

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра української мови

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

**«Особливості структури та семантики
оказіоналізмів у мові української преси»**

Студентки 2 курсу МУФЗ групи
Освітньої програми Філологія.
Українська мова та література
Спеціальності 035.01 Філологія.
Українська мова та література
Галузі знань 03 Гуманітарні науки
Ступеня вищої освіти магістра
Козак Марії Вікторівни

Науковий керівник: Богатько В.В.
доцент, кандидат філологічних наук

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

м. Вінниця – 2020 рік

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ОКАЗІОНАЛЬНІСТЬ ЯК МОВОЗНАВЧА КАТЕГОРІЯ. ФАКТОРИ ВИНИКНЕННЯ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ.....	8
1.1 Оказіоналізми як предмет дослідження у мовознавстві.....	8
1.2 Вивчення особливостей появи нових слів у мові.....	14
1.3 Екстралінгвальні та інтралінгвальні фактори виникнення оказіоналізмів.....	16
Висновки до розділу.....	23
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ТИПИ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ ТА ЇХ ФУНКЦІЇ У МОВІ ПРЕСИ.....	26
2.1 Словотвірний аспект вивчення оказіоналізмів у лінгвістичній літературі.....	26
2.2 Іменникові оказіоналізми.....	28
2.2.1 Суфіксальні типи.....	28
2.2.2 Префіксальні типи.....	32
2.3 Прикметникові оказіоналізми.....	34
2.4 Дієслівні оказіоналізми.....	37
2.5 Прислівникові оказіоналізми.....	39
2.6 Функціональний аналіз оказіональних одиниць.....	40
2.7 Стилiстичні функції складних оказіоналізмів.....	43
Висновки до розділу.....	47
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ГУ – Голос України

Д – День

ЛУ – Літературна Україна

МУ – Молодь України

ГПУ – Газета по-українськи

УМ – Україна молода

УМЛ – Українська мова та література

ВСТУП

Сучасна лінгвістика інтенсивно займається всебічним вивченням нових номінативних одиниць лексичного рівня на початку XXI століття, що обумовлено активністю процесу появи та функціонування новотворів. Проблеми неології знаходяться в центрі уваги сучасного мовознавства у зв'язку з тим, що лексика реагує на зміни в суспільному, громадському, економічному, політичному та культурному житті, поповнюючись новими словами для позначення предметів, явищ, процесів, понять, якостей, властивостей та дій. Це призводить до того, що на кожному етапі наукового пізнання постають нові питання, пов'язані з необхідністю й доцільністю вивчення новотворів, оскільки вони є одним із проявів життя мови як безперервної, несвідомої діяльності мовців, що переходить із покоління в покоління, свідченням її динамічного характеру, її здатності збагачувати словниковий склад.

Питання вивчення нових слів постійно цікавить мовознавців різних країн. Його актуальність підтверджується багатьма дослідженнями сучасних учених, які звертають увагу на склад новотворів, їх структуру, функції. Це допомагає глибше пізнати теорію мови, відповісти на численні питання лексикології, словотвору, граматики, стилістики. Не менш актуальним є питання культури мови, її стандартизації та з'ясування тенденцій мовного розвитку. Поява нових слів пояснюється різними причинами: необхідністю позначити нові предмети й поняття, потребою назвати образно той чи інший предмет, те чи інше явище, поняття, ту чи іншу властивість, якість, дію, прагненням передати смислові відтінки або експресію, для вираження яких у літературній мові немає спеціальних слів, бажанням "оживити" відтінки семантичного або стилістичного характеру загальноживаних слів, потребою порушити мовний автоматизм тощо.

Одним з основних джерел новонароджених слів і нових 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 дійсність у всій її цілісності, в діалектичному розвитку й має невичерпні можливості поповнювати словниковий склад літературної мови.

Преса миттєво реагує на будь-які зміни та події, що відбуваються у світі, фіксує їх і передає читачеві, тобто вона є не тільки індикатором усього нового, а й невід'ємною частиною культурного та духовного життя людини. Можна сказати, що мова сучасної української преси – це дієвий засіб передачі інформації, розрахований на максимальну аудиторію.

Оскільки преса 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.

До аналізу okazіоналізмів у мові преси зверталися Г. Богданович, В. Вакуров, Г. Віняр, Г. Гончаренко, Л. Джоглідзе, М. Калніязов, О. Серебряков, О. Стишов, Л. Ферм, А. Юдіна.

Актуальність теми обумовлена відсутністю комплексного аналізу okazіоналізмів у мові української преси початку ХХІ століття у взаємодії їх структурних і комунікативно-функціональних характеристик, необхідністю теоретичного осмислення їх стилістичних особливостей, відсутністю єдиного погляду на лінгвістичний статус okazіональних утворень.

Мета дослідження – здійснити комплексний лексико-семантичний, структурно-словотвірний та стилістично-експресивний аналіз okazіоналізмів мови української преси початку ХХІ століття, виявити специфіку їх функціонування, що дозволить обґрунтувати стилістичну значущість цих одиниць у загальній структурі тексту.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

1) з'ясувати комплекс основних теоретичних питань, пов'язаних із вивченням okazіональності в лінгвістичній літературі;

2) визначити диференційні ознаки okazіоналізмів порівняно з іншими видами новотворів;

3) встановити склад okazіональних інновацій, характерних для мови української преси зазначеного періоду;

4) визначити й схарактеризувати екстралінгвальні та інтралінгвальні фактори появи okazіоналізмів у мові української преси досліджуваного періоду;

5) систематизувати okazіоналізми за способами й засобами деривації, продуктивними словотвірними типами, релевантними для досліджуваного періоду;

6) визначити й описати стилістичні функції okazіоналізмів як елементів системи виражально-зображальних засобів мови української преси і встановити ступінь їх експресивності;

Об'єктом дослідження є сукупність okazіоналізмів, виявлених нами на сторінках української преси початку ХХІ століття, що являють собою нові для мовної системи об'єднання одиниць певного рівня.

Предмет дослідження – структурно-семантичні та функціонально-стилістичні особливості okazіоналізмів, їх екстралінгвальні й інтралінгвальні фактори виникнення в мові преси досліджуваного періоду.

Джерелами фактичного матеріалу для дослідження стали тексти газетно-журнальної публіцистики початку ХХІ століття. Усього використано 35 газет «Голос України», «День», «Молодь України», «Українська газета», «Україна молода», «Українська мова та література», «Літературна Україна», що забезпечило достовірність і об'єктивність результатів дослідження (картотека нараховує приблизно 400 okazіоналізмів).

Методи дослідження. У дослідженні для всебічного аналізу okazіональної лексики використано метод спостереження над мовою, описовий метод, метод дериваційного аналізу, який дає можливість розглядати okazіоналізми як структурну організацію з єдністю ознак, метод контекстуально-семантичного аналізу, що дозволяє враховувати текстове оточення okazіоналізмів і з більшою точністю визначити значення новотворів, а також лексико-семантичний і комунікативно-функціональний методи.

Наукова новизна роботи. Вперше в українському мовознавстві систематизовано й узагальнено описано різні типи okazіональних лексем, зафіксованих на сторінках періодики початку ХХІ століття з урахуванням їх

структурних, семантичних і функціональних характеристик, досліджено причини виникнення стилістичних конотацій в аналізованих одиницях і з'ясовано причини появи авторських новотворів під впливом екстралінгвальних та інтралінгвальних факторів.

Теоретичне значення праці полягає в поглибленому науковому розумінні okazіональності, її мовної основи і функціональної природи, ролі в образно-стилістичній організації мовлення, у виявленні нової інформації про структурно-семантичні особливості okazіоналізмів і комунікативно-функціональні умови, які визначають факт появи okazіональних інновацій. Ця робота сприятиме систематизації даних про творчий потенціал системи сучасної української мови й основні напрямки розвитку та механізм утворення okazіоналізмів.

Практичне значення дослідження: одержані результати можуть бути використані в подальших розробках проблеми okazіональності, при вивченні семантико-словотвірної структури та функціонально-стилістичної природи okazіоналізмів. Лексичний матеріал може бути використаний у лексикографії для укладання словника okazіональних слів сучасної української мови.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження апробовано в доповідях на II Всеукраїнській студентській заочній науковій конференції «Функціонування мовних одиниць у художньому та масмедійному дискурсах», м. Київ, 2 квітня 2020 року); II Регіональній студентській науково-практичній конференції «Українська дитяча література: здобутки й перспективи розвитку» (м. Вінниця, 2 квітня 2020 року); V Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми сучасної мовної та літературної освіти в середніх навчальних закладах» (м. Вінниця, 14 травня 2020 року).

Публікації. Основні результати дослідження викладено в 2 одноосібних статтях:

Козак М. Експресивні вияви okazіоналізмів у мові сучасних українських ЗМІ *Філологічні студії : збірник наукових праць студентів і магістрантів факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха / Вінницький державний*

педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського; відп. ред. І. В. Гороф'янюк. Вінниця : ТОВ «Твори», 2020. С. 47-52

Козак М. Іменникові okazіоналізми в мові сучасних ЗМІ *Методичний пошук учителя-словесника: зб. наук.-метод. Статей студентів і магістрантів*. Вип. 8 / відп. ред.. А. П. Віннічук. Вінниця: «Твори», 2020. С. 55-62.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, 2 розділів (розділ 1. «Okazіональність як мовознавча категорія. Фактори виникнення okazіоналізмів», розділ 2. «Структурно-семантичні типи okazіоналізмів та їх функції у мові преси») висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури, списку використаних джерел, переліку умовних позначень, 1 додатка.

РОЗДІЛ 1. ОКАЗІОНАЛЬНІСТЬ ЯК МОВОЗНАВЧА КАТЕГОРІЯ. ФАКТОРИ ВИНИКНЕННЯ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ

1.1 Оказіоналізми як предмет дослідження у мовознавстві

Вивчення оказіоналізмів у мовознавстві гунтується на протиставленні понять «мова» і «мовлення». «Першим почав розмежовувати мову й мовлення німецький лінгвіст Вільгельм фон Гумбольдт. Його вчення продовжив Фердинанд де Соссюр, який стверджував, що мова є соціальним явищем, системою знаків, у якій найважливіше – сполучення думки, а мовлення – індивідуальним явищем, тобто мовленням окремих осіб» [72, с.39]. Ф. де Соссюр на відмінну від Гумбольта бачив у мові загальне. Це твердження намагається спростувати Р.Будагов, який вважає, що «мова в дійсності являє собою єдність загального й окремого, часткового й узагальненого, конкретного й абстрактного» [7, с.11]. Усі наукоці, які займалися питанням співвідношення мови й мовлення, дотримуються думки, що різниця між ними – це відмінність між загальноприйнятим і випадковим. Тобто, мову розуміють як сукупність засобів спілкування, що належать усьому суспільству на певному етапі його розвитку, мовлення – як діяльність мовця, відтворювану в процесі спілкування людей. М. Копиленко уявляє співвідношення мови й мовлення як діалектичну єдність. Він зауважує, що мова – це те, що «існує готовим у свідомості й відтворюється мовцем у мовленні», а мовлення – це “утворення текстів з відтворюваних елементів за твірними моделями, тобто мова – це сукупність закономірностей і норм, які мовлення руйнує й таким чином збільшує різноманіття» [40]. Також цей дослідник говорить: «...Мовлення поступово виходить з-під жорсткого контролю системи, у результаті виникають мовленнєві інновації, що у свою чергу приводить до змін у мові, яка поступово вдосконалюється, і це вдосконалення відбувається за законами відповідності світу слів світові речей, тому необхідно досконало вивчати явища, характерні для нього, тобто вивчати слово- і фразотворчість окремих письменників. Унаслідок взаємодії з середовищем у мисленні виникають живі асоціації і зв'язки, відсутні у свідомості. Щодо цих асоціацій і зв'язків виникає потреба повідомити їх у

мовленні, результатом чого є поява значень, не властивих системі мови, не занесених у код» [40, с.196].

Отже, дослідження взаємозв'язку лексичних одиниць мови й мовлення, якими є канонічні та okazіональні слова – одне з найважливіших питань сучасного мовознавства. О.Ликов стверджує, що okazіональні слова відрізняються від канонічних синхронно-діахронною дифузністю. Учений говорить про це так: «Момент виникнення (діахронний аспект) і момент використання (синхронний аспект) okazіонального слова збігаються. Тому такі слова одночасно синхронні й діахронні, що не притаманне канонічним словам» [43, с.86]. Синхронними, на думку О.Ликова, okazіоналізми є тому, «що асоціативно пов'язані словотвірними, семантичними й граматичними відношеннями, а діахронними – тому що входять у лінійний ланцюг часової послідовності мовленнєвих актів, що розтягнуті в часі» [43, с. 87]. Лінгвіст виокремлює ряд ознак, «що відмежовують okazіональне слово від канонічного: 1) належність до мовлення, 2) утворюваність (невідтворюваність), 3) словотвірна похідність, 4) ненормативність, 5) функціональна одноразовість, 6) експресивність, 7) номінативна факультативність, 8) синхронно-діахронна дифузність, 9) індивідуальна належність» [44, с.11].

Отож, okazіональність у науці про мову порівнюється із узуальністю та протиставляється їй. Це питання висвітлено у працях Я. Грота, Г. Винокура, Б. Томашевського. Специфіку узуальних і незузуальних неологізмів визначено в академічному курсі «Сучасна українська літературна мова: Лексика і фразеологія» [80]. До першого, тобто узуального прийнято відносити те, що вже є частиною усталеної мовної системи й може бути використане будь-яким комунікантом у типових ситуаціях мовлення, до другого – нове, щойно створене у процесі мовленнєвої комунікації й те, що не виходить за межі певних ситуацій спілкування. На думку О. Ликова, «категорія okazіональності об'єднує всі види прояву okazіональності в лексиці, словотворі, морфології, синтаксисі, семантиці, а категорія узуальності об'єднує все звичайне, усталене, природне у вживанні одиниць окремої мови» [44]. Мовознавець стверджує, що «причиною виникнення okazіональності є суперечність між системою та нормою, тобто okazіональність –

це мовленнєва реалізація можливостей мовної системи, яка суперечить традиції й нормі вживання. Інакше кажучи, okazіональність – це мовленнєвий прояв всього того, що могло б бути в мові, але чого насправді немає в загальному вжитку» [44, с.78].

