Розділ ІІ

ФУНКЦІОНАЛЬНА СЕМАНТИКА ЛЕКСИЧНИХ І ГРАМАТИЧНИХ ОДИНИЦЬ

УДК 81’373.43 = 161.2

Ірина Бабій
(Тернопіль)

ОКАЗІОНАЛЬНО-ПРЕДМЕТНА НОМІНАЦІЯ У ХУДОЖНІЙ КАРТИНІ СВІТУ МИКОЛИ ХВИЛЬОВОГО

У статті проаналізовано семантику, деривaційну структуру та функціонування іменникових авторських неологізмів у малій прозі М. Хвильового; виявлено їх активну оцінно-експресивну функцію.

Ключові слова: *новотвір, авторський неологізм, лексична інновація, оказіоналізм, неолексема.*

In the article we analyze the semantics, derivative structure and functioning of the author’s noun neologisms in the short stories by M.Khvyliovyi, we reveal their active evaluative and expressive function.

Key words: *neologism, author’s neologism, lexical innovation, occasionalism, neo-lexeme.*

Аналіз індивідуально-авторської мовотворчості набув особливої актуальності в лінгвістиці. Відомими дослідниками у галузі неології та неографії є В. Русанівський, О. Стишов, Г. Вокальчук, Н. Сологуб, С. Єрмоленко, Ж. Колоїз, Г. Сюта, Н. Адах, В. Герман, Т. Юрченко, О. Тимочко та ін.

Активізація дослідницьких зацікавлень у сфері індивідуально-авторської номінації зумовила і наш інтерес до її вивчення. **Предметом** розгляду стали іменникові лексичні інновації в авторській картині світу Миколи Хвильового, а **матеріалом** для аналізу послужила мала проза письменника.

В останні десятиліття посилився науковий інтерес до вивчення мовотворчості письменників, чий творчий доробок був штучно вилучений із літературного процесу. Відсутність повного і всебічного аналізу ідіостилю М. Хвильового зумовлює **актуальність** нашого дослідження.

Мета статті – схарактеризувати семантику, деривaційну структуру та функціонування лексичних новотворів, виявлених у малій прозі М. Хвильового.

У результаті наших наукових пошуків ми виявили кілька лексико-семантичних груп:

- назви осіб за такими ознаками: рід занять (***завітальник***, ***дискусійщик***, ***поїздник***, ***поет-агітатор*** та ін.); зовнішній вигляд, портрет (***кучерявик***, ***волохатко*** та ін.); внутрішні якості, властивості (***шкандальник***, ***архінитик***, ***вояка-добряка*** та ін.); соціальний стан, політичні уподобання тощо (***інтелігешки***, ***жидожер***, ***анархіст-індивідуаліст***, ***індивідуаліст-жебрак***);
- назви явищ природи, небесних світил тощо (***напівдощ***, ***напівсніг***, ***жовтожар***, ***сонцемідь***, ***юність-метелиця*** та ін.);
- назви рослин, тварин (***зелина***, ***одиночка-крижень*** та ін.);
- назви предметів, приміщень тощо (***радіоплуг***, ***збірня-розправа*** та ін.);
- назви абстрактних понять (***нав’яза***, ***фарбопис***, ***зав’язки-розв’язки***, ***алалакання***, ***викинь-штейн***, ***час-зажура***, ***зверхакуратність*** та ін.).

Одну з найчисельніших груп іменникових неолексем у творах М. Хвильового становлять іменники на позначення осіб. Найчастіше вони утворені суфіксальним способом та складанням. Найбільш продуктивними є моделі творення назв осіб за допомогою суфіксів:

-ник від іменникових основ: ***шкандальник, шкільник, поїздник, балабаєшник, халатник, берданочник*** (***поїздник*** ← поїзд, ***халатник*** ← халат, ***шкільник*** ← ***школа***), зрідка від дієслівних основ: ***завітальник***;

-ик/**-щик**: ***кучерявик, дискусійщик*** (***кучерявик*** від прикметника *кучерявий*, ***дискусійщик*** від іменника *дискусія*).

