

It is this quality which enables him to reach the valley without overt hindrance, for he rejects the guide's suggestion that he ride away, no man being the wiser, and so fulfills his vow [8, p. 131]

Gawain's most bitter lamentation is that he has forsaken «pat is larges and lewté pat longez to knyžtez». Or as he also puts it, he is guilty of «trecherye and vntrawpe.» His scutcheon has been tarnished and his reputation lessened, for he has failed to be entirely worthy of the sign of perfection which he bore away proudly from Arthur's hall. The depths of his feeling are understandable, and his lament is not an exaggerated one; the care with which the poet depicted and explained the pentangle shows the audience that the responsibility of the virtue of perfection is no small one, a realization which is all too clearly emphasized by the theme. Perfection is not attainable by mortal man any more than other ideals. It is true, however, that as far as it is possible for a mortal, Gawain does approach something very near to perfection; hence the poet's emphasis on Gawain's being given the pentangle device [8, pp. 131–132]:

*Forþu hit acordez to pis knyzt and to his cler armez,
For ay faythful in fyue and sere fyue sypez
Gawan watz for gode knawen, and as golde pured,
Voyded of vche vylany, wyth vertuez ennoured....* [17, p. 250].

Of all the knights he is the most highly regarded, the worthiest; he is a true «hero of destiny» and therefore the one who must venture out to have his mettle and his truth tested [8, p. 132].

Thus, the romance is full of symbols, the central of which are numbers two and three and also the pentangle which can be interpreted in different ways – five wounds of Christ, the Star of Bethlehem and also five virtues of knighthood: «generosity, courtesy, chastity, chivalry and piety». Also, the pentangle represents five joys of Mother Mary: The Annunciation, Nativity, Resurrection, Ascension, and Assumption.

Bibliography:

1. Ashley, Kathleen M. Bonding and signification in Sir Gawain and the Green Knight / Kathleen M. Ashley // Text and Matter: New Critical Perspectives of the Pearl-Poet. – January. – NY : Whitston, 1991. – PP. 213–219.
2. Blanch, Robert J. Religion and Law in Sir Gawain and the Green Knight / J. Robert Blanch // Approaches to Teaching Sir Gawain and the Green Knight. – NY : The Modern Language Association of America, 1986. – PP. 93–101.
3. Blanch, Robert J. and Wasserman, Julian N. The Current State of Sir Gawain and the Green Knight Criticism / Robert J. Blanch and Julian N. Wasserman // The Chaucer Review. No. 4 (Vol. 27). – Pennsylvania : Pennsylvania State University Press, 1993. – PP. 401–412.
4. Brewer, Derek Introduction / Derek Brewer // A Companion to the Gawain-Poet. – Woodbridge, UK : Boydell and Brewer, 1999. – PP. 1–22.
5. Brewer, Derek Everyday Life: Feasts / Derek Brewer // A Companion to the Gawain-Poet. – Woodbridge, UK : Boydell and Brewer, 1999. – PP. 131–142.
6. Davis, Nick Narrative Form and Insight / Nick Davis // A Companion to the Gawain-Poet. – Woodbridge, UK : Boydell and Brewer, 1999. – PP. 329–350.
7. Gilbert, Jane Gender and sexual transgression / Jane Gilbert // A Companion to the Gawain-Poet. – Woodbridge, UK : Boydell and Brewer, 1999. – PP. 53–69.
8. Jones, Shirley Jean Sir Gawain and the Green Knight: Its Magic, Myth, and Ritual / Jean Shirley Jones. – Oklahoma : The University of Oklahoma, 1966. – 172 p.
9. Martin, Priscilla Allegory and symbolism / Priscilla Martin // A Companion to the Gawain-Poet. – Woodbridge, UK : Boydell and Brewer, 1999. – PP. 315–328.
10. Miller, Miriam Youngerman, and Chance, Jane Tolkien and His Sources / Miriam Youngerman Miller and Jane Chance // Approaches to Teaching Sir Gawain and the Green Knight. – New York : The Modern Language Association of America, 1986. – PP. 151–155.
11. Pedrosa, Antonio Vicente Casas Symbolic Numbers and Their Function in Sir Gawain and the Green Knight / Antonio Vicente Casas Pedrosa // Philologica Canariensis. No. 12–13. – University of Las Palmas de Gran Canaria, 2006–2007. – PP. 67–88.
12. Plummer, John Signifying the Self: Language and Identity in Sir Gawain and the Green Knight / John Plummer // Text and Matter: New Critical Perspectives of the Pearl-Poet. – January. – NY : Whitston, 1991. – PP. 195–212.
13. Prior, Sandra Pierson The Pearl Poet Revisited / Sandra Pierson Prior. – New York : Twayne's English Authors Series, 1994. – 161 p.
14. Robertson, Durant Waite, Jr. Essays in Medieval Culture / Durant Waite, Jr. Robertson. – Princeton : Princeton University Press, 1980. – 404 p.
15. Rooney, Anne Everyday Life: The hunts in Sir Gawain and the Green Knight / Anne Rooney // A Companion to the Gawain-Poet. – Woodbridge, UK : Boydell and Brewer, 1999. – PP. 157–164.
16. Savage, Henry Lyttleton The Gawain-Poet: Studies in his Personality and Background / Henry Lyttleton Savage. – University of North Carolina Press, Chapel Hill, N.C., 1956. – 236 p.
17. Sir Gawain and the Green Knight // The Norton Anthology of English Literature. Vol.1. – New York, London : W.W. Norton and Company, Fifth edition, 1986. – PP. 233–288.