У лексикологічному аспекті okazіоналізми розглядали О. Александрова, О. Габінська. У лексикографічному аспекті okazіональні одиниці аналізуються А. Брагіною, В. Лопатіним, О. Чирковою та ін.

Аналіз наукової літератури показав, що в лінгвістичних працях існують різні терміни для позначення цих лексичних одиниць, наприклад: okazіональне слово (Н. Фельдман), напівokazіонально-мовленнєвий новотвір (Л. Чехова), ситуативне слово (Ф. Малишевська, І. Потапова),

В. Лопатін вважає, що «різні назви okazіональних слів цікаві тим, що кожен з пропорованих термінів по-своєму виправданий, характеризує явище зі свого боку, зі свого погляду, й тим самим воно одержує різнобічне висвітлення» [42, с.64]. І. егтяр має іншу думку: «...Численність різноманітних термінів на позначення одного й того ж явища не тільки не сприяє взаєморозумінню між лінгвістами, але й певною мірою шкодить більш глибокому вивченню самого явища» [25, с.131]. Зважаючи на все сказане можна стверджувати, що питання дослідження новотворів-okazіоналізмів є актуальним. На це вказує зокрема й розбіжність у термінології та наявність різних думок щодо значної кількості термінів для позначення однотипних явищ.

Терміни «okazіоналізм» і «okazіональне слово» вважаються загальноновизнаними й використовуються багатьма дослідниками. Сама назва (від латинського *occasio* – випадок) вказує, що такі слова створюються для окремої ситуації.

Серед науковців поширеною є думка про те, що термін «okazіоналізм» з'явився вперше в лінгвістичній науці ще наприкінці 50-х років. Він був використаний Н.Фельдман у 1957 році в статті «Okказиональные слова и лексикография» [89], що започаткувала вивчення okazіональної лексики в

теоретичному аспекті. Дослідниця не дає конкретну дефініцію поняттю «оказіоналізм», а лише розкриває суть певних новотворів.

Отже, до понять «оказіоналізм», «оказіональність» зверталися лінгвісти протягом тривалого часу, але потужна праця у цьому напрямку в другій половині ХХ століття. Дослідження були спричинені загальним інтересом до проблеми виникнення нових слів, що відбивають еволюцію суспільного, політичного, особистого життя людей. Через це саме в 60-х – 70-х роках з'являється багато праць, що присвячені новим аспектам дослідження новацій у мові та мовленні. Т. Муратова у вивченні новотворів умовно виділяє 3 етапи: «перший з них характеризується прагненням виділити нові слова в самостійну категорію, другий пов'язаний з першими спробами диференціювати цю категорію слів на окремі групи у зв'язку з неоднорідністю новотворів, третій свідчить про початок інтенсивного вивчення індивідуального словотворення як однієї з проблем дослідження нових слів»[51, с.90].

За останні роки погляди на природу й суть okazіоналізмів зазнали значних змін, але й до цього часу в лінгвістичних працях серед новотворів виділяють 3 типи: okazіоналізми, неологізми, та потенційні слова.

На думку Л. Данилової, природу okazіонального слова можна визначити, «грунтуючись на співвіднесенні його з неологізмом, потенційним словом і канонічним. На відміну від останніх, okazіональне слово – це така мовленнева одиниця, що створюється конкретним творцем за непродуктивною або малопродуктивною моделлю, є ненормативною й служить для вираження відтінків експресії» [25, с.90]. У виданні «Українська мова. Енциклопедія» це поняття потрактовують як «незвичне, здебільшого експресивно забарвлене слово, утворене з порушенням законів словотворення чи норми мовної й існує лише в певному контексті, в якому воно виникло» [88, с.400].

У науці про мову до нині точаться дисусії стосовно характерних ознак okazіоналізмів. Це питання намагалися з'ясувати О. Ахманова, Т. Король, Г. Міськевич, О. Прокудіна, П. Сироткіна, Н. Фельдман, Л. Шеляховська тощо.

Ми у своїй праці, проаналізувавши попередні дослідження лінгвістів виокремлюємо такі ознаки:

1. «Головна ознака, яку виділяють усі мовознавці, є належність okazіоналізмів мовленню.

2. Залежність від контексту, оскільки саме контекст є необхідною умовою появи okazіоналізмів і єдиним їх середовищем існування.

3. Одноразовість і нерегулярність використання. Думки щодо одноразовості використання okazіоналізмів дотримуються О. Ахманова, Т. Король, О. Ликов, Е. Ханпіра та деякі інші мовознавці.

4. Утворюваність. Кожний okazіоналізм утворюється в межах певної ситуації спілкування, тоді як узуальні лексичні одиниці відтворюються.

5. Ненормативність. У зв'язку з тим, що закріплене в мові лексичне значення слова є його нормою й визначається як нормативне, норма та її кодифікація є вищим, кінцевим критерієм належності чи неналежності того чи іншого новотвору до узуального або okazіонального.

6. Поряд з ненормативністю логічно назвати незвичність і новизну. Незвичність завжди характеризує okazіоналізми. Новизна є відносним фактором, оскільки прив'язана до певного проміжку часу, тому поступово може стертися і зникнути.

7. Експресивність. Вона зумовлена наявністю в okazіоналізмів таких властивостей, як образність, новизна, незвичність.

8. Індивідуальна належність. Загальновідомо, що кожен okazіоналізм має свого автора, інколи відомого, а інколи й невідомого» [88, с. 348-349].

До того часу, коли почалося використання терміну «okazіоналізм», коли було визнано неоднорідний склад нових лексичних одиниць, усі нові утворення в лінгвістиці мали назву «неологізми». Цей термін тривалий період був єдиною номінацією усіх нових слів у мові й мовленні, що свідчило про відсутність диференціації всередині цієї категорії лексики. Зважаючи на це Е. Ханпіра зазначає, що термін «неологізм» – найдавніший. У літературознавчих працях до цього часу лише він і побутує. Тільки його визнає й середня школа. А тим часом

одного цього терміна явно недостатньо для опису різноманіття фактів, пов'язаних з появою нових слів» [92, с.247].

«Зміст терміна «неологізм» визначався по-різному. На сучасному рівні неологізми характеризуються як слова, що виникли для позначення нових реалій і ще не встигли ввійти до словникового складу мови, тобто неологізм – це «слово, а також його окреме значення, вислів, що з'явилися в мові на певному етапі її розвитку, й новизна яких усвідомлюється мовцями, або були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мові певного автора [88, с.377]. О. Ликов вважає, що неологізм – це «слово, яке знаходиться в початковій стадії свого історичного життя в мові» [44, с.102], для Е. Ханпери – це «нове слово мови, це факт мови» [92, с. 246]. Н. Амосова називає неологізмами слова, що «недавно з'явилися в мові й сприймаються мовцем як нові, пов'язані саме з сучасним моментом життя певного народу. Слово вважається новим, доки в ньому відчувається новизна» [137, с.136].

Як бачимо, науковці по-різному трактують суть поняття «неологізм», основою у цих трактуваннях стають різні ознаки, які виокремлюють неологізми як нові слова системи мови, під якою мають на увазі «усю організовану певним чином сукупність слів, що є в певну епоху в національній мові» [63, с. 5]. Але всі мовознавці додержуються думки, що визначальними ознаками неологізмів є об'єктивна новизна слова й відсутність його в лексичній системі мови.

У мовознавстві існує кілька критеріїв розмежування okazіональних слів та інших лексичних новотворів. О. Чиркова стверджує, що «чіткий критерій відмежування okazіоналізмів від нових узуальних слів неможливий, тому що ми маємо справу ... з розвитком мови, з процесом переходу одного явища в інше – мовленнєвого слова в слово мовне, і поки цей перехід не здійснився, – а на відбір слова, на засвоєння його узусом потрібен час, – у кращому випадку можна говорити про ту або іншу тенденцію» [94, с.101]. Схожий погляд на це питання знаходимо в Є. Куриловича, який говорить: «Поетичний новотвір, якою б великою не була його оригінальність і естетична цінність, не є для лінгвіста проблемою, відмінною від проблеми будь-якого іншого неологізму, оскільки також пояснюється живими процесами сучасної мови» [41, с. 421 – 422].

З огляду на все зазначене раніше можемо стверджувати, що у лінгвістичній літературі до цього часу існують розбіжності щодо термінології та дефініції схожих понять, а саме «оказіоналізм», «неологізм» та «потенційне слово». Це спричинено тим, що проблема новотворів вирізняється особливою складністю. Залишаються невирішеними остаточно дискусивні питання, що стосуються структури okazіоналізмів та їх функційного навантаження. У подальших дослідженнях варто було б дослідити шляхи взаємодії такої лексики з іншими типами нових слів та загальноновизнаними кодифікованими словами і спробувати дослідити можливість переходу okazіоналізмів до загальноновживаної лексики.

Отже, сучасному етапі розвитку неології є багато проблем, які потребують ґрунтовного розгляду. Саме тому питання дослідження okazіоналізмів та okazіональності, є актуальним у сучасній лінгвістиці.

1.2 Вивчення особливостей появи нових слів у мові

Увагу лінгвістів привертає питання, яке стосується умов виникнення нових слів та рушійних сил, які спричиняють розвиток мови. Дослідники мови неодноразово намагалися дослідити фактори появи слів і визначити головний з них. Вони погодилися з тим твердженням, що «таким фактором розвитку мови є потреба людини дати певне найменування окремому явищу, предмету, події тощо» [70, с. 346]. Т. Черторизька дає своє розуміння поняття «потреба». «Це, по-перше, потреба людини давати назви новим предметам, явищам, поняттям, якостям, властивостям, діям; по-друге, потреба людини замінити вже наявну назву предмета, явища, поняття тощо; по-третє, бажання назвати образно той чи інший предмет, те або інше явище тощо» [80, с.244].

Відомо, що компонентам мовної структури притаманні два типи відношень. Перший – це відношення, що існують між компонентами структури мови у її межах, другий – залежність компонентів мови від зовнішніх факторів впливу. Іншими словами – це інтралінгвальні (внутрішні, внутрішньомовні) та екстралінгвальні (зовнішні, позамовні) фактори, що впливають на появу й функції одиниць мови. Лінгвісти звертали свою увагу у дослідженнях переважно на

зовнішні фактори, що впливають на мовний склад та зумовлюють появу нових слів, вважаючи, що ці фактори (екстралінгвальні) є вирішальними. Це питання висвітлили у своїх наукових дослідженнях Л. Баранникова, Ю. Гордєєв, Є. Розен. Значно менше лінгвістичних наукових розвідок присвячено впливу внутрішніх (інтралінгвальних) факторів на розвиток і продукування нових лексичних одиниць. Це, зокрема, праці У. Байчури, С. Волкова, О. Сенька, Д. Шмельова. Варто зазначити, що переважна більшість лінгвістів дотримуються традиційних поглядів на еволюцію мови та появу нових лексем. Вони впевнені, що нові слова з'являються у наслідок впливу екстралінгвальних й інтралінгвальних факторів, а також у їх взаємодії. Таку думку поділяють вітчизняні вчені О. Ахманова, П. Будагов, Л. Крисін, Є. Поліванов, а також наголошують на взаємодії цих двох факторів Л. Булаховський, О. Мельничук, О. Муромцева, В. Німчук, В. Русанівський, О. Тараненко тощо.

У деяких дослідженнях науковці обмежуються вивченням одного типу факторів, але, задля того, щоб мати повне уявлення про появу тих чи тих шарів лексики, слід ураховувати взаємозв'язок інтралінгвальних та екстралінгвальних чинників. Питання про їх співвідношення, з особливою увагою до ролі інтралінгвальних факторів, завжди вважалося одним з головних у вітчизняному мовознавстві.

Уплив екстралінгвальних та інтралінгвальних чинників на розвиток і функціонування мови вже не викликає сумніву та суперечок, бо без з'ясування чинників мовної еволюції неможливо досягнути причини появи будь-яких слів мови. Така концепція про взаємозалежність мовного розвитку та екстралінгвальних та інтралінгвальних факторів є найпоширенішою у колах лінгвістів, тому що вона найбільш повно відповідає поточному істинному стану розвитку мови і ґрунтується на результатах, що висвітлені у багатьох мовознавчих дослідженнях. Екстралінгвальні та інтралінгвальні чинники під час спільного впливу сприяють збагаченню лексичного складу в усіх відомих мовах, незважаючи на те, що кожна окрема мова розвивається своїм шляхом. В. Журавльов, висновкуючи у своїх дослідженнях, зазначає, що «в історії

мовознавства важко знайти серйозного лінгвіста, який принципово заперечував вплив суспільства на розвиток мови, але багато не допускали й не допускають можливості закономірного саморуху мовної матерії, мовної структури без впливу зовнішніх сил» [31, с. 5]. О. Ахманова стверджує, що «питання про роль і взаємодію екстралінгвальних та внутрішньолінгвальних факторів у функціонуванні мови належить за традицією до проблеми «мова і суспільство» [2, с.69].

Проблема зв'язку мови й суспільства зацікавила мовознавців досить давно проте, не зважаючи на ґрунтовні дослідження, присвячені цьому питанню, єдиної думки щодо нього й досі не сформувалось. Деякі дослідники вважають, що соціальні фактори є найголовнішими у мовній еволюції, зокрема це А. Мейє, І. Срезневський, Н. Марр. Вони є представниками одного погляду, але мають відмінні думки щодо ролі соціуму у розвитку мови. Так, «французький лінгвіст А. Мейє, надаючи перевагу соціальним факторам, не заперечує існування інтралінгвальних факторів розвитку мови; Н. Марр вважає соціальні фактори рушійною силою в розвитку мови й недооцінює внутрішньомовні фактори, зумовлені відносною самостійністю мовної системи; на думку Е. Бенвеніста, мова й суспільство розвиваються незалежно одне від одного» [90, с.9 – 10].

1.3 Екстралінгвальні та інтралінгвальні фактори виникнення оказіоналізмів

«Процес появи оказіоналізмів у мовленні охоплює всі сфери людської діяльності на різних етапах історії. Він відбувається постійно, але під впливом певних факторів суспільного розвитку, зокрема розвитку пізнавальної діяльності людей та оцінного ставлення до явищ навколишньої дійсності, може посилюватися або слабшати. Наприклад, збільшення кількості оказіоналізмів у мові газет і журналів кінця ХХ століття пов'язане з тим, що українська мова переживає якісно новий етап розвитку, спричинений демократизацією та лібералізацією суспільства» [69, с. 50-51].

