

ЛІТЕРАТУРА

1. Белей Л. Нова українська літературно-художня антропонімія: проблеми теорії та історії. Ужгород, 2002. 175 с.
2. Вербич С. Українська ономастика: перспективи розвитку. *Українська мова*. 2010. № 3. С. 73–80.
3. Зубко А. Українська ономастика: здобутки і проблеми. *Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики*. 2007. № 15. С. 262–281.
4. Корнієнко І. З історії розвитку літературної ономастики. *Слов'янський збірник*. 2014. №18. С. 60–68.

Марія Козак

Наук. керівник – к. філол. н., доц. Богатько В. В.

ЕКСПРЕСИВНІ ВИЯВИ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ У МОВІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Сучасні дослідники-лінгвісти велику увагу приділяють творчому потенціалу мови. Вивчення креативних мовних можливостей дозволяє розширити уявлення про мовну систему, чинні закони і позасистемні явища. Сьогодні, безперечно, до найбільш продуктивних джерел досліджень у цьому напрямку відноситься мова публіцистики, її словотворчі можливості, нові слова – okazіonalіzmi. Розміщені в газетних статтях, вони стають одним із найяскравіших експресивних прийомів сучасних публіцистів.

Метою нашої статті є аналіз експресивних можливостей okazіonalіzmi в мові сучасних ЗМІ.

Поняття «okazіonalіzmi» є широко використовуваним у лінгвістичній літературі (праці мовознавців Г. Вокальчук, В. Виноградова, В. Лопатіна, А. Ликова, О. Турчак, М. Навальної, Ж. Колоїз, О. Стишова), але до сих пір не існує чітко сформованої дефініції та назви самого терміну.

Мовознавці визначають лінгвістичний статус okazіonalіzmi як «новоутворених матеріальних репрезентантів, що є результатом

реалізації мовної потенції, характеризуються категорією okazіональності / узуальності, нульовим рівнем адаптації у мовному просторі та нульовим ступенем відтворюваності у просторі власне комунікативному» [Колоїз 2007 : 85]. Дослідники виокремлюють два види okazіоналізмів, що відрізняються своїм функціональним призначенням. «Причиною виникнення одних є номінативна функція, інших – експресивно стилістична» [Турчак 2005 : 15]. Окрім того, науковці наголошують, що «лексичне значення будь-якого okazіонального слова залежить здебільшого від контексту, а його експресія – самостійна особливість, що зберігається в будь-якому лексичному okazіональному значенні» [Навальна 2011 : 63].

У сучасній науці про мову відсутнє єдино прийняте визначення okazіонального слова. Це пояснюється зокрема, об'єктивними труднощами в розмежуванні незувальних та узувальних нових слів (власне мовних неологізмів). Попри окремі спільні ознаки узувальних неологізмів та okazіональних слів, відмінність у меті їх створення, різні причини й умови їх появи, неоднакове функціональне спрямування не дозволяють розглядати їх як однорідні явища. Головною диференційною ознакою okazіональних слів є їхнє функціонування поза лексичною системою мови [Вокальчук 2004 : 17].

За визначенням В. Виноградова: «okazіональні слова – надбання мовлення». Вони завжди експресивні, створюються конкретним автором, породжуються цілями висловлювання і контекстом, з яким пов'язані і поза якими не відтворюються. Основна їх функція не номінативна, як у звичайних неологізмів, а характеризуюча. Ці слова іноді стають загальноновживаними, тобто входять в лексичну систему мови, проте така метаморфоза відбувається рідко і, головне, вони на неї не претендують, тому що це не просто слова, а особливі слова, спеціально призначені для експресивних та художніх цілей [Виноградов 2001 : 123].

В. Лопатін наголошує на тому, що okazіоналізми належать до індивідуально мовленнєвих, а не мовних засобів, які створені та живуть тільки в конкретному контексті поза яким не відтворюються. Дослідник вважає, що саме у цьому полягає головна відмінність okazіоналізмів та неологізмів, що увійшли в мову, стали загальноновживаними [Лопатін 1973 : 64].

Оказіональні одиниці, що використовуються в текстах ЗМІ, виконують декілька функцій. Серед провідних дослідники називають оцінну, називну та рекламну [Шмелев 2002 : 360]. Оказіоналізми, що поміщаються авторами-журналістами в заголовний комплекс, мають свою специфіку; вони покликані привернути увагу адресата, «який переглядає» газету, «зачепити» його погляд, викликати інтерес, який приведе до прочитання тексту статті під незвичайним заголовком.

Ступінь експресивності різних оказіоналізмів неоднаковий. На думку М. Навальної, «ті з них, що утворені за малопродуктивними моделями, мають слабше експресивне забарвлення. Значне порушення словотвірних норм, поєднання в одне ціле семантично або стилістично несумісних елементів, феномен мовної гри – усе це продукує оказіоналізми з яскравою експресією» [Навальна 2011 : 179].

Оказіоналізми в мові сучасних засобів масової інформації здатні виконувати найрізноманітніші стилістичні функції. У кожному окремому контексті ці лексичні одиниці мають або виразний позитивно-оцінний (У *«**топі**» найдорожчих* (33-й канал, 22.01.2020, №5, с. 9)), або негативно маркований характер (*Про «сепарські» консерви вінничанина Грома* (33-й канал, 22.01.2020, №5, с. 10)).