Лише кілька іменників утворено іншими афіксальними способами, зокрема, префіксальним способом, наприклад, ***архінитик*** за допомогою префікса **архі-**; префіксально-суфіксальним способом, наприклад, ***співпалатник*** від іменника *палата* за допомогою префікса **спів-**, суфікса **-ник**.

Велику групу іменникових неолексем – назв осіб утворено способом складання, найчастіше – чистим складанням шляхом поєднання в одне слово двох іменників, наприклад: ***поет-агітатор, бандити-лісовики, поет-менестрель, жінка-мрійниця, вояка-добряка, велитель-деспот, метелик-Майя, дебютантки-балерини, індивідуаліст-жебрак, обиватель-регулятор, буржуа-лавочник, вороги-царисти, раб-просвітянин, матір-незаможниця*** та ін., а саме: ***поет-агітатор*** ← поет, агітатор, ***жінка-мрійниця*** ← жінка, мрійниця, ***велитель-деспот*** ← велитель, деспот, ***раб-просвітянин*** ← раб, просвітянин тощо. Зрідка такі композитні іменники утворені способом складання з нульовою суфіксацією, наприклад, ***жидожер*** ø ← жид, жерти.

Особливістю індивідуально-авторської номінації людини є вживання М. Хвильовим лексем з інших тематичних груп у значенні 'назви особи', наприклад, у контексті: *Микита Гордійович ухилявся: – Іди од мене,* ***причина****! Не можу тебе, і квит!* ("Бандити", 1, с. 584).

Іменникові лексичні інновації М.Хвильового, що входять до інших тематичних груп (назв флори, фауни тощо), найчастіше утворені суфіксальним способом та складанням. Продуктивними тут є суфікси **-ин** (**а**), **-ник**: ***зелина, чатинник***. Композитні іменники, як правило, утворені шляхом словоскладання, наприклад: ***юність-метелиця*** ← юність, метелиця, ***збірня-розправа*** ← збірня, розправа, ***одиночка-крижень*** ← одиночка, крижень та ін. Кілька іменникових неолексем утворено префіксальним способом за допомогою т.зв. префіксоїдів пів-, напів-: ***напівдощ, напівсніг***.

Суфіксальний спосіб і складання домінують при творенні абстрактних іменників-новотворів у малій прозі М. Хвильового. Такі лексеми, як правило, є назвами дій, процесів та їх результатів, емоцій, відчуттів, внутрішніх властивостей особи тощо. Найбільш продуктивними є моделі творення абстрактних іменників за допомогою суфіксів:

-ин(**а**): ***просвітянщина, махаївщина***;

-нн(**я**) / **-енн**(**я**): ***промешкання, обмашинення, "алалакання"*** та ін. (***"алалакання"*** ← алалакати, ***обмашинення*** ← обмашинити);

-ств(**о**): ***парикмахерство*** тощо.

Крім суфіксації, при творенні абстрактних іменників продуктивним є спосіб словоскладання, наприклад: ***час-зажура, зав'язки-розв'язки, казка-бувальщина*** та ін. (***час-зажура*** ← час, зажура, ***зав'язки-розв'язки*** ← зав'язки, розв'язки). У творах М. Хвильового виявлено кілька композитних іменників, утворених складанням із суфіксацією (***шанолюбство*** ← шану любити + суфікс -ств(о), складанням із нульовою суфіксацією (***фарбопис*** ← фарбою писати + ø). Непродуктивними є моделі творення іменників способом нульової суфіксації (***нав'яза*** ø ← нав'язати).

В індивідуально-авторському корпусі М. Хвильового є неолексеми, побудовані за незвичними словотвірними моделями. Часто це авторські неологізми композитної форми, наприклад: ***викинь-штейн, шурум-бурум*** та ін. (*– ...Плебеї все розуміють. Пора б на* ***викинь-штейн****! Пора б дати місце метранпажам* ("Санаторійна зона, 1, с. 387"); *Тут нащадки лихої татарви, тепер:* ***"шурум-бурум"*** *– спокійні, задумливі татари...* ("Бараки,

що за містом", 1, с.285). Інколи важко схарактеризувати значення таких лексем та пояснити їх творення.