До питання про причини появи okazіоналізмів зверталися у своїх працях Г. Богданович, О. Стишов, Л. Ферм. Лінгвісти вивчали у більшості випадків екстралінгвальні чинники, тому що їх вплив на створення okazіональних слів чітко простежується. Питання про виникнення okazіоналізмів під дією інтралінгвальних факторів розглядалося О. Стишовим.

Під екстралінгвальними факторами мають на увазі «усю сукупність надзвичайно різноманітних імпульсів, що йдуть з навколишнього середовища й пов'язані перш за все з особливостями історичного розвитку суспільства, переселеннями та міграціями, об'єднанням і розпадом мовних колективів, змінами форм спілкування, прогресом культури та техніки тощо» [55, с.220].

«Особливо яскраво вплив екстралінгвальних факторів на розвиток мови й мовленнєвих утворень – okazіоналізмів – виявляється в періоди соціальних зрушень. Для України – це утворення незалежної держави й пов'язані з цим соціальні, економічні, політичні та культурні перетворення, що відбуваються в суспільстві в епоху становлення й розбудови молодого української держави. У першу чергу слід звернути увагу на демократизацію всіх галузей суспільного життя в Україні та початок і подальше поширення процесів державного будівництва, відродження української мови як мови української нації та її утвердження як державної мови» [61, с. 20]

Екстралінгвальні фактори нерівноцінні за своїм характером, інтенсивністю та результатами дії. «Разом з тим, вплив одного й того ж екстралінгвального фактора може викликати мовні наслідки різного характеру і глибини, по-різному перехрещуватися і сполучатися з наслідками впливу, спричиненого іншими факторами» [61, с.21 – 22].

Найбільше й найкраще Найповніше лінгвісти дослідили соціальні чинники, бо вони вважаються найвагомими в питанні існування й розвитку мови загалом. Ці фактори поєднують у собі діяльність людини у соціумі, зміни у світі, які впливають на суспільство, функціонування мозку людини, результати пізнавальної діяльності особи і її соціальний стан та свідомість.

Соціальну функцію okazіоналізмів визначають за специфікою так званого «адресата мовлення» та звертанню мови газети до кількісно і якісно різноманітної аудиторії читачів. За словами лінгвістів, «залежність темпів розвитку мови від темпів соціальних змін, природа соціального розшарування мови відповідно до розшарування суспільства, соціальна зумовленість функціонального багатоманіття мови й процесів мовного спілкування ... неодноразово ставали об'єктом лінгвістичного вивчення» [19, с. 5].

Уплив екстралінгвальних соціальних чинників виявляється у зміні продуктивності та актуалізації певних дериваційних типів. Це зумовлюється соціальною потребою, тобто потребою носіїв мови в тих чи тих лексичних одиницях з певною семантикою словотвірних елементів. Наприклад, високою продуктивністю відзначаються суфікси **-ець**, **-івець** зі значенням «послідовник або прихильник кого-небудь чи чого-небудь» або «особа за приналежністю до організації, політичного угруповання тощо»: **вечірківець**, **зекомандівець** суфікс **-ник** із загальним значенням «особа, що характеризується ознакою, названою мотивуючим словом»: **асамблейник**, **декретник**, **заохочувальник** (УМ, 08.12.2019, ГПУ, 06.09.2019,).

Характерною причиною появи okazіоналізмів є відсутність слів у межах традиційної норми для позначення того чи того явища, певної реалії, процесу, стану тощо: **екс-дипломат-самоучка**, **малюкартиння**, **переназдогнати**, **телеін'єкція**, **псевдореформа**, **доінтернетівський час**: ...*На факультеті міжнародних відносин Львівського державного університету «дипломатичний протокол» читав екс-дипломат-самоучка, якого, власне, усунули з Чехії за «непротокольні протоколи»* (УМ, 25.07.2017) *Сьогоднішній український кінематограф перебуває в умовах «малюкартиння», не маючи змоги запустити цей механізм* (ЛУ, 25.06.2020); *Молодь в доінтернетівські часи мала більше охоти до самовдосконалення ніж зараз* (МУ, 25.03.2017).

Okazіональні утворення не входять до словникового складу мови і належать переважно тільки тій епосі та контексту, в якому вони виникли,

Отже, okazіоналізми виникають під впливом соціальних перетворень і розглядаються в соціальному контексті. Вивчення соціальної природи okazіональних слів, аналіз соціальних фактів з урахуванням їх співвіднесеності з мовними явищами, вивчення їх змістового наповнення є одним з основних завдань мовознавства. Численні дослідження з мовознавства свідчать, що виникнення okazіоналізмів є результатом розвитку самої мови й обов'язково пов'язане й співвіднесене з суспільними потребами.

До екстралінгвальних факторів належать також і психологічні, оскільки здатність усвідомлювати та оцінювати позитивні й негативні якості є одним із глибоких соціально-психологічних мотивів поведінки особистості. Як вважає І. Лисакова, розвинуте мовне чуття журналіста «піддає оцінці не тільки реалії дійсності, але й мовні засоби їх опису, смислові і стилістичні конотації, пов'язані з умовами вживання слова» [80, с.82]. Розмежування мовних засобів на позитивнооцінні й негативнооцінні, закріплення їх саме в цій функції є характерною прикметою публіцистичного стилю: *Мову створило високе поривання, через те мова завжди **вертикалізує**. А поети найпричетніші до мовотворення, до **духозрушення*** (ЛУ, 25.01.2017)

Варто зауважити, що поява okazіоналізмів зумовлена психологічними факторами ще й тому, що поняття екстралінгвістики, крім зв'язку зовнішнього матеріального світу й суспільних відносин, містить ще й безпосередній зв'язок людського мислення та психіки.

Отже, екстралінгвальні фактори необхідні для внутрішньомовного розвитку. Саме вони викликають до життя мовні перетворення і сприяють їх виникненню. Можна сказати, що «екстралінгвальна потреба забезпечити назвою нові об'єкти дійсності приводить у дію складний лінгвальний механізм; у результаті утворюється нове слово, що задовольняє як потребу в назві, так і потреби, яких вимагають носії мови до цих назв» [61, с. 54 – 55].

На відміну від зовнішніх факторів, дія яких виявляється досить виразно, внутрішні фактори й перетворення, зумовлені ними, є менш помітними. Це пояснюється насамперед тим, що okazіональні утворення виникають переважно як

експресивні та емоційні варіанти до вже наявних у мові назв предметів, явищ, подій, що передаються описово.

Внутрішні й зовнішні фактори розвитку okazіональної лексики тісно між собою пов'язані. Цю думку можна підтвердити словами С. Волкова та О. Сенько, висловленими ними щодо неологізмів. Лінгвісти стверджують, що «автономні процеси, які відбуваються всередині лексичної підсистеми мови й спрямовані на вдосконалення системи позначень, врешті-решт опосередковані зовнішнім стимулом, зокрема актуалізацією якихось суспільних явищ, понять. Останнє приводить у дію мовний механізм, який прагне дати уже відомому поняттю зручне для цього стану мовної системи позначення, що відповідає тим або іншим тенденціям у її сучасному розвитку. Отже, зовнішні стимули ніби «оформляють» внутрішньомовні фактори» [16, с.45]. Отже, внутрішньосистемні перетворення в мові в основному завжди соціально зумовлені.

Мовні процеси виникнення okazіоналізмів спричинені двома найбільш загальними внутрішніми факторами. Це тенденція до регулярності й тенденція до експресивності. Перша з них – тенденція до регулярності – виявляється в утворенні похідних слів, тобто кореневе слово ніби «обростає» вторинними утвореннями. Отже, тенденція до регулярності сприяє системній організації мови, що є одним з визначальних чинників внутрішньомовного характеру.

Утворення okazіоналізмів завжди здійснюється за моделями, що мають здатність задовольнити «комунікативні запити» носіїв мови.

Прагнення до експресивності пов'язане з навмисним порушенням мовного стандарту, з виходом за його межі. Це приводить до певної надлишковості, що виникає за рахунок появи okazіоналізмів як еквівалентів до вже наявних у мові слів, тобто з'являється бажання «освіжити» мову після певного її «остандартнення». З цією метою мовці досить часто намагаються оновити значення відомих слів, тобто виникає okazіональне значення або okazіональне вживання слів, використання яких забезпечує свіжість і виразність мовного спілкування.

На відміну від системної організації мови, тенденція до експресивності, зокрема до виникнення okazіональних значень слів, порушує регулярність організаційної структури мовної системи. Але подібні утворення є об'єктивним і закономірним явищем, спричиненим дією експресивної функції мовного механізму.

Okazіоналізми можуть бути результатом дії тенденції до економії знакових засобів вираження, яка в мовознавстві отримала назву «мовна економія», за О. Есперсеном, Цей інтралінгвальний фактор найбільш характерний саме для газети, тому що мова газети прагне до лаконічності й чіткості завдяки своїй великій інформативності.

Разом з принципом економії лінгвальних засобів діє тенденція до обмеження складності лінгвальної інформації. Ці інтралінгвальні фактори тісно між собою пов'язані, вони взаємодіють один з одним і є логічним доповненням один одного.

Протилежним до закону економії мовної енергії та тенденції до обмеження складності лінгвальної інформації серед інтралінгвальних чинників розвитку okazіональної лексики є тенденція до ускладнення, збагачення мовної структури іншими словами.

Серед інтралінгвальних факторів можна виділити також дію до аналогії. Аналогії виникають під тиском системи, вони мають скоріше логічний характер, ніж лінгвістичний, оскільки є результатом мислення.

Отже, виникнення okazіоналізмів, спричинене внутрішньомовними чинниками, може зумовлюватися різноманітними процесами, такими як скорочення, подовження, злиття з іншими словами, тобто різні нашарування сенсів, структурна конденсація, розчленування, спрощення тощо.

Виконаний аналіз дає можливість стверджувати, що okazіоналізми в мові преси виникають як під дією екстралінгвальних, так й інтралінгвальних чинників.

Як правило, ці фактори взаємозумовлені й здебільшого перебувають у тісній взаємодії. Досить часто буває важко з'ясувати, результатом впливу яких факторів зумовлене виникнення тих чи тих okazіоналізмів.

Висновки до розділу

Елементом мовної структури властиві два типи відношень: 1) відношення, що існують між елементами мовної структури в межах цієї структури (інтралінгвальні фактори), 2) залежність мовних елементів від зовнішніх щодо структури мови факторів впливу (екстралінгвальні фактори). Переважно мовознавці звертали увагу на екстралінгвальну зумовленість виникнення нових слів, вважаючи екстралінгвальні фактори вирішальними у їх появі

Більшість мовознавців мають традиційний погляд на розвиток мови й появу нових слів. Вони впевнені, що нові лексеми виникають як під впливом екстралінгвальних, так й інтралінгвальних факторів у їх взаємодії.

Спостереження над мовою української газети засвідчують, що підвищена експресивність, властива газеті, є сприятливим середовищем, у якому виникають і функціонують okazіоналізми. Поява okazіоналізмів у мові преси зумовлюється низкою факторів екстралінгвального й інтралінгвального характеру, що здебільшого перебувають у тісній взаємодії.

До екстралінгвальних факторів належать:

1) соціальні фактори, які вміщують у собі суспільну діяльність людини, зміни у світі явищ, речей, роботу людського розуму, результати пізнавального процесу людини, її соціальну свідомість. Саме цим можна пояснити появу okazіоналізмів, що є засобом інформаційного впливу не тільки на емоції читачів, їх психіку, а й на їх інтелектуальне сприйняття, світоглядну та громадську позицію, що виявляється у ставленні до певних осіб, фактів та подій суспільного життя. Соціальні фактори, як і фактори розвитку мови в цілому, поділяються на зовнішні і внутрішні. До внутрішніх належить вплив культурного, політичного, економічного розвитку України на появу okazіональних одиниць, до зовнішніх – вплив на українську мову інших мов, споріднених з нею слов'янських і неслов'янських;

2) комунікативні, які розуміємо як суспільну потребу в чіткій, лаконічній та інформативній комунікації, що несе експресивний відтінок і має відповідну силу впливу. Комунікативні фактори зумовлені недостатньою насиченістю мови

словами у зв'язку з прискоренням сучасного ритму життя та інтенсивністю процесів, що протікають у ньому;

3) психологічні, які дають можливість усвідомлювати та оцінювати позитивні й негативні якості особистості. Різде розмежування мовних засобів на позитивнооцінні й негативнооцінні, закріплення їх саме у цій функції є характерною ознакою публіцистичного стилю. Психологічні фактори можна назвати логіко-психологічними, тому що поділ на позитивне та негативне завжди містить у собі логічне обґрунтування.

Причиново-наслідкові відношення між екстралінгвальними факторами й появою okazіоналізмів рідко мають безпосередній характер. Опосередковану ланку в такому разі становлять інтралінгвальні фактори. На відміну від зовнішніх, дія яких виявляється досить виразно, внутрішні фактори й перетворення, зумовлені ними, є менш помітними. Мовні процеси виникнення okazіоналізмів зумовлені такими інтралінгвальними факторами:

1) тенденцією до регулярності, що виявляється в утворенні похідних слів і сприяє системній організації мови;

2) тенденцією до експресивності, пов'язаної з навмисним порушенням мовного стандарту, з виходом за його межі. Це приводить до певної надлишковості, що виникає за рахунок появи okazіоналізмів як певних еквівалентів до вже наявних у мові слів і пояснюється бажанням «освіжити» мову після певного її «остандартнення»;

3) тенденцією до економії знакових засобів вираження, яка в мовознавстві отримала назву «мовної економії», за О. Есперсеном;

4) тенденцією до обмеження складності лінгвальної інформації, що діє одночасно з принципом економії знакових засобів вираження. Ці фактори тісно між собою пов'язані, взаємодіють один з одним і є логічним доповненням один одного;

5) тенденцією до ускладнення, спрямованою на збільшення «матеріальної частини» okazіональних слів, пов'язаної з посиленням їх значення;

6) тенденцією до інтеграції, що діє одночасно з тенденцією до диференціації елементів мови. Тенденція до диференціації є протилежною до тенденції інтеграції і спрямована на певну ієрархію всередині смислового поля, прагнучи дати окрему назву кожному предмету або явищу, процесу чи поняттю. З дією тенденції до диференціації виникають нові слова, переважно складні, що уточнюють відомі раніше загальні поняття;

7) дією до аналогії. Аналогії виникають під тиском системи, вони мають більш логічний характер, ніж лінгвістичний, оскільки є результатом мислення,

РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ТИПИ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ ТА ЇХ ФУНКЦІЇ У МОВІ ПРЕСИ

2.1. Словотвірний аспект вивчення okazіоналізмів у лінгвістичній літературі

Поняття словотвірної структури є одним з основних у теорії словотвору, оскільки воно враховує не тільки план вираження, тобто безпосередньо складові компоненти слова, а й план змісту, який передбачає пояснення словотвірної семантики слова.