Більшість сучасних мас-медіа перебувають на передньому краї політичної, ідеологічної, етнічної, конфесійної боротьби, їхні автори продукують переважно негативно-оцінні оказіоналізми з надзвичайно високим рівнем експресивності: *М'ясні консерви, на які воїн з позивним Гром клеїть етикетки «Сепар в сметані», «Сепар в олії» та «Снегірь православний», розлітаються як гарячі пиріжки* (33-й канал, 22.01.2020, №5, с. 10); *Весь цей «тролінг» я оформив у вигляді етикетки, яку створив за ніч у комп'ютері, а після взявся шукати якісного виробника м'ясної консерви* (33-й канал, 22.01.2020, №5, с. 10); *Якщо хтось проти того, що я сєпара закату в банку, хай пише заяву, що я образив якусь соціальну групу* (33-й канал, 22.01.2020, №5, с. 10); *Гуморесочки, усмішечки, байочки – шароварна архайка* (33-й канал, 22.01.2020, №5, с. 12); *Якщо такі вірші нагороджують і таких віршоплетів відзначають, тоді ми просто на різних планетах знаходимось* (33-й канал, 22.01.2020, №5, с. 12); *А просто числитись – не зовсім комільфо*

(33-й канал, 22.01.2020, №5, с. 12); *Через це може боліти голова і падати працездатність, а головне – «недокорекція» призводить до погіршення зору* (RIA, 29.01.2020, № 4, с. 13).

Позитивно оцінних оказіологізмів у мові сучасної публіцистики значно менше: *По-друге, підопічні будуть тричі на день калорійно харчуватись і плюс буде **перекус-підвечірок*** (33-й канал, 22.01.2020, №5, с. 17); *Слухачів поважного віку навчатимуть за такими програмами: комп'ютерна грамотність, **Е-урядування**, мобільна грамотність* (Місто, 29.01.2020, № 4, с. 2); *Я хочу битися з українцем, оскільки він тепер у **супертяжах*** (Місто, 29.01.2020, № 4, с. 27); *Щедрик **фест, інвест і парк*** (RIA, 29.01.2020, № 4, с. 14); *«Віталік» - одна із найжиттєвіших вистав «Дикого театру», адже на **бекґраунді** життя головного героя відбуваються доленосні для країни події* (RIA, 29.01.2020, № 4, с. 16); *Нововведенням 50-ої ювілейної конференції стала онлайн-trasляція пленарних засідань, дискусій, круглих столів, презентацій та **воркшопів*** (RIA, 29.01.2020, № 4, с. 10).

Останнім часом для більшого зацікавлення читача, глядача або слухача, а також для влучності, дотепності, нетрафаретності інтенсивно використовуються інновації-оказіоналізми в заголовках: *Суд по **Е-квитку** у Вінниці* (Місто, 29.01.2020, № 4, с. 2); *Серед «ухилянців» лідирує Вінниця* (Місто, 21.05.2019, № 4, с. 12).

Окремої уваги заслуговує семантична класифікація оказіональних слів. За своєю природою корпус аналізованих одиниць – складний і неоднорідний масив лексики, серед якого можна виділити ряд основних тематичних груп. Кількісно найчисельнішу з них становлять оказіональні лексеми на означення назв людей: *жлобократ, сепари, віршоплети, «ухилянти»*. Очевидно, цьому сприяє низка причин, серед яких найголовнішими є зростання ролі особистісного начала, позитивної або негативної ролі особи в історії.

Досить поширеними також є назви найрізноманітніших ознак, якостей, властивостей, особливостей зображуваних явищ, подій, процесів тощо: *вузькорухівський, верховнорадівський* та ін. Їхня поява зумовлена потребою найбільш чітко висловити авторське ставлення до повідомлюваного чи обговорюваного: *Є в легкій атлетиці такий **класично-каторжний** вид, як десятиборство, коли два дні поспіль змагаються у п'яти і ще раз у п'яти інших*

*видах, повторюючи подумки, що невдача в якомусь із них може бути надолужена в наступному виді аж до десятого включно (Місто, 24.01.2020, № 4, с. 10). Найбільше крадіжок скоюють солдати, які вступили до **радісно-тонізуючої** пори «сто днів до дембелю» і готуються стартувати в цивільне життя, де нині людина людині – комерсант (Місто, 21.02.2020, № 4, с. 8).*

Отже, мовознавці виділяють багато ознак okazіоналізмів, найважливішими з яких, на нашу думку, експресивність. Okazіоналізми існують тільки в конкретному контексті, а поза ним не відтворюються, створюються мовцем для одноразового використання в мовленні, тоді як неологізми створюються для того, щоб дати назву новим поняттям, які викликані потребами суспільства. Такі новотвори виконують у мові сучасної публіцистики і номінативну, і когнітивну, й експресивно-оцінну функції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). Москва : Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
2. Вокальчук Г. М. Авторський неологізм в українській поезії ХХ століття (лексикографічний аспект) : [монографія]. Рівне : Науково-видавничий центр «Перспективи», 2004. 524 с.
3. Колоїз Ж. Українська okazіональна деривація : [монографія]. Київ : Акцент, 2007. 311 с.
4. Лыков А. Г. Современная русская лексикология (русское okazіональное слово) : [учебное пособие для филологических факультетов ун-тов]. Москва : Высшая школа, 1976. 120 с.
5. Лопатин В. В. Рождение слова : Неологизмы и okazіональные образования. Москва : Наука, 1973. 150 с.
6. Навальна М. Динаміка лексику української періодики початку ХХІ ст. : [монографія]. Київ : Вид. Дім Дмитра Бураго, 2011. 326 с.
7. Турчак О. М. Okazіоналізми у мові української преси 90-х років ХХ ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. : 10.02.01 «Укр. мова». Дніпропетровськ, 2005. 19 с.
8. Шмелев Д. Н. Избранные труды по русскому языку. Москва : Языки славянской культуры, 2002. 888 с.