На початку ХХ століття у мовлення активно проникли абревіатури, утворені на основі слів суспільно-політичної лексики. У творах М. Хвильового така група лексем активно представлена, наприклад: ***ком'ячейка, фабзавком, райриба, райсіль, наробраз, соцвосниця, нацсправа, грошзнаки, комгурток, сельробота, помкомгол, главковерх, редвидат, радторгслужбовці*** та багато інших. Звичайно, такі іменники ми не можемо вважати індивідуально-авторськими, вони відображають, насамперед, ту епоху, політичну ситуацію, що відтворював на сторінках своїх творів письменник. Хоча деякі абревіатури, крім номінативної, в художній оповіді М. Хвильового виконують експресивну роль, наприклад, у повісті "Санаторійна зона" в такому контексті: *"У санаторій стікались зі всіх кінців духмяного краю. Тут були партійні, безпартійні, анархи, слюсарі, токарі, метранпажі і були, як казала Майя:* ***радбури, комбури, комфутури, пролетури****, "в останній стадії" і від манікюрш: так, взагалі… "Тут звалено союзний вінегрет"* (1, с. 389).

Оригінальним є також уживання форми **-істки**, яку можна вважати окремою лексемою у такому контексті: ***Машиністки, ремінгтоністки, стенографістки, журналістки*** *–* ***істки****, сірі – може, красиві, може, погані, просто манекени, просто автомати, на яких можна прикрикнути, коли треба, бо це ж вони, радянські баришні, які бояться скорочення штату більш як гармат, революції, вибухів, Махна, бандитів* ("Пудель", 1, с. 346), де форма **-істки** містить узагальнену характеристику персонажів і символізує сірість, безликість, байдужість, покірність.

У текстах прозових творів М. Хвильового знаходимо неолексеми, які сам автор подає у лапках, наприклад: *Комунари хвилювались, але вони знали, що їм бунтувати не можна, а можна говорити іншим* ***"халатникам"*** *(хворі), що курорт дуже гарний…* ("Арабески", 1, с. 312); (*Сойрейль, припустім, бо для мене просвітянський реалізм – "к чорту"... навіть у прізвищах, бо я його органічно –* ***"органонами"*** *– не виношу*) ("Арабески", 1, с. 303).

З метою уточнення, адекватного сприймання свого художнього слова значення деяких власних новотворів М. Хвильовий сам мотивує, наприклад: *Як і всі* ***поїздники****, себто робітники, які мешкали по суміжних з городом селах і які на завод попадали за допомогою робочого поїзда,...* ("Оповідання про Степана Трохимовича", 2, с. 121); *А* ***зав'язки-розв'язки*** *так від мене й не дочекаєтесь. Бо зав'язка – Жовтень, а розв'язка – сонячний вік, і до нього йдемо* ("Кіт у чоботях", 1, с. 157); *...але я завжди думала, що нашу стінгазету зовсім не випадково називають* ***"Стінгазом"*** (**"Стінгаз"**). *Саме все це – газ, димок. Горить вогка солома, а люди сидять біля цього ілюзорного вогнища й гадають, що "без огню не буває диму"* ("Сентиментальна історія", 1, с. 527-528); *В особистому житті для товариша Старка існував тільки кучерявий* ***"сміхунчик"*** *(так батько називав свого Вову за те, що той вічно посміхався*) ("Щасливий секретар", 2, с. 295) та ін.

Деяким загальновживаним лексемам української мови М. Хвильовий у своїх творах надає розмовного, зниженого відтінку, наприклад: ***шкандаль, хазяйствечко, єхида, "чамайдан", "фільозоф"*** та ін.

Художнє слово М. Хвильового – чітке, конкретне, образне. Його новели "приваблювали не лише тематичною злободенністю, а й стильовою, мистецькою самобутністю, засвідчували утвердження нової манери письма. М. Хвильовий починав як неоромантик, хоча в новелістиці легко знайти і впливи імпресіоністичної поетики, і елементи експресіонізму, навіть сюрреалізму. Виражальність у його ранніх творах відчутно превалювала над зображальністю, це була проза музична, ритмізована, навіть незрідка алітерована, з дуже сильним ліричним струменем" [1, с. 285]. Усі ужиті мовно-стилістичні засоби у творах письменника підпорядковані загальній ідеї твору. Індивідуально-авторські неологізми М. Хвильового, крім номінативної, виразно виконують образно-художню роль, часто – оцінно-експресивну. За допомогою новотворів письменник дає оцінку зображуваним подіям, обставинам, виражає власне ставлення до персонажів. Так, позитивну оцінність містять лексеми ***волохатко, симпампончик, вкраїнофільчик, сміхунчик*** і под. у контекстах:

Тоді Майя підвелась і сіла біля нього. Потім погладила його волохату голову своєю вихоленою рукою: – Ах ти, моя ***волохатко!*** ("Санаторійна зона", 1, с. 385); *...Же – надто неспокійна. Же – циганочка, а Іванову співає: – Мій* ***симпампончик*** *і* ***вкраїнофільчик*** ("Чумаківська комуна", 1, с. 221).

Негативне ж бачення своїх персонажів, певну зневагу та осуд М. Хвильовий презентує через лексеми ***сволочішка, інтелігешки, інтелігентішка, інтелігентщина,*** наприклад, у таких контекстах: *– ...Тепер кожний бувший велетень не більше, як паршивенький* ***інтелігентішка****, міщанин, сволоч, який нахабно дере кирпу і ще нахабніше заявляє "ми"* ("Санаторійна зона", 1, с. 450); (*ти спостерігав, як воно лякає наших м'якотілих* ***інтелігешок****!*)… (1, с. 441*); Мура зазначає: – Так і треба. Буде знати,* ***сволочишка****. В комуні* ***"сволочишка"*** *– слово ласкательне, і буржуа тепер сволочами не називають, а називають так: "человєці в благоволєнії"* ("Чумаківська комуна", 1, с. 224). Основним засобом вираження оцінно-експресивного забарвлення таких іменників є суфікси.

Індивідуально-авторські лексичні неологізми у художній майстерні М. Хвильового часто створюють цікаві розгорнуті метафоричні образи, наприклад: *...Уночі пішов перший сніг, – посивіли вулиці… Здрастуйте, мої веселі сніжинки! ...Здрастуй, моя* ***юність-метелице****! Пружисте тіло, пружиста думка. Мороз* ("Чумаківська комуна", 1, с. 229).

Часто авторські лексичні інновації "прикрашають", увиразнюють пейзажні замальовки М. Хвильового, наприклад: *Гинули роси, зник* ***жовтожар****. Над рікою випливало сонце і гриміло в просторі* ("Санаторійна зона", 1, с. 425); *...Куріли далі. Знову спалахували думки на горизонті. Над городом хмарою стояв пил.* ***Сонцемідь,*** *і неба не видно. Тільки горова мутна курява мчала над далеким небосхилом* ("Я (Романтика)", 1, с. 334).

Отже, лексичні новотвори М.Хвильового відзначаються семантичним багатством та формальною новизною, більшість із них містить виразне естетичне навантаження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агеєва В. Микола Хвильовий // Історія української літератури XX століття: У 2 кн. – Кн.1 / За ред. В.Г. Дончика . – К.: Либідь, 1998. – 464с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ "Перун", 2003. – 1440 с.
3. Словник української мови: В 11т. – К.: Наукова думка, 1970-1980.
4. Словник української мови: В 20т. – Т.1. – К.: Наукова думка, 2010. – 912 с.
5. Хвильовий М.Г. Твори: У 2 т. – К.: Дніпро, 1990.

УДК 81'367.623

Юлія Бабій
(Миколаїв)

ЧАСТОТНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ КЛЮЧОВИХ СЛІВ У ТЕКСТАХ ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ МИКОЛАЇВЩИНИ

У статті проаналізовано частиномовну роль ключових слів у текстах політичної реклами Миколаївщини.

Ключові слова: *політична реклама, ключове слово, частина мови, сугестивний вплив.*

The article is analysed the chastinomovnu role of keywords in texts of the political advertising of Mykolaiv.

Key words: *political advertising, keyword, part of speech, sugestivniy influence.*

Техніка й технології будь-якої реклами (політичної, зокрема) розраховані на постійну присутність буквально у всіх масових інформаційних потоках: увага громадян повинна бути завойованою, вони повинні зробити "усвідомлений" вибір тієї чи іншої політичної позиції [7, с. 164]. Сила рекламних технологій буває настільки високою, що людина здійснює не тільки