УДК 81'272:004.1.01:050

М. В. Бойчук, В. М. Бойчук,

Івано-Франківська філія університету «Україна», Національна академія внутрішніх справ, м. Івано-Франківськ

НЕОЛОГІЗМИ ЯК СТИЛІСТЕМИ

У статті описано й проаналізовано поліфункціональний характер заголовкових неологізмів, використання яких детерміновано авторськими інтенціями. З масиву емпіричного матеріалу, відібраного для дослідження із заголовків сучасних українських інтернет-видань, значну частину складають оказіоналізми.

Ключові слова: стилістема, маркований знак, оказіоналізм, публіцистичний текст.

NEOLOGISMS AS STYLISTIC UNITS

The article deals with the description and analysis of multifunctional character of neologisms taken from titles of Ukrainian internet on-line publications. It is established that the choice of certain neologism is strictly determined by the author's intention. The most part of the empirical materials chosen for our research is the occasional units which reveals their expressive stylistic character in certain context and demonstrate their generative potential.

Journalistic discourse is one of the spheres where stylistically marked linguistic units are being used by authors intending to express their pragmatic instructions, to grab the reader's attention and reach the aim of information saturation and emotional expression.

On the other hand, occasional units in the structure of on-line titles give the endless possibilities to transfer author's thoughts wittily, logically, emotionally and associatively. These stylistic units also accumulate kind of semantic and extra linguistic information, illustrate the textual associative links and reconstitute the cognitive, creative level of author's linguistic identity in the process of text activity.

On the background of neutral stylistic units the occasionalisms demonstrate their ability to be so called stylistically marked units and in this respect to be perceived by any addressee like the units of emotional, expressing, estimating and evaluative nature.

Key words: *stylistic unit, marked sign, occasionalism, journalistic text.*

НЕОЛОГИЗМЫ КАК СТИЛИСТЕМЫ

В статье описан и проанализирован полифункциональный характер заглавных неологизмов, использование которых детерминировано авторскими интенциями. Из массива эмпирического материала, отобранного для исследования из заглавий современных украинских интернет-изданий, значительную часть составляют окказионализмы.

Ключевые слова: *стилистема, маркированный знак, окказионализм, публицистический текст.*

Опис системи мови, зокрема динаміки розвитку та функціонування лексичного складу, що зумовлений внутрішніми та зовнішніми лінгвальними чинниками (законами), залишається актуальним завданням мовознавчої науки, оскільки дозволяє вибудовувати нові наукові парадигми, які позначені інтегральним впливом інших гуманітарних (антропологічних) знань.

Неабияку увагу дослідників (Б. Ажнюк, Г. Вокальчук, Ж. Колоїз, О. Стишов, О. Тараненко, Г. Віняр, Н. Стратулат та ін.) привертують неологічні (оказіональні) утворення у сучасному дискурсі, особливо їх конотативна природа, функціональне (номінативне, експресивне, оцінне) навантаження. З огляду на сказане, актуальним питанням є з'ясування різноаспектної стилістичної природи заголовкових неологізмів українських інтернет-видань, що і є метою цієї статті.

Стилістично марковані слова, що яскраво виділяються на тлі нейтральних стилістичних засобів, які насамперед охоплюють лексику літературної мови, її загальноживаний словник, мають обмежену сферу вживання, характеризуються експресивно-емоційними відтінками [3, с. 274–275]. Експресивно забарвлені мовні факти позначені належністю до певних функціональних стилів – до відповідних ситуативних контекстів, узуально використовуваних у комунікативних сферах. Контекст (від лат. *contextus* – поєднання, зв'язок) дослідники визначають як семантико-граматичну й комунікативну «єдність певного текстового елементу (слова, висловлення, періоду) із текстовим і ситуативним оточенням як індикатором значення й функціональної ваги цього елементу» [13, с. 253].