У мовознавчій науці побутує думка, що okazіональне словотворення використовує не лише наявні в сучасній українській мові способи творення слів, а й безпосередньо призначені для утворення okazіоналізмів. Її дотримуються О. Земська, М. Калніязов. Крім цього твердження, існує думка, що okazіоналізми утворюються тільки за особливими «мовленнєвими» моделями, відмінними від «мовних». Вона базується на визнанні okazіональних слів як порушень мовної норми.

Норма – поняття складне, оскільки вона може допускати велику кількість варіантів, які мають винятки. Загальновідомим є вислів про порушення норми Л. Якубинського: «Відхиленням від норми є лише те «нове», що не дає нічого нового в галузі смисловій» [24, с.61]. Норма, зокрема й дериваційна, – явище історичне й рухоме в часі, тобто те, що на початку свого існування було ненормативним і вважалося нерегулярним, пізніше може переміститися до центру системи і сприйматися як нормативне. Г. Міськевич відзначає, «що мірилом «правильності» словотвірних новацій визнається формальна відповідність їх можливостям системи мови, підпорядкування структурним закономірностям, укладеним у систему» [24, с.45].

Питання про протиставлення «мовних» і «мовленнєвих» моделей зникає під час їх розгляду з позицій загального й окремого. І. Дегтяр стверджує, що «мовленнєва модель є не що інше як окремий випадок мовної, отже, okazіональні слова утворюються за мовними моделями, відповідно до наявних у мові правил моделювання» [26, с.109].

Оказіоналізми майже завжди є усвідомленим актом словотворення мовця, який прагне до самовираження й подолання стандартних формул передачі інформації. На думку спеціалістів у галузі теорії інформації, слово як факт мови чи мовлення несе певну логіко-предметну або експресивну інформацію і діє як інформаційний сигнал, виконуючи функцію сигнального імпульсу. З цього приводу Ю. Філіп'єв зазначає: «Для того, щоб сигнал міг виконувати свою роль у будь-якій сигнальній системі, його структура повинна відповідати структурі цієї системи» [91, с.29]. Тобто оказіоналізми можуть бути зрозумілими тільки тому, що знаходяться в межах словотвірної системи. Отже, оказіоналізми уявляються нам як різні відхилення від лексичної норми, але не її порушення: «відхилення від лексичної норми мови в тому розумінні, що вони не належать до списку реальних лексичних одиниць мовної системи» [26, с.110].

Структурний аналіз оказіональних лексем сприяє конструктивному обговоренню однієї з найбільш важливих проблем словотворення – проблеми продуктивності його способів та моделей. Це пояснюється тим, що оказіоналізми, залишаючись за межами повсякденної комунікації, все ж таки відображають у своїй структурі найбільш типові тенденції українського словотвору.

Мовознавці виділяють такі групи оказіональної лексики з погляду її утворення: «оказіоналізми, утворені з порушенням законів емпіричної продуктивності словотвірних типів, оказіоналізми, утворені з порушенням законів системної продуктивності словотвірних типів, оказіоналізми, утворені оновленням словотвірної форми конкретного слова, оказіоналізми, утворені за зразком конкретного реального слова, оказіоналізми, утворені «позатипно» (за оказіональними словотвірними типами), оказіоналізми, утворені з використанням унікальних для системи мови елементів, оказіоналізми, утворені способами словотворення, не відомими або майже не відомими системі мови» [96, с. 39–40].

Ми ж у своєму дослідженні послуговуватимемося поділом з огляду на частини мови, до яких належать новоутвори. Тому поділяємо досліджувані оказіоналізми на:

- 1) іменникові;

- 2) прикметникові;
- 3) дієслівні;
- 4) прислівникові.

2.2 Іменникові okazіоналізми

Як показує дослідження, найчисленнішу групу okazіоналізмів (66 %) складають іменники. Перевага іменників пояснюється потребою номінації насамперед нових предметів, реалій, явищ, понять, їх властивостей тощо. Виникнення іменникових okazіоналізмів відбувається за участю усіх наявних в українській мові способів словотворення, однак найбільш продуктивно виявляють себе афіксація, осново- та словоскладання.

2.2.1 Суфіксальні типи

Найпродуктивнішою в системі афіксального словотвору є суфіксація (33 %). Суфіксальні okazіоналізми з'являються тоді, коли виникає потреба сформувати чи розвинути образ, спираючись на можливості структури й семантики системних одиниць мови. Використання відповідних суфіксів допомагає передати інформацію естетичного характеру.

Суфіксальні okazіоналізми входять майже до всіх лексико-граматичних розрядів іменника: назв осіб, істот, назв конкретних предметів і абстрактних понять, збірних та одиничних предметів. Мова преси початку ХХІ століття активно поповнюється okazіональними назвами осіб. Аналіз суфіксальних моделей на позначення осіб дає можливість виявити, що не всі суфікси однаковою мірою продуктивні.

Високою продуктивністю відзначаються питомі слов'янські суфікси **-ець**, **-івець** (22,5 %), що мають кілька значень. Одне з них – «послідовник або прибічник кого-небудь, прихильник чого-небудь»: **гриньовець**, **костенківець**, **лужковець**, **лук'яненківець**, **масонівець**, **порошенківець**, **тимошенківець** тощо. Такі okazіоналізми утворюються від основ власних назв, зокрема від прізвищ відомих державних, політичних, громадських діячів або від назв відомих світових

організацій. Щодо подібних утворень слушне зауваження робить В. Заботкіна: «Ці слова, широко вживані в певні періоди суспільного розвитку й тісно пов'язані з діяльністю окремих політичних діячів, не мають перспективи увійти до загального фонду мови і вживаються лише у зв'язку з конкретними подіями» [32, с.48–49]: *Обласна філія НДП одностайно дала відкоша залищальникам і категорично відмовилася навіть теоретично крутити шури-мури з **гриньовцями*** (МУ, 23.05.2016).

Друге значення – особа за приналежністю до організації, закладу, партії або іншого політичного угруповання, ідеологічного, суспільно-політичного, мистецького напрямку, вчення, газети чи журналу, спортивного товариства, фабрики тощо: ***металургівець*** (член футбольного клубу «Металург»), ***опезедежнівець*** (член Опозиційної платформи «За життя»), ***світочівець*** (працівник кондитерської фабрики «Світоч»), ***шевченківець*** (актор театру ім. Т. Г. Шевченка), ***інтерівець*** (працівник телевізійного каналу «Інтер»), ***довженківець*** (оператор-документаліст кіностудії ім. О. Довженка): *У Харкові Олег грав багато, чи не в кожній новій постановці шевченківців режисери доручали йому віртуозну партію* (ЛУ, 16.04.2018).

Досить активним в утворенні okazіональних іменників є суфікс **-ник** (8 %), продуктивність якого спостерігається, починаючи з ХІХ століття. Цей суфікс утворює іменники із загальним значенням «особа, що характеризується ознакою, названою мотивуючим словом». За допомогою суфікса **-ник** виникають okazіональні одиниці таких видів:

- 1) назви осіб за родом занять: ***відроджувальник, інформаційник***;
- 2) назви осіб за суспільною орієнтацією, приналежністю до політичного чи ідеологічного напрямку: ***асамблейник, індустріальник***;
- 3) назви осіб за певними рисами їх характеру або світосприйняття: ***заохочувальник, клопотальник***.

Виразником суб'єктивного забарвлення подібних утворень в основному є контекст, а не семантика основи. Від контексту залежить посилення чи послаблення негативного чи позитивного відтінку, напр.: *І от зараз, коли, м'яко*

кажучи, сталося нещастя, то вони, замість того, щоб стати рупором оцих нещасних людей, які довірилися **заохочувальникам** і **обіцяльникам**, сховалися у тінь і мовчать (ГПУ, 28.08.2016).

Варто зауважити, що експресивне забарвлення таких утворень може бути зумовлене й характером твірних основ. Воно може бути жартівливим, іронічним або сатиричним.

Як бачимо, від семантики кореня або основи, з якими поєднується суфікс **-ник** залежить їх більший чи менший експресивний потенціал, але велике значення має й контекст, оточення інших слів. Зокрема, розмовно-іронічного забарвлення надають контексту **оказіоналізми**, що називають особливості поведінки осіб. Поява таких слів у тексті завжди зумовлена стилістичними настановами: *Навіть при найгострішому жаданні Віталій Андрійович як провідник Кабінету Міністрів навряд чи може виявляти таку активність, що її на його місці два роки тому демонстрував «декретник» Кучма: цією ж справою Леонід Данилович “височайше” заклопотаний тепер як Президент* (УМ, 10.02.2017).

Серед запозичених афіксів для творення іменникових **оказіоналізмів** у мові преси досить продуктивним є формант **-іст/-ист** (15%). Спостереження, зроблені на основі фактичного матеріалу, показують, що **оказіоналізми** з суфіксом **-іст/-ист** переважно виникають на основі власних назв, зокрема імен та прізвищ політичних діячів. Семантика цих новотворів пов'язана з діяльністю осіб, названих мотивуючою основою. Слід зазначити, що утворення з суфіксом **-іст/-ист-** можуть виникати й від аббревіатур та іменників з абстрактним значенням. Такі **оказіоналізми** мають яскраво виражені стилістичні відтінки: *Відтак, відповідно до плану «кучкістів» дещо менший відсоток передбачався у Городецькому № 120 та Турківському № 125 округах, де Леоніда Даниловича мали підтримати відповідно 63,99 та 61,51 відсотки галичан* (ГПУ, 03.11.2016). Як бачимо, утворення з цим суфіксом виразні, нешаблонні, спрямовані на руйнування стереотипного сприйняття.

До непродуктивних суфіксів у сфері номінації осіб належать суфікси **-ят-** (1,5 %), **-ан-** (орфографічно **-ян-**) (1 %), що переважно вживаються в іменниках у формі множини, суфікси **-ух-** (1 %), **-л-** (0,5 %)

Відзначається продуктивністю словотвірний тип абстрактних іменникових okazіоналізмів з суфіксом **-ість** (12%), здатний передати різні значення опредметненої ознаки, властивості, стану. У пресі мотивуючими словами для цих okazіоналізмів виступають переважно відносні прикметники й прикметники з конкретно-предметним значенням, зрідка якісні прикметники. Своєрідність okazіоналізмів з формантом **-ість** виявляється в тому, що вони утворюються від прикметників з суфіксом **-ськ-**, **-цьк-**, що взагалі для української мови нехарактерно: **велетенськість, львівськість, польськість** тощо.

Семантика okazіоналізмів з суфіксом **-ість** тісно пов'язана з характером твірних основ. Їх поява викликана необхідністю передати нові відтінки значення, яких немає у літературній мові. Переважно вони означають:

1) якість, властивість, певну особливість, притаманну комусь або чомусь, риси характеру тощо: **включеність, всеприсутність, вписаність, вундеркіндність, депутатність, зірковість, люксовість;**

2) збірність: **канадськість, львівськість, міжособічність, міжнародність, французькість.** Усі наведені okazіоналізми мають значення ознаки, напр.: *Найзнаменитіший український хокеїст Дмитро Христич в Америці вже тридцять років. Уже давно там став своїм, більше того, одружився на американці, одержав тамтешній паспорт. І водночас ... анітрохи не змінився: та ж лагідна (не завчена американська) посмішка, відверта (а не нав'язлива американська) люб'язність, абсолютна відсутність «зірковості» і надзвичайна скромність* (УМ, 23.08.2020).

Okazіоналізми з суфіксом **-ість** характеризуються цілим рядом особливостей свого вживання в тексті, що позначається на їх семантиці. Одне з основних значень – якісна характеристика когось або чогось, напр.: *Сільвія – цікава та талановита людина. Її у роботах її захоплює не сенсаційна*

«вундеркіндність», а те, що її турбують вічні теми, які завжди хвилювали людей – *Життя та Любов* (Д, 21.11.2018).

Оказіоналізми з суфіксом **-ість** вільно виникають для індивідуальних авторських потреб, привертаючи увагу до семантики слова, що відображає аналітичність мислення, напр.: *Коли артисти досягають німба слави, з категорії людей вони переміщуються в категорію «зірки». До них інше ставлення, інші вимоги, інші мірки. Сцена створює ілюзію люксовості й безпроблемності, що нерідко драгує простих смертних* (УМ, 27.01.2015).

Зрідка трапляються оказіоналізми з формантом **-логія** (1 %), що називають певну науку або окремі розділи науки. Наприклад, **роксоланологія** – вчення про образ і особистість Роксолани: *Створена вже (неофіційно поки що) нова галузь історичної науки – роксоланологія* (ЛУ, 25.01.2018). Подібне значення має суфіксоїд **-знавство** (1,5%), який проявляє дещо більшу активність. Наприклад, оказіоналізм **штепселетарапунькознавство** має значення «система поглядів про творчість відомих артистів Штепселя і Тарапуньки»: *Не знаю, ким виростуть ці діти, але уроки штепселетарапунькознавства вони засвоять на все життя* (ГПУ, 14.10.2015).

Отже, суфіксація є досить продуктивним способом творення іменникових оказіоналізмів у мові преси, серед яких переважно вживаються лексеми на позначення осіб, абстрагованих дій, процесів, станів, властивостей, понять тощо.

