негативная оценка.

Kaluzhynska Yuliia. Functional and Semantic Identification of Occasionalisms in the Language of Ukrainian Periodicals. The article analyzes the functioning of occasionalisms in the language of Ukrainian periodicals. In the focus of attention is the role of occasionalisms in the creation of judgements and emotionality in the newspaper texts, their influence on the formation of value judgments among readers. The author has made an attempt to classify occasionalisms according to their field of application. The overall analysis indicates that periodicals are one of the most productive sources of coining new words and new meanings of words, to nominate the new and up-to-date notions. This is due to the fact that the media inform daily about the news in various fields of life, science, politics, production and reflect the reality in its entirety, in the dialectical development, and provide inexhaustible possibilities to supplement the vocabulary of the Ukrainian language. Occasionalisms are of specific semantic nature and are characterized by peculiar functional and stylistic designation. Occasionalisms are to some extent a violation of the grammatical, word-building and semantic rules, but this violation is not due to ignorance of the literary norms or the inability to use them, but is a deliberate process.

Key words: occasionalisms, periodicals, author's neologisms, negative evaluation.

Стаття надійшла до редколегії 09.03.2016