Використання стилістично маркованого знака для називання об'єкта позамовної дійсності передбачає факт узуально закріпленого ставлення до нього, осмислення його відповідним мовним колективом, що знаходить свій вияв у факті приєднання оцінки до номінативної функції слова.

Стилістема відображає, по суті, не сам денотат, а узуально закріплену його оцінку певною мовною спільнотою. Це дає підстави для констатації наявності у стилістично забарвленого варіанта слова своєрідної «внутрішньої предикації», що виражає узуально зафіксоване ставлення колективного носія мови до співвідносного зі словом певного класу предметів, коли узуально закріплена емоційна чи інтелектуальна оцінка об'єкта номінації є невід'ємним, а інколи – провідним складником смислового наповнення слова як дискретної одиниці мовної системи [18, с. 55].

Однією зі сфер використання стилістично маркованих знаків виступає публіцистичний дискурс. Від поезії, прози і драматургії він бере художні зображальні засоби, здійснює їх видозміну згідно зі своєю природою – розвиває і вдосконалює ці засоби на ґрунті документального відтворення дійсності. Автор публіцистичного тексту насамперед спирається на документальний фактаж, а потім, відштовхуючись від нього, додає до цієї дійсності різнопланових барв за допомогою своєї уяви. Він не займається створенням завершених персонажів (образів), а бере їх із реального життя.

Мова автора публіцистичного тексту, всі його засоби образотворення спираються на підвищену експресію й активність слова, на його полемічну силу [10, с. 154]. Медійна мова зрозуміла для всіх і кожного, однак вона майже невлітимо, проте доволі чітко, розподіляє читацьку (слухацьку, глядацьку) аудиторію на певні сегменти відповідно до інтересів та уподобань, соціальних характеристик. Цим визначається «сила мас-медійної мови, яка переносить конфлікт у масовий віртуальний простір, активно створюючи нові соціолекти та соціоментальні групи відповідно» [2, с. 189].

У публіцистичному мовленнєвому контексті відбувається реалізація двох прагматичних настанов: «на досягнення інформаційно-оцінної насиченості і на досягнення емоційно-експресивної виразності. З цієї метою адресант використовує низку прийомів» [11, с. 18]. До таких належать окказіоналізми, які широко застосовуються в мові сучасних мас-медіа. Вони дають змогу «влучно, логічно, емоційно або й асоціативно передати думку, відтворити стан, емоційне навантаження», а також «акумулюють у собі семантичну чи екстралінгвістичну інформацію»; водночас «оказіоналізми певною мірою допомагають простежити текстові асоціативні зв'язки, відтворюють когнітивно-креативний рівень мовної особистості автора у процесі текстової діяльності» [12].

Актуалізація імпліцитних сем привводить до того, що семантична структура авторських неологізмів стає складнішою порівняно з узуальними, внаслідок чого вони є вагомішими у контексті надфразової єдності [4, с. 14]. Оскільки суть неологізації полягає у вербальній репрезентації нових об'єктів, виділених свідомістю (явищ, станів, ознак), неологізація привводить до внутрішньої напруги мовної системи, тексту як у плані творення, так і в плані функціонування [5]. Неологізми як наслідки мовних змін «мають дійсно одну *дієву причину* – мовну свободу мовців і одну *універсальну підставу* – експресивну (і комунікативну) цілеспрямованість» [8].

Маючи обмежену сферу вживання, будучи наділені експресивно-емоційними відтінками, окказіоналізми демонструють стилістичну маркованість. На тлі нейтральних (міжстильових) стилістичних засобів вони сприймаються адресатом тексту як одиниці емоційного, експресивного, оцінного спрямування, адже створення неодиниці найчастіше має на меті дати яскраву образно-оцінну характеристику зображуваному явищу.

Формальний і смисловий план таких одиниць відкриває широкий простір суб'єктові комунікації для втілення своїх номінативно-зображальних інтенцій. Це впливає з особливостей людської свідомості, адже поряд із номінативно-класифікаційною діяльністю вона також природно реагує на дійсність і в емоційному плані, коли кваліфікує позначуваний об'єкт крізь призму свого сприйняття його як прийнятний / неприйнятний, корисний / непотрібний, надзвичайно великий чи дуже малий, інтенсивний чи слабкий у своєму вияві, такий, що виражає особистісне чи суспільне «добро» або «зло». Потрапляння до значень слів кваліфікаційної діяльності свідомості і вираження в ній емотивних реакцій суб'єкта мовлення на очікуване ним і створює, як писав свого часу Ш. Баллі, «експресивне забарвлення мовних фактів» [15, с. 203].