2.2.2 Префіксальні типи

Префіксальні оказіоналізми в мові досліджуваного періоду складають близько 15 %. Спостереження над мовою газет і журналів засвідчує постійне зростання групи іменникових оказіоналізмів з префіксами, що виражають значення надмірності, найвищого ступеня вияву ознак, властивостей, якостей або розмірів, виражених іменниковою твірною основою. Найбільшою продуктивністю відзначається іншомовний префікс **супер-** (28 %), який є синонімом до питомого українського префікса **над-**. Обидва префікси переважно використовуються на означення вищого ступеня градації якості іменників. Аналіз мовного матеріалу дає

підставу стверджувати, що префікс *супер-* утворює словотвірні типи, які мають значення «особливий» або «найбільший»: *супертон-модель, суперактор, суперудар, суперклуб, суперпоєдинок, супердемократичність, суперзірковість, суперспівак, суперслава.*

Широке використання префікса *супер-* у сучасній пресі зумовлено різними причинами, зокрема соціальними особливостями нашого часу, а також бажанням передати щось грандіозне. Подібна активізація іншомовного префіксального форманта зумовлюється й мовними смаками епохи, зокрема, прагненням висловитися неординарно, по-новому, влучно й дотепно: *Мачо іспанською означає самець. Уже адаптований сучасний варіант – це чоловік, у якого все супер, тобто суперсамець* (УМ, 01.08.2020).

Переважна більшість okazіоналізмів з префіксом *супер-* виникла в мові преси з чіткою стилістичною метою – передати експресивність, яка сприяє пожвавленню викладу, викликає позитивні або негативні емоції у читача. Okазіоналізми з префіксом *супер-* характеризуються певною естетичною виразністю, що посилюється за рахунок контексту, у якому знаходяться такі лексичні одиниці, напр.: *У ніч з 18 на 19 січня в Києві на об'їзній дорозі в районі універсаму «Теремки» п'ятеро невідомих скоїли збройний напад на водія та пасажирку «суперМАЗу», який належав підприємству «Укргаз енергосеріс»* (УМ, 27.01.2015).

Меншу продуктивність в утворенні okazіоналізмів має префікс *над-* (8 %): *надконцентрація, надмарафон, надсмертність, наддержавність, надзавдання, надсуб'єкт* тощо.

Особливою продуктивністю відзначається іншомовний префіксоїд *екс-* (24 %), що має значення «колишній». Okазіоналізми з цим компонентом охоплюють різні сфери життя й діяльності суспільства та окремої особи: *екс-донеччанин, екс-збірник, екс-кандидат, екс-окупант, екс-Роксолана, екс-наркоман, , екс-форвард* тощо. Частина таких утворень виникла у зв'язку з подіями, що відбувалися в колишньому Радянському Союзі або в інших країнах світу, напр.: *В молодій Україні, як і в багатьох інших республіках екс-Союзу, вони*

часто-густо стають ще й інструментом політичних міжусобиць (УМ, 23.05.2017).

Деякі okazіоналізми із зазначеним префіксом є результатом творчого підходу журналіста до повідомлюваної інформації, напр.: *У святі кіно на азовському узбережжі, що тривало з 4-го по 9-те серпня, крім **екс-Роксолани**, взяли участь Ельдар Рязанов, Леонід Куравльов, Сергій Жигунов, Іван Гаврилюк, Руслана Писанка та багато інших відомих акторів і режисерів українського і російського кіно* (УМ, 11.08.2015). *Подіють, що **екс-олігарх** Борис Березовський кілька років тому начебто поклав на рахунок одного з закордонних банків кругленьку суму, відсотки з якої виплачувалися як гонорар президентові* (ГУ, 2016, № 9).

Отже, okazіоналізми у мові преси утворюються переважно за допомогою іншомовних префіксів, питомі українські префікси виявляють значно меншу продуктивність.

2.3. Прикметникові okazіоналізми

Прикметникові okazіоналізми інтенсивно (24 %) поповнюють мову преси початку ХХІ століття. Вони не тільки характеризують, а й увиразнюють ознаки предметів, явищ, понять, виражають різну міру вияву ознаки, суб'єктивну оцінку. Аналіз словотвірних можливостей прикметникових okazіоналізмів дозволяє з'ясувати, яким ознакам і властивостям журналісти надають перевагу, як добирають із надзвичайно великої кількості найрізноманітніших ознак найбільш важливу, своєрідну, що відзначається індивідуальною образністю й самобутністю.

Одним з найпоширеніших способів утворення прикметникових okazіоналізмів є складні слова (59 %), у яких «поєднання значення покликано утворити нове значення і сконцентрувати це складне значення в одному слові» [8, с. 121]. Розглянемо деякі специфічні риси творення прикметникових складних okazіоналізмів.

Кількісно велику групу серед них становлять композити (94 %). Характерно, що переважна більшість прикметникових okazіоналізмів-композитів має двоосновну структуру (97 %). В основному це складні слова, що виникають на базі

слів літературної мови і не є чимось принципово новим. Такі okazіоналізми завжди відзначаються семантичною місткістю, емоційністю та авторським сприйняттям описуваного.

Більшість композитів утворена поєднанням основоскладання з суфіксацією. Словотворення прикметникових okazіоналізмів-композитів зумовлене особливостями поєднання основ різних частин мови та певних афіксів. Воно ґрунтується на вільних словосполученнях: *вузькорухівський, внутрішньохатній*. Прикметникові okazіоналізми-композити утворюються на базі словосполучень з підрядним і сурядним типом зв'язку. Спочатку розглянемо okazіоналізми, утворені на основі словосполучень з сурядним типом зв'язку. Серед них за морфологічною характеристикою переважають одиниці, утворені поєднанням основ «прикметник + прикметник» (65 %). Переважна їх більшість виникла поєднанням основ з нульовою суфіксацією. В основному такі прикметникові композити мають значення «оригінальна особи, групи осіб, предметів, явищ, процесів, станів, їхніх ознак, якостей, властивостей тощо». Між складовими компонентами прикметникових композитів встановлюються відношення різного характеру. Кількісно велику групу складають okazіоналізми, що характеризують предмет, особу або явище (57 %): *гастрономічно-розважальний ряд, журливо-тягучий хіт, неконтрольовано-приватна торгівля, оптимістично-глобальна назва, осудливо-грізний погляд, повторно-короткочасний ритм, претензійно-фейлетонна назва, радісно-тонізуюча пора, яскраво-первісне свято*. Їх поява зумовлена потребою найбільш чітко висловити авторське ставлення до повідомлюваного чи обговорюваного: *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* (УМ, 21.02.2018).

Значно меншою в кількісному відношенні є група прикметникових okazіоналізмів пояснювального типу, де одне слово уточнює інше (19 %): *ввічливо-гордий актор, модерно-конструктивістська будівля, неспроможного-хлявий інститут, смішно-чарівний апостол, традиційно-шлюбний вік*. Такі

оказіональні прикметники завжди є влучними епітетами, що легко створюються відповідно до потреби автора.

Меншу в кількісному відношенні групу становлять прикметникові оказіоналізми, утворені на основі конструкцій з підрядним типом зв'язку – «залежний прикметник + іменник», інтегральною ознакою яких є характеристика предметів, станів тощо (21 %). Зокрема, продуктивним є словотвірний тип, що об'єднує оказіональні одиниці, які вказують на належність комусь або чомусь, певний вимір ознаки й утворюються за допомогою суфікса **-ськ-**: ***верховнорадівський** сценарій, вузькорухівський інтерес*. Журналісти активно використовують такі прикметники з метою надання різних семантичних відтінків явищам, особам, предметам та з метою економії мовлення. Їх виникнення зумовлюється тенденцією до лаконізму мовлення, коли в одне слово об'єднуються синтаксично розчленовані найменування: *Реалізація ж **верховнорадівського** сценарію почалася зі слухання інформації уряду про виконання Постанови Верховної Ради України «Про незадовільний соціальний захист населення у зв'язку з підвищенням тарифів на житлово-комунальні послуги»* (УМ, 07.04.2018).

Розглянутий матеріал свідчить про багатство складних прикметникових оказіоналізмів у мові преси і їх семантичну різноспрямованість.

Зібраний ілюстративний матеріал засвідчує, що найпродуктивнішим суфіксом у прикметниковому оказіональному словотворі є суфікс **-ськ-** з його варіантами **-івськ-**, **-овськ-** (73 %), за допомогою яких утворюються оказіоналізми переважно на базі власних назв, зокрема, прізвищ відомих державних, політичних, релігійних та громадських діячів. Це присвійні прикметники, що мають значення «належний тому, хто названий мотивуючим словом»: ***кучмівський** клуб, **лукашенківська** машина капітуляції, **ющенківський** клан, **порошенківський** план знищення України*. Ці утворення слід вважати оказіональними у зв'язку з тим, що в їх семантиці відбулися зрушення, викликані прагненням авторів передати ознаку предмета чи явища через відношення до тієї або іншої особи, яка має яскраво виражені риси, властивості, прояви натури тощо.

Прикметникові okazіоналізми у мові преси аналізованого періоду утворюються за допомогою деяких непродуктивних та малопродуктивних суфіксів, зокрема **-ов-** (3,5 %), **-ист-** (3,5 %): *блондинистий пес*. Okazіоналізм *блондинистий* передає значення неповної, ослабленої ознаки й має виразний розмовно-іронічний колорит: *Нечисленна богема на чолі з Романом Віктюком і кількома іноземними дипломатами товпилися навколо “чорної кімнати”, що похмуро бовваніла посередині галерейного приміщення і була ізольована від доступного перегляду. По-хазяйськи походжав знайомий з багатьох вернісажів блондинистий пес* (УМ, 17.03.2015).

2.4. Дієслівні okazіоналізми

Порівняно з okazіональними іменниками та прикметниками, okazіональні дієслова в мові преси досліджуваного періоду представлені менш широко (8 %).

У сфері дієслівного okazіонального словотвору спостерігається багатство okazіоналізмів з суфіксами (37 %), зокрема з суфіксом **-ува-** (47 %), що вказують на якусь діяльність: *бізнесувати, зіркувати, презервувати, прем'єрствувати*. Вони несуть помітний заряд експресивності, що супроводжується модернізацією значень. І. Улуханов називає такі дієслова «дієсловами поведінки». Вони співвідносяться з прямим, а інколи й переносним значенням тих іменників, на базі яких виникли. Значення таких дієслів визначається переважно не суфіксом, а семантикою твірної основи, яка у контексті набуває яскравої виразності, напр.: *Генеральним спонсором проведення цих заходів виступає американська фірма «Life style», яка своєю гумовою продукцією регулювала народжуваність, або, як кажуть діаспоряни «презервує населення»* (УМ, 02.06.2018).

Досить продуктивним типом є okazіональні дієслова з суфіксом **-и-** (38 %): *карнавалити, копитити, парадити, прокатити, референдити, фестивалити*. У межах цього словотвірного типу спостерігається поява дериватів зі значенням «робити дію, характерну для того, що названо мотивуючою основою». За семантичними ознаками ці okazіоналізми співвідносні з їх твірними основами – загальноживаними іменниками: *карнавал, копито, парад, прокат, референдум*,

фестиваль. Зазначені вище okazіональні дієслова називають дію в загальному вигляді, вказують на виконання якоїсь роботи сталого або тимчасового характеру чи позначають професійний або громадський вид діяльності й надають висловлюванню інтенсивності дії або ж підсилюють ретельність виконання, напр.: *Карнавалить на всю Європу* (УМ, 30.08.00). *І все ж таки не дарма «референдили»!* (УМ, 14.07.2010). *Голівуд фестивалить* (УМ, 05.08.2011).

Стилістично виразними є дієслова, що виникли на основі авторського світобачення й побудовані на асоціаціях. Вони органічно вплітаються в контекст і функціонують у ньому, напр.: *Служба прокату «прокотить» поза законом вас* (УМ, 05.08.2019).

Дослідження структури okazіональних дієслів допомогло з'ясувати, що частина з цих слів утворюється префіксально-суфіксальним способом (29 %). Мовленнєва практика демонструє найрізноманітніші приклади дієслів, утворених цим способом. Вони складають кількісно невелику групу, що відзначається багатством словотвірних можливостей. Переважно це okazіоналізми, утворені від іменників. Серед них можна спостерігати різноманітні комбінації афіксів. Зокрема, зафіксовано такі словотвірні моделі:

- okazіоналізми з префіксом *за-* і суфіксом *-ува-*: *загербувати, зазнімкувати, затероризувати*;
- okazіоналізми з префіксом *роз-* і суфіксом *-ува-*: *розшокувати*;
- okazіоналізми з префіксом *о-* і суфіксом *-и-*: *онинішніти*;
- okazіоналізми з префіксом *об-* і суфіксом *-и-*: *обукраїнити*;
- okazіоналізми з префіксом *по-* і суфіксом *-и-*: *полібералити*;
- okazіоналізми з префіксом *по-* і суфіксом *-а-*: *покуцішати*.

Творчість журналістів представлена okazіоналізмами, утвореними префіксальним способом від дієслівних основ. У частковому переосмисленні семантики okazіональних дієслів беруть участь такі префікси:

- префікс *від-*, що вказує на кінцевий результат певної дії: *відзасідати*;
- префікс *за-*, що передає значення кінцевого результату якоїсь дії: *заексплуатувати*.

Такі okazіоналізми зберігають семантику відповідних твірних основ, але завдяки префіксам трансформують своє значення, розгортаючи асоціації в потрібному напрямку і збільшуючи тим самим семантичний обсяг висловлювання. Вони використовуються з чіткою стилістичною настановою, насамперед для вираження найтонших смислових відтінків слова.

2.5. Прислівникові okazіоналізми

Адвербіальні okazіональні утворення представлені невеликою кількістю слів (2 %). Більшість таких прислівників творяться префіксально-суфіксальним способом – за допомогою префікса *по-* і суфіксів *-ому-*, *-и-*. Їх основою стають прикметники, зрідка займенники: *по-інтернатівськи*, *по-лукашенківському*, *по-нашенському*. Загальною ознакою дериватів подібного типу є розвиток у них якісного значення, яке в ряді випадків може підкреслюватися в контексті: *Казенна старість по-інтернатівськи* (УМ, 27.07.2019).

Okazіональний характер прислівника *по-нашенському* ні в кого не викликає сумніву. Він має більше змістове й емоційне навантаження, ніж нормативний варіант *по-нашому*: *Складається враження, що в українських телеведучих є тільки одна улюблена річ – телефон (Пам'ятаєте, анекдот про акваланг... Отож). Але ні, є ще такий вид, як ток-шоу (по-нашенському – інтерв'ю)* (УМ, 31.01.2019).

Основоскладанням з префіксацією та суфіксацією утворені okazіоналізми *по-латиноамериканськи* і *по-нічноклубівському*, що виникли на основі словосполучень *Латинська Америка* та *нічний клуб*: Подібним чином «експортний» приціл теперішньої української економіки виглядає дуже «*по-латиноамериканськи*» – експортуються товари, які неможливо продати на кволому внутрішньому ринку, або товари, які можна продати за кордон за півдарма через те, що ми працюємо практично безплатно (УМ, 10.02.2019). *По-нічноклубівському* це називається – «взяти участь у захоплюючій шоу-програмі» (УМ, 14.04.2020).

2.6 Функціональний аналіз okazіональних одиниць

Okazіоналізми несуть чи не найбільшу експресивність у мові преси. Лінгвісти відзначають, що «експресивність okazіоналізмів поєднується з емоційно-експресивним забарвленням морфем, внаслідок чого ці лексичні одиниці набувають яскраво вираженого емоційно-експресивного забарвлення» [48].

Для комплексного дослідження okazіоналізмів важливим є осмислення їх функцій, оскільки вони передають авторське бачення подій, явищ, фактів дійсності. Питання функціонування okazіоналізмів розглядалося багатьма дослідниками, але його вивчення залишається актуальним і на сьогодні.

Функції okazіоналізмів пов'язані з їх природою. Більшість лінгвістів розуміють функцію як «мету появи okazіоналізмів і їх призначення в мовленні, тобто функції okazіональних одиниць знаходяться у прямій залежності від причин появи їх у тексті» [33]. В.Звегінцев вважає, що «слід розрізняти функцію і мету, які не є тотожними, але тісно взаємодіють. Він виділяє такі аспекти протиставлення функції і мети: функція належить мові, а мета – мовцю; функція є категорією лінгвістичною, а мета – екстралінгвістичною, що характеризує діяльність мовця» [33]. На нашу думку, функція допомагає описати і класифікувати мовні засоби у функціональному аспекті, а мета вказує, як можна використати мовні засоби для виконання комунікативних завдань.

Необхідність вивчення okazіоналізмів у функціональному аспекті ставить перед нами завдання розв'язати проблему співвідношення функцій мови та мовлення, яка до цього часу не з'ясована. Д. Шмельов з цього приводу зазначає, що «протиставлення функцій мови й мовлення взагалі не є виправданим і доцільним», оскільки «немає ніяких підстав вважати, що функції мовлення <...> проявляються якось незалежно від можливостей самої мови» [97, с.12]. Отже, okazіоналізми не можуть виконувати функції, яких не мають узуальні лексичні одиниці.

Враховуючи специфіку досліджуваних одиниць, слід зазначити, що okazіоналізми серед усіх функцій літературних слів переважно виконують дві

функції – номінативну і прагматичну. Відмінності, що проявляються під час аналізу функціонування okazіональних лексичних одиниць, у цілому незначні.

Найбільш повну класифікацію функцій okazіоналізмів у поетичному мовленні подає О. Александрова. Дослідниця виділяє такі функції: «інтелектуально-комунікативну (функція «передачі певного «логічного» змісту»), емотивну (функція передачі почуттів, емоцій, психічного стану адресанта), імпресивно-вольову (функція впливу на адресата), соціативну (функція встановлення і перевірки контакту), металінгвістичну (функція, що сприяє переходу одного знака в інший), поетичну (функція, що виникає завдяки потребі створити художній образ дійсності)» [1].

Функції okazіоналізмів у мові преси майже не були предметом спеціального дослідження. До розгляду цієї проблеми частково зверталися М. Калніязов, А. Юдіна. Питання про функціонування okazіональних одиниць у мові української преси залишається відкритим, бо до цього часу повністю не з'ясовано весь спектр виражальних можливостей okazіоналізмів.

Для мови української преси аналізованого періоду характерні два види okazіоналізмів, які відрізняються своїм функціональним призначенням. Причиною виникнення одних є номінативна функція. Такі okazіоналізми несуть на собі передусім інформативно-комунікативне навантаження, а емоційні відтінки в них відчуються відносно слабо. Причиною виникнення інших є експресивно-стилістичні функції.

Номінативну функцію виконують okazіоналізми, що позначають соціально-політичні явища, процеси, називають прибічників кого-небудь, їх погляди. Такі лексеми переважно утворюються від прізвищ політиків: *кучміст*, *кучманіст*, *порошенківець*. Подібні okazіоналізми завжди мають стилістично-нейтральний, офіційно-діловий тон. Навіть іронічна інтонація контексту, в якому функціонують подібні утворення, не змінює їх стилістично-нейтрального забарвлення.

Процес номінації нового явища або поняття завжди є проявом творчого характеру мовленнєвої діяльності журналіста, оскільки, здійснивши у пам'яті пошук необхідного слова й не знайшовши потрібної назви, він легко створює її

сам, використовуючи для цього відомі йому словотвірні моделі або окремі лексичні зразки. Якщо okazіоналізми зумовлені прагненням дібрати експресивний еквівалент до уже існуючого поняття, то в такому випадку йдеться про номінативно-експресивну функцію. Таку функцію виконують okazіоналізми, що використовуються в заголовках, рубриках, рекламі, анонсах, оскільки вони є джерелом влучності, дотепності та нетрафаретності вислову, чим і привертають увагу читачів, напр.: *Через поле, через гай ходить хлопчик «Вогнеград»* (УМ, 14.07.2019). *Виконкоміана* (МУ, 13.07.2019).

Крім номінативної функції, okazіональні одиниці виконують цілий ряд 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: *Хочеться в нашій нинішній бесіді повести чисто діалогічно-ретроспективний, аналізійно-перекидний, фактологічно-роковільний стиль співрозуміння, співчитності і взаєморозбірності в тих тривожно-передчутних процесах в українському кіно, про які я говорив у попередній нашій розмові. Отож бо... Засуха, кінодоріжна розбитість, кастрування щонайвищих кінематографічних імен – все циклово-зациклонилось, як на екрані, так і в житті ... ще вчора знаменитих кіномитців* (ЛУ 08.10.2019).

З чіткою стилістичною метою – передати значення неординарності, новизни, влучності, експресивності – виникли в мові преси okazіоналізми з префіксом *супер-*. Це, зокрема, відхід від традиційного стилю, виникнення чогось нового, грандіозного, напр.: *суперзірковість, суперкомп'ютер*, тощо. Вони сприяють пожвавленню викладу, викликають емоції в читача.: *Дирекція супер-шоу «Жіночий бронезилет» оголосила черговий набір привабливих осіб без комплексів і без засобів до існування для рекламування інтимних деталей жіночого гардеробу* (УМ, 14.02.2018).

З емотивною функцією okazіоналізмів тісно пов'язана експресивна функція. Експресивна функція – «призначення мовних елементів для впливу на адресата шляхом особливих виражально-зображальних засобів, таких як образність,

інтенсивність, новизна, незвичність та незвичайність» [33]: *Однією з ознак цього трагічного розриву між поколіннями, що відбулися на екрані, були стрічки про дітей-«монстрів» – «Екзорсист», «Омен», «Три кроки в маячні» та інші* (МУ, 09.04.2017). Досить часто емотивну та експресивну функції розглядають у поєднанні, тобто виділяють єдину експресивно-емотивну функцію: *Приємним відкриттям став вищий рівень шоу-майстерності Ірини Білик* (УМ, 12.05.2018).

Отже, оказіональні одиниці завжди мають конкретну мету й викликають у читачів певні асоціації.

2.7 Стилiстичні функції складних оказіоналізмів

У мові преси досить широко зі стилістичною метою використовуються складні слова, тому що вони дають змогу мовцям виражати найрізноманітніші суб'єктивно-експресивні відтінки думки за рахунок поєднання в них різних основ та коренів. Серед оказіональних утворень складні слова трапляються чи не найчастіше. Це спричинено тим, що значення їх складових завжди сприймається досить чітко порівняно з оказіоналізмами, утвореними афіксальними способами, оскільки суфікси та префікси лише трансформують семантику кореня. Складне слово оказіонального характеру, на відміну від аналогічних афіксальних утворень, зрозуміле й поза контекстом, воно є семантично прозорим і однозначним. Складні оказіоналізми часто виконують номінативні функції, оскільки називають певні предмети та явища. Вони можуть позначати наявні у мовній картині світу поняття, тобто бути синонімами до загальноживаних слів, а можуть бути назвами нових предметів та явищ.

Серед усього різноманіття складних оказіоналізмів номінативну функцію досить часто виконують юкстапозити, які відзначаються змістовною цілісністю, а їх компоненти доповнюють один одного й разом набувають нового семантичного значення, в основному зрозумілого й без контексту. Експресивність подібних складних іменників-оказіоналізмів виникає завдяки конденсованому й місткому вираженню думки: *Преса-жебрак не може стати незалежною* (МУ, 09.06.2020).

Як бачимо, складні слова дають можливість збільшити кількість можливих значень нової лексеми, розширити її сенс. Вони завжди відображають авторське ставлення до явища чи події, а тому є стилістично маркованими: *Тим паче, що в Україні тоді не було навіть зародків **продюсерства-менеджеризму**, щоб якимось чином дати альбому зелене світло* (УМ, 14.04.2018). *Сьогодні досконалих молодих партій немає, є лише **партій-першокласники**, члени яких розгублено дивляться на те, що коять їх старші товариші* (ГПУ, 29.07.2019).

Складні okazіоналізми є результатом пошуку нових цікавих засобів лексичної виразності на тлі раціоналізму та стандартизації. Такими є, наприклад, okazіональні композити **кіноправедний, духозрушення** тощо. У відповідному контексті їх експресивність зростає: *Він і грішний, і **кіноправедний**: після відходу Сергія Параджанова – найяскравіша зірка, якій в роки заборон ні від нього не вдалося втекти, і від якого вона не втекла* (ЛУ, 25.08. 2019).

Okazіоналізми можуть бути характеристикою позитивного чи негативного явища. Переважно складні okazіоналізми мають негативне забарвлення: **шоу-вистіювання, сльозодавилка, жлобократ, пустобагатослів'я, нафтохалявник, політбол** тощо: *Це вже далеко не перший «наїзд» на «Дружбу», однак славуцькі детективи не можуть протистояти «**нафтохалявникам**»* (Д, 31.10.2018). Деякі з них мають негативно-іронічне забарвлення: *І так буде доти, доки знаходитимуться українці на роль тарапуньок. Поки що нікому повстати проти **шоу-вистіювання** і спотворення української мови, які запаскуджують простір, у якому мала б розвиватися українська культура* (Д, 31.01.2019).

Рідше вживаються okazіоналізми, що виражають позитивні емоції: **золотоносець, попсонечко** тощо: *І дещо символічно, що свій перший матч «Шахтар» Прокопенка 29 листопада проведе саме з одвічним вітчизняним «**золотоносцем**» – київським «Динамо»* (УМ, 19.11.2017). Отже, подібні okazіоналізми демонструють авторську майстерність, вони завжди семантично місткі і спрямовані на створення певного стилістичного ефекту, їх основне призначення – створити певний образ, урізноманітнити виклад і цим самим вплинути на читача.

Особливої експресії набувають складні іменники-оказіоналізми, у яких в одному слові об'єднані семантично віддалені або логічно непеєднувані одиниці: **жебрак-мільйонер**. Подібні утворення не лише надають тексту особливої образності, а й створюють потрібні авторові асоціації, до вираження яких він прагне.

Влучністю, дотепністю, своєрідністю та неординарністю відзначаються оказіоналізми **шоу-соловейко, соловейкосопілковий кінокритик, найпровокативніший, орденоносець-орденопросець, напередньознано** тощо, асоціативно-образний характер яких підсилює контекст.

Мовна експресія яскраво виражена в оказіоналізмах, утворених зрощенням. Експресивна енергія таких слів полягає в нездатності мовної системи унормувати їх: *Матчів 5-го туру національної першості вітчизняні фанати чекали з нетерпінням. Інтерес зрозумілий: уже через кілька днів після суботніх «міжсобойчиків» три українські клуби мали екзаменуватися більш грізними єврокубковими суперниками (наш четвертий повпред у Європі – криворізький «Кривбас» розпочне боротьбу за Кубок УЄФА з наступного етапу)* (УМ, 08.08.2015). *Розумник Макс, симпатяга Макс, свій-у-дошку-хлопець Макс* (Д, 10.07.2018). Зрозуміло, що подібні оказіональні деривати виконують певну стилістичну мету – своєю незвичайною формою вони привертають увагу читача до окремих зауважень з усього масиву інформації, що міститься в газеті чи журналі.

Яскравий стилістичний ефект складні прикметники-оказіоналізми мають у тому випадку, коли в одному слові об'єднується декілька прикметників, значення яких доповнюються або навпаки суперечать одне одному, але завжди з цього багатоманіття утворюється одна-єдина, неповторна, індивідуальна характеристика когось або чогось. У такому випадку вони передають складну синкретичну ознаку: *Органи сертифікації парфумерно-косметичної продукції повинні постійно тримати на контролі якість **духмяно-приємно-різнобарвного** вмісту флакончиків та пляшечок, які заповнили наш ринок* (УМ, 24.02.2019).

Стилістично виразними є речення, що характеризуються нанизуванням оказіоналізмів на одиницю тексту: *Тому аж дуже дякуємо тим відчайдушно-сміливим, щиро-лисим, самоіронічно-розкутим чоловікам, які без капелюха вийшли на «Парад»* (УМ, 06.06.99). *Чорно-чорні реалії в синьо-жовтій Україні* (УМ, 26.04.2020).

Висновки до розділу

Найчисленнішу групу okazіональної лексики складають іменники (66 %). Перевага іменників пояснюється мовною потребою номінації насамперед нових предметів, реалій, явищ, понять тощо. Основним способом утворення okazіоналізмів-іменників є морфологічний, зокрема афіксація. Найпродуктивнішою в системі афіксального словотвору є суфіксація. Високою продуктивністю відзначаються суфікси *-ець, -івець, -ник, -ист-, -іст-: світочівець, корозіоніст*. Інтесифікувалися okazіональні іменники із загальним значенням абстрактної ознаки, яка виражається за допомогою суфіксів *-ість, -изм, -ізм: львівськість, блондинізм, скелетизм*; незначну кількість подібних okazіональних утворень складають лексичні одиниці з суфіксами *-щин-, -іад-: мешковщина, прем'єріада*. Меншою продуктивністю відзначаються суфіксоїди *-фобій, -логія: ринкофобія, роксоланологія*.

Префіксація виявляє значно меншу активність в утворенні okazіональних іменників. У процесі дослідження було встановлено, що okazіоналізми в мові преси утворюються переважно за допомогою іншомовних префіксів та префіксоїдів, зокрема *супер-, екс-, анти-, пост-: суперсамець, екс-Роксолана*. Питомі українські префікси *без-, не-, над-* виявляють меншу продуктивність: *неангел, не-Попелюшка*.

Прикметникові okazіоналізми складають дещо меншу за обсягом групу (24 %). Одним із найпоширеніших способів утворення okazіональних прикметників є складні слова. Кількісно велику групу серед них становлять композити зі значенням «оригінальна, своєрідна характеристика особи, групи осіб, предметів, явищ, процесів, станів, їхніх ознак, якостей, властивостей тощо»: *каверзно-сенсаційна новина, претензійно-фейлетонна назва*. Продуктивним є тип присвійних прикметників зі значенням «належний тому, хто названий мотивуючою основою», утворений за допомогою суфіксів *-ськ-, -івськ-, -овськ-: лукашенківська машина капітуляції*. Ці утворення слід вважати okazіональними, оскільки в їх семантиці відбулися зрушення, викликані прагненням авторів

передати ознаку предмета чи явища через відношення до тієї або іншої особи, яка має яскраво виражені риси, властивості, прояви натури тощо.

Порівняно з okazіональними іменниками та прикметниками, okazіональні дієслова в мові преси представлені менш широко (8 %). У сфері дієслівного okazіонального словотвору спостерігається багатство okazіоналізмів з суфіксами -*ува-*, -*и-*, -*ну-*: *блероннути, фестивалити, презервувати*.

Прислівникові okazіоналізми представлені невеликою кількістю слів (2 %) і переважно творяться префіксально-суфіксальним способом – за допомогою префікса *по-* і суфіксів -*ому-*, -*и-* на основі прикметників (як відносних, так і присвійних), зрідка займенників: *по-лукашенківському, по-нашенському*.

Експресивність – одна з найбільш складних категорій у сучасній мовознавчій науці, що до цього часу не має остаточного визначення. Це пов'язано з великою кількістю поглядів на природу й сутність цього поняття, а також з різними підходами до його вивчення

Для мови преси аналізованого періоду характерні два види okazіоналізмів, що відрізняються своїм функціональним призначенням. Причиною виникнення одних є номінативна функція (такі okazіоналізми несуть на собі передусім інформативно-комунікативне навантаження, а емоційні відтінки в них відчуються відносно слабо), інших – експресивно-стилістичні функції (такі okazіоналізми створюються з метою вираження певного почуття чи оцінки якогось явища, у них відчутно виражені емоційно-експресивні відтінки й оцінний бік їх має більшу вагу, ніж пізнавальний).

До експресивно-стилістичних функцій належать: емотивна, або емоційна – функція передачі почуттів та емоцій: *югокриза, комунофоб*; експресивна – призначення мовних засобів для впливу на адресата шляхом особливих виражально-зображальних засобів, таких як образність, інтенсивність, новизна, незвичність і незвичайність: *кіноохолодження*; імпресивно-вольова – функція впливу на адресата: *бульварнути, шапкозакидацький настрій*.

Максимальною образною насиченістю та водночас економією вислову відзначаються складні okazіоналізми, що значно експресивніші за афіксальні

утворення. Тенденція до виразнішого стилістичного забарвлення виникає саме завдяки двокомпонентності та багатоконпонентності. Складні оказіоналізми постають як зразок майстерного використання з конкретно-стилістичною метою можливостей словотвірної системи української мови і мають величезні стилістичні можливості, оцінну силу, поняттєву, пізнавальну й естетичну місткість: *шоу-соловейко, гастрономічно-розважальний ряд*.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Мова є складною динамічною системою, яка постійно й безперервно розвивається. Найбільш активно відбуваються зміни лексичного рівня мови, оскільки лексика реагує на усі події сучасного суспільного, громадського, економічного, політичного та культурного життя. У зв'язку з цим у центрі уваги сучасного мовознавства знаходяться проблеми неології. Це стосується й структурно-семантичної природи та функціонально-стилістичного призначення okazіональних елементів – позасистемних мовленнєвих явищ, що ілюструють шляхи і форми розвитку мови окремого періоду, відображають взаємодію між мовою і мовленням, а також оновлюють словотвірну й образну можливість української мови.

У мовознавчій науці категорія okazіональності вивчається у порівнянні з категорією узуальності і базується на протиставленні понять «мова» і «мовлення». До узуального прийнято відносити те, що є частиною мовної системи й може бути використане будь-яким мовцем у типових ситуаціях спілкування, до okazіонального – нове, що виникає у процесі мовленнєвої комунікації й не виходить за межі конкретних ситуацій спілкування.

Поява okazіоналізмів у мові преси зумовлюється низкою чинників екстралінгвального та інтралінгвального характеру, що здебільшого перебувають у тісній взаємодії. До екстралінгвальних факторів належать:

1) соціальні фактори, які вміщують у собі суспільну діяльність людини, зміни у світі явищ, речей, роботу людського розуму, результати пізнавального процесу людини, її соціальну свідомість. Саме цим можна пояснити появу okazіоналізмів, що є засобом інформаційного впливу не тільки на емоції читачів, їх психіку, а й на їх інтелектуальне сприйняття, світоглядну та громадську позицію, що виявляється у ставленні до певних осіб, фактів та подій суспільного життя;

2) комунікативні, які розуміємо як суспільну потребу в чіткій, лаконічній та інформативній комунікації, що несе експресивний відтінок і має відповідну силу впливу. Комунікативні фактори зумовлені недостатньою насиченістю мови

словами у зв'язку з прискоренням сучасного ритму життя та інтенсивністю процесів, що протікають у ньому;

3) психологічні, які дають можливість усвідомлювати та оцінювати позитивні й негативні якості особистості. Різде розмежування мовних засобів на позитивнооцінні й негативнооцінні, закріплення їх саме у цій функції є характерною ознакою публіцистичного стилю. Психологічні фактори можна назвати логіко-психологічними, тому що поділ на позитивне та негативне завжди містить у собі логічне обґрунтування.

Причиново-наслідкові відношення між екстралінгвальними факторами й появою okazіоналізмів рідко мають безпосередній характер. Опосередковану ланку в такому разі становлять інтралінгвальні фактори. На відміну від зовнішніх, дія яких виявляється досить виразно, внутрішні фактори й перетворення, зумовлені ними, є менш помітними. Мовні процеси виникнення okazіоналізмів зумовлені такими інтралінгвальними факторами:

1) тенденцією до регулярності, що виявляється в утворенні похідних слів і сприяє системній організації мови;

2) тенденцією до експресивності, пов'язаної з навмисним порушенням мовного стандарту, з виходом за його межі. Це приводить до певної надлишковості, що виникає за рахунок появи okazіоналізмів як певних еквівалентів до вже наявних у мові слів і пояснюється бажанням «освіжити» мову після певного її «остандартнення». З цією метою мовці досить часто намагаються оновити значення відомих слів, тобто виникає okazіональне значення або okazіональне вживання слів, використання яких забезпечує свіжість і виразність мовного спілкування;

3) тенденцією до економії знакових засобів вираження, яка в мовознавстві отримала назву «мовної економії», за О. Есперсеном, або «закон економії мовних зусиль», за А. Мартіне. Серед okazіоналізмів закон мовної економії переважно виявляється в осново- та словоскладанні, оскільки складні слова компактні за формою, їх семантика легко сприймається, внутрішня форма прозора, що й зумовлює їх перевагу перед словосполученнями;

4) тенденцією до обмеження складності лінгвальної інформації, що діє одночасно з принципом економії знакових засобів вираження. Ці фактори тісно між собою пов'язані, взаємодіють один з одним і є логічним доповненням один одного;

5) тенденцією до ускладнення, спрямованою на збільшення «матеріальної частини» okazіональних слів, пов'язаної з посиленням їх значення;

6) тенденцією до інтеграції, що діє одночасно з тенденцією до диференціації елементів мови. Тенденція до диференціації є протилежною до тенденції інтеграції і спрямована на певну ієрархію всередині смислового поля, прагнучи дати окрему назву кожному предмету або явищу, процесу чи поняттю. З дією тенденції до диференціації виникають нові слова, переважно складні, що уточнюють відомі раніше загальні поняття;

7) дією до аналогії. Аналогії виникають під тиском системи, вони мають більш логічний характер, ніж лінгвістичний, оскільки є результатом мислення.

Оказіоналізми в мові преси ХХІ століття представлені чотирма основними частинами мови, що в кількісному відношенні розподіляються таким чином: іменники, прикметники, дієслова, прислівники. Основним способом утворення іменникових okazіоналізмів є морфологічний, у межах якого високою продуктивністю відзначається суфіксація, осново- та словоскладання, значно менше використовується префіксація. У деривації дієслівних okazіоналізмів активними способами є суфіксація та префіксація, інші способи – префіксально-суфіксальний, префіксально-суфіксально-постфіксальний та словоскладання використовуються менш активно. Прислівникові okazіоналізми становлять незначну кількість й утворені в основному префіксально-суфіксальним способом.

Оказіоналізми, що виконують номінативну функцію, несуть передусім інформативно-комунікативне навантаження, а емоційні відтінки в них відчуються відносно слабо. Оказіоналізми, що виконують експресивно-стилістичні функції, створюються з метою вираження певного почуття чи оцінки

якогось явища, у них відчутно виражені емоційно-експресивні відтінки й оцінний бік їх має більшу вагу, ніж пізнавальний.

Максимальною образною насиченістю та водночас економією вислову відзначаються складні okazіоналізми, що значно експресивніші за афіксальні утворення. Складні okazіоналізми постають як зразок майстерного використання з конкретно-стилістичною метою можливостей словотвірної системи української мови і мають величезні стилістичні можливості, оцінну силу, поняттєву, пізнавальну й естетичну місткість.

Дослідження okazіональної лексики в мові преси дає можливість визначити перспективи розвитку словотвірної системи сучасної української мови та питання, пов'язані з функціонально-стилістичним аналізом новотворів, оскільки okazіоналізми тісно взаємодіють не тільки з семантикою всього висловлювання, але й з окремими його компонентами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арнольд И. О стилистической функции. *Вопросы теории английского и русского языков: Ученые записки* / Ленинградский государственный педагогический институт им. А. И. Герцена. Ленинград, 1970. Т. 471. С. 3–12.
2. Ахманова О., Панфилов В. Экстралингвистические и внутрилингвистические факторы в функционировании и развитии языка. *Вопросы языкознания*. 1963. № 4. С. 45 – 57.
3. Баранник Д. Українська мова на межі століть. *Мовознавство*. 2001. № 3. С. 40–47.
4. Безпояско О., Городенська К. Морфеміка української мови. Київ: Наук. думка, 1987. 210 с.
5. Безпояско О. Іншомовні префікси в українській мові. *Українська мова і література в школі*. 1979. № 7. С. 28–33.
6. Богданович Г. Специфика индивидуально-авторского словообразования (окказиональное словообразование) на страницах газет в постсоветскую эпоху. *Проблемы взаимодействия языков и культур в посткоммунистических странах Центральной и Восточной Европы: Международная научно-практическая конференция: Сборник статей*. Київ: Рідна мова, 1999. С. 60–65.
7. Вакуров В. Словотворчество журналиста. *Вестник Московского ун-та*. Серия 10: Журналистика. 1991. № 4. С. 44–55.
8. Винокур Т. Закономерности стилистического использования языковых единиц. Москва: Наука, 1980. 238 с.
9. Віняр Г. Словотворчі тенденції в сучасній українській мові (на матеріалі усного і писемного мовлення 80-х – початку 90-х років ХХ століття): автореф. дис. ... канд. філол. наук. Дніпропетровськ, 1992. 16 с.
10. Вокальчук Г. Авторські новотвори в поезії 20-х 30-х років. *Культура слова*. Київ, 1992. Вип. 42. С. 59–63.

11. Вокальчук Г. Індивідуально-авторські назви осіб у поезії неокласиків. *Актуальні проблеми сучасної філології*. Рівне: Інформ.-вид. відділ Рівненського держ. пед. ун-ту, 1998. С. 49–55.
12. Вокальчук Г. Оказіональна номінація осіб в українській поезії 20–30-х років ХХ століття: автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 1992 23 с.
13. Вокальчук Г. Оказіональні аббревіатурні назви осіб у поетичному мовленні 20 – 30-х років ХХ століття. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М.Коцюбинського: Збірник наукових праць. Серія: Філологія*. Вінниця: ВДМУ, 2001. Вип. 3. С. 141 – 144.
14. Вокальчук Г. Оказіональні назви осіб в українській поезії 20–30-х років. *Українська мова і література в школі*. 1991. № 8. С. 79–81.
15. Вокальчук Г. Юкстапозити – назви осіб в українській поезії 20–30-х років ХХ століття. *Актуальні проблеми філології. Філологічні студії: В 2-х томах*. Рівне, 1995. Т. 2. С. 135–149.
16. Волох О., Чемерисов М. та ін. Сучасна українська літературна мова. Київ: Вища шк., 1976. 375 с.
17. Гаврилюк Н. Оказіональні іменники-композиції в поетичному доробку неокласиків (словотвірний аспект). *Актуальні проблеми сучасної філології. Мовознавчі студії: Збірник наукових праць*. Рівне: РДГУ, 2000. Вип. 9. С. 101–105.
18. Гаврилюк Н. Особливості творення афіксальних оказіональних дієслів у поетичному доробку неокласиків. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В.Винниченка, 2001. Вип. 31. С. 103–105.
19. Герман В. Індивідуально-авторські неологізми (оказіоналізми) в сучасній поезії (60-і – 90-ті роки): автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 1999. 22 с.
20. Городенська К. Семантичні функції дериваційних морфем. *Мовознавство*. 1987. № 1. С. 20–30.

21. Горпинич В. Будова слова і словотвір. Київ : Радянська школа, 1977. 119 с.
22. Горпинич В. Словотворення і словотвір української мови (текст лекцій). Київ, 1995. 68 с.
23. Горпинич В. Українська словотвірна дериватологія. Дніпропетровськ, 1998. 190 с.
24. Давыдова М. Индивидуально-стилистические неологизмы современного русского языка. *Вопросы теории русского языка и говоров Дальнего Востока*. Хабаровск, 1973. С. 96 – 108.
25. Дегтярь И. О термине «окказионализм» или «окказиональное слово». *Структура словаря и вопросы словообразования германских языков*. Пятигорск, 1975. С. 129–135.
26. Джоглидзе Л. Новые слова в современном русском языке (на материале газеты «Правда» за 1971 – 1975 г.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тбилиси, 1979. 29 с.
27. Драч Є. До проблеми мовної експресії. *Збірник наукових праць*. Вінниця: ВДПО, 2000. Вип. 2. 219 с.
28. Єрмоленко С. Нариси з української словесності: Стилїстика та культура мови. Київ : Довіра, 1999. 413 с.
29. Жовтобрюх М. Мова української періодичної преси (кінець ХІХ – початок ХХ ст.). Київ: Наук. думка, 1970. 304 с.
30. Жовтобрюх М. Мова української преси (до середини 90-х рр. ХІХ ст.). Київ : Вид-во АН УРСР, 1963. 413 с.
31. Заботкина В. Новая лексика современного английского языка. Москва : Высшая школа, 1989. 126 с.
32. Загнітко А. Естетичне навантаження оказіоналізмів у поезії В.Стуса. *Лінгвістичні студії: Збірник наукових праць*. Донецьк: ДонДУ, 2001. Вип. 8. С. 208–216.

33. Земская Е. Активные процессы современного словообразования. *Язык и культура: 3-я Международная конференция. Тезисы докладов.* Киев, 1994. С. 97–99.
34. Земская Е. Активные процессы современного словопроизводства. *Русский язык конца XX столетия (1985 – 1995).* 2-е изд. – Москва : Языки русской культуры, 2000. С. 90–141.
35. Калниязов М. Окказиональные существительные, созданные с нарушением законов словообразования. *Актуальные проблемы русского словообразования: Ученые записки /* Ташкентский государственный педагогический институт. Ташкент, 1975. Т. 143. Вып. I. С. 285–290.
36. Калниязов М. Членимость окказиональных и потенциальных слов. *Актуальные проблемы русского словообразования: Ученые записки /* Ташкентский государственный педагогический институт. Ташкент, 1975. Т. 143. Вып. I. С. 118–125.
37. Каплан В. Окказионализмы в современном языке. *Научные труды.* Тюменский государственный университет. 1976. Вып. 25. С. 63–74.
38. Карпіловська Є. Конструювання складних слівотвірних одиниць. Київ : Наук. думка, 1990. 156 с.
39. Клімович С. Узуальні та оказіональні назви у поезії Ліни Костенко. *Південний архів: Збірник наукових праць: Філологічні науки.* Херсон, 2000. Вип. IX. С. 120–122.
40. Король Т. Об экстралингвистических условиях актуализации внутренней лексико-семантической валентности при образовании лексических инноваций. *Неологизмы в лексике, грамматике и фонетике: Сборник научных трудов.* Рига: ЛГУ, 1985. С. 80–85.
41. Куценко В. Проблема класифікації іменникових юкстапозитів (на матеріалі української преси). *Мовознавчі дослідження: Збірник наукових праць.* Донецьк: ДонДУ, 2000. С. 82–89.
42. Ленець К. Лексичні зміни та їх відображення в мові сучасної преси. *Мовознавство.* 1988. № 6. С. 41–47.

43. Лыков А. Окказионализм и языковая норма. *Грамматика и норма: Сборник статей*. Москва : Наука, 1971. С. 62–83.
44. Ляпунова В. Об употреблении окказиональных слов в современной публицистике. *Ученые записки / Удмуртский педагогический институт*. Ижевск, 1968. Вып. 18. С. 99–106.
45. Мазурик Д. Інноваційні процеси в лексиці сучасної української літературної мови (90-ті роки ХХ ст.): автореф. дис. ... канд. філол. наук. Львів, 2002. 19 с.
46. Мазурик Д. Поетичні окказіоналізми: Традиція і сучасність. *Культура слова*. Київ, 2000. Вип. 55–56. С. 45–51.
47. Мамалига А. Лінгвістичні проблеми засобів масової інформації. *Українська періодика: історія і сучасність*. Львів, 1993. С.148–151.
48. Мацько Л. Українська мова в кінці ХХ ст. (Зміни в лексиці). *Дивослово*. 2000. № 4. С. 15–20.
49. Москаленко А. Неологізми з першим компонентом СУПЕР-, УЛЬТРА-ГПЕР-, МІКРО-, МІНІ- в українській та російській мовах. *Українська мова та література в школі*. 1975. № 7. С. 37–42.
50. Москаленко А. Проблеми розвитку масової комунікації на сучасному етапі. *Вісник Київського університету. Серія: Журналістика*. Київ, 1995. С. 3–25.
51. Муромцева О. Про деякі активні процеси в словниковому складі української літературної мови кінця 80–90-х років ХХ ст. *Українська мова: з минулого в майбутнє*. Київ, 1998. С. 115–116.
52. Навальна М. Динаміка лексикону української періодики початку ХХІ ст. : [монографія]. Київ : Вид. Дім Дмитра Бураго, 2011. 326 с.
53. Навальна, М. Функціонально-стилістичні вияви окказіоналізмів у мові сучасної української газетної періодики. *Studia Philologica*. 2017. № 2 С. 40–44.
54. Нелюба А. Деякі функціональні можливості запозичених суфіксів в українській мові. *Актуальні проблеми граматики*. Кіровоград, 1997. Вип. 2. С. 39–43.

55. Особливості мови і стилю засобів масової інформації / А.Коваль, Г. Солганик, О. Пінчук та ін. Київ : Вища шк., 1983. 151 с.
56. Павленко Л. Складні іменники-оказіоналізми в поетичному контексті. *Українська мова і література в школі*. 1983. № 8. С. 33–35.
57. Панфилов В. О некоторых социальных аспектах природы языка. *Вопросы языкознания*. 1982. № 6. С. 28–44.
58. Пилинський М. Експресивність стилю масової політичної інформації. *Мовознавство*. 1977. № 5. С. 35–46.
59. Пилинський М. Мовна норма і стиль. Київ : Наук. думка, 1976. 288 с.
60. Потебня А. Из записок по теории словесности. *Теоретическая поэтика*. Москва : Высшая школа, 1990. С. 132 – 313.
61. Розен Е. Новое в лексике немецкого языка. Москва : Просвещение, 1971. 176 с.
62. Русанівський В. Префіксальний словотвір. *Словотвір сучасної української мови*. К : Наук. думка, 1979. С. 228–284.
63. Самолова І. Процеси семантичної деривації в лексиці сучасної української літературної мови (на матеріалі неологізмів 70–90 років ХХ ст.): автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 1999. 16 с.
64. Самолова І. Про деякі екстралінгвістичні фактори мовних змін у лексико-семантичній системі української мови. *Мова і культура*. Вип. 1. Т. 2. Київ, 2000. С.182–187.
65. Семенюк О. Мови періодів соціальних перетворень: деякі загальні риси. *Франція та Україна, науково-практичний досвід у контексті діалогу національних культур. V Міжнародна конференція*. Т. 1. Збірник наукових праць. Ч. 1. Дніпропетровськ: Арт-Прес, 1998. С. 164–169.
66. Семенюк О. Социально-психологические аспекты некоторых лингвистических процессов конца ХХ века. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В.Винниченка, 2000. Вип. XXVI. С. 189–199.

67. Сербенська О. Інновації у мові сучасних українських мас-медіа. *125 років Наукового товариства ім. Т. Г. Шевченка: Збірник наукових праць і матеріалів, присвячений ювілею товариства*. Львів, 2001. С. 158–177.
68. Сербенська О. Мова газети в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства. *Мовознавство*. 1988. № 4. С. 21–26.
69. Словник української мови в 11 томах. Київ : Наук. думка, 1970–1980.
70. Смирницкий А. Объективность существования языка: материалы к курсам языкознания. Москва : Изд-во Московского ун-та, 1954. 33 с.
71. Сокол І. Нові слова в сучасній пресі. *Культура слова*. Київ, 1989. Вип. 36. С. 33–35.
72. Солганик Г. Лексика современной газеты. *Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды*. Москва : Изд-во Московского ун-та, 1980. С. 23–35.
73. Стишов О. Новотвори на основі власних назв у мові засобів масової інформації. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (Мовознавство)*. Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2001. Вип. 31. С. 51–55.
74. Стишов О. Оказіоналізми у мові сучасних мас-медіа. *Культура слова*. Київ, 2001. Вип. 59. С. 72–76.
75. Стишов О. Префіксальний словотвір іменникових інновацій у мові сучасних мас-медіа. *Ономастика і апелятиви*. Дніпропетровськ: ДНУ, 2001. Вип. 14. С. 146–153.
76. Стишов О. Семантична деривація. *Наукові записки Вінницького держ. пед. ун-ту ім. М. Коцюбинського. Збірник наукових праць. Серія: Філологія*. 2000. Вінниця: ВДПУ. Вип. 2. С. 60–66.
77. Стишов О. Творення складних прикметників-інновацій у мові сучасних мас-медіа. *Лінгвістичні дослідження: Збірник наукових праць / За заг. ред. проф. Л. А. Лисиченко*. Харків: ХДПУ, 2001. Вип. 6. С. 100–106.
78. Стишов О. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації). Київ : КНЛУ, 2003. 388 с.

79. Сучасна українська літературна мова: Лексика і фразеологія / За ред. акад. І. Білодіда. Київ : Наук. думка, 1973. 440 с.
80. Сюта Г. Оказіональне поетичне слововживання у мовотворчості авторів Нью-Йоркської групи. *Ономастика і апелятиви*. Дніпропетровськ: ДНУ, 2001. Вип. 14. С. 154–157.
81. Турчак О. Експресія та експресивність як складові функціональної характеристики okazіоналізмів (на матеріалі преси кінця ХХ століття). *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. 2015. № 1 (9). С. 164–169.
82. Турчак О. Оказіоналізми як об'єкт лінгвістичного дослідження. *Українська мова*. 2004. № 2. С. 47–55.
83. Турчак О. Семантична і словотвірна структура складних okazіоналізмів у мові преси 90-х років ХХ століття. *Українська ментальність: Діалог світів: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 2–3 жовтня 2003 р.* Одеса: Астропринт, 2003. Ч. 2. С. 225–231.
84. Турчак О. Стилiстичні функції okazіональних одиниць у мові преси 90-х років ХХ століття. *Вісник Луганського державного педагогічного університету ім. Т.Шевченка*. Луганськ: Вид-во ЛДПУ «Альма Матер», 2003. № 10. С. 151–158.
85. Турчак О. Стилiстичні функції okazіональних сполучень слів у мові преси 90-х років ХХ століття. *Питання історичного і сучасного словотвору слов'янських мов: Матеріали міжвузівської наукової конференції (16–17 грудня 2004 р.)*. Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. С. 35–38.
86. Турчак О. Структурно-семантичні особливості okazіоналізмів у мові преси 90-х років ХХ століття. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М.Коцюбинського: Збірник наукових праць. Серія: Філологія*. Вінниця: Вид-во Вінницького держ. пед. ун-ту, 2003. Вип. 5. С. 163–168.
87. Українська мова: Енциклопедія / Редкол.: Русанівський В., Тараненко О., Зяблюк М. та ін. Київ : «Українська енциклопедія», 2000. 752 с.

88. Улуханов И. Словообразовательная семантика в русском языке и принципы ее описания. автореф. дис. ... доктор. филол. наук. Москва, 1975.
89. Ферм Л. Особенности развития русской лексики в новейший период (на материале газет). Uppsala. 1994. 238 с.
90. Филиппев Ю. Сигналы эстетической информации. Москва : Наука, 1971. 111 с.
91. Ханпира Э. Об окказиональном слове и окказиональном словообразовании. *Развитие словообразования современного русского языка: Сборник статей*. М.: Наука, 1966. С. 153–166.
92. Ханпира Э. Окказиональные элементы в современной речи. *Стилистические исследования (на материале современного русского языка): Сборник статей*. Москва : Наука, 1972. С. 245–317.
93. Харченко В. Разграничение оценочности, образности, экспрессии и эмоциональности в семантике слова. *Русский язык в школе*. 1976. № 3. С. 66–71.
94. Чиркова Е. Типы окказиональных слов в языке газеты. *Язык и общество: Межвузовский научный сборник*. Изд-во Саратовского ун-та, 1974. С. 129–144.
95. Шеляховская Л., Богданов Н. Словообразовательный аспект изучения некоторых групп окказионализмов. *Новые слова и словари новых слов: Сборник статей*. Ленинград : Наука, 1983. С. 82–92.
96. Шинкар Т. Оказіоналізми в мові української преси початку ХХІ століття: функціонально-стилістичний аспект *Society. Document. Communication*. 2018. № 6. С. 26–41.
97. Шор Р. Язык и общество. Москва, 1926. 156 с.
98. Юрченко Т. Експресія розмовності в індивідуальному словотворенні П. Загребельного. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. Кіровоград: РВЦ КДПІ ім. В. Винниченка, 2001. Вип. 31. С. 212–216.
99. Юрченко Т. Структурні типи складних слів-оказіоналізмів у мовотворчості П. Загребельного. *Дослідження з лексикології і граматики*

української мови: *Збірник наукових праць*. Дніпропетровськ: Навчальна книга, 2000. Т. 2. С. 168–177.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Голос України. Газета Верховної Ради України.

Газета по-українськи. Українська газета, яка почала виходити з кінця 2005 року.

День. Щоденна всеукраїнська газета.

Літературна Україна. Громадсько-політичне та літературно-художнє видання. Тижневик українських письменників. Засновник – Спілка письменників України.

Молодь України. Загальнополітична молодіжна газета.

Україна молода. Інформаційно-політична газета. Засновник – Міністерство України у справах молоді та спорту.

Українська мова та література.