У журналістському тексті реалізується сукупність функцій публіцистичного стилю: інформаційна, естетична і функція впливу. Остання передбачає ефективний психологічний тиск на індивідуальну та масову свідомість, визначення на-

пряму прийняття рішень. Як основну рису публіцистичного стилю визначають єдність експресивності й стандарту, адже в цьому функціональному різновиді мови відбувається поєднання інформаційної функції з функцією переконання, емоційного впливу на аудиторію. Результатом взаємодії мовних канонів суворих жанрів і тяжіння до експресивності стають неодицині. Такі нові утворення здійснюють свій вплив на найважливіші параметри текстів ЗМІ та масовокомунікаційних процесів.

Ідеться про знесобленість (віртуальність) учасників комунікації, орієнтація на те, щоб авторською інтенцією було досягнуто ефективного впливу на адресатів відповідного тексту [14]. Отже, медіадискурс характеризується спрямованістю мовних та позамовних чинників на здійснення впливу на адресата. Мета цього впливу: а) саме повідомлення відповідної інформації; б) прагнення встановити контакт і позитивні стосунки з адресатом; в) спонукати адресата змінити погляди чи здійснити певні дії; г) формування емоційного ставлення до написаного чи висловленого [7].

Кожний мовленнєвий акт характеризується ситуативною зорієнтованістю. Водночас він позначений і прагматичною орієнтацією. Визначальними факторами для цього процесу виступають фігури адресанта й адресата мовлення. Автор повідомлення втілює свої інтенції, залучаючи до цього різноманітні мовні засоби (на вибір, адже має практично безмежну палітру і невичерпний потенціал мови), – кодує передавану інформацію.

Адресатові необхідно її декодувати шляхом апеляції до свого екзистенціального й мовного досвіду. Глибока антропологічність цього процесу позначається на функціональних ролях обох учасників комунікації. Особливо виразний щодо цього медійний дискурс: адресант організовує своє повідомлення, добирає такі мовні засоби, які б гарантували втілення його намірів, досягнення прагматичної мети. Для автора тексту важлива не лише сприйнятність запропонованої ним інформації, але й осмисленість її.

Ефективність комунікативного процесу безпосередньо визначається індивідуально-авторською компетенцією, умінням індивідуума творчо оперувати узуальними засобами, трансформуючи їх у засоби okazіональні, які в конкретних комунікативно-прагматичних ситуаціях сприймаються як «невипадкові випадковості», що певним чином здійснюють активацію сили впливу. Рівень цієї сили визначається результативністю впливу, доречністю кореляції «традиційне» (старе, відоме) – «оригінальне» (нове, невідоме, несподіване), адже саме згадана кореляція лежить в основі особливої емоційно-оцінної напруги, що виникає «як у свідомості того, хто продукує індивідуальний неологізм, так і у свідомості того, хто його сприймає» [6, с. 233].

Специфікою медіатексту є факт сполучуваності, взаємодії в межах одного контексту різностильових мовних засобів (від книжних до низького звучання). Така контрастність детермінує виразність одних одиниць на тлі інших, забезпечує їхню чітку контурність, що забезпечується відмінністю, протиставленістю на лінії «узуальне – okazіональне».

Нормативне оточення неодицині яскравіше висвітлює її незвичність, новизну, позиціонує як чужорідний елемент на території кодифікованих елементів, як конструкцію з рельєфно демонстрованою «іншістю», незвичністю, що створює умови для її функціонування як дієвого засобу для втілення авторських інтенцій, спрямованих на формування виразовості і впливовості. Звідси – досить широка затребуваність текстів публіцистичного стилю на одицині, марковані новизною.

Виразно експресивними мовними фактами є okazіональні неологізми, що досить потужним пластом уходять до медіалексики. Адже нестандартний (позаузуальний) характер okazіональних інновацій завжди експресивний. Цьому сприяє узуальне тло комунікативного процесу. Поява контрасту на рівні опозиції «узуальне / okazіональне» привертає увагу реципієнта. Уміле ж використання цієї стилістичної можливості гарантує потрібну впливовість. Особливо ж – коли вдала okazіональна структура виступає компонентом заголовка. Неологізми цього типу в мові сучасних ЗМІ функціонують як з позитивно-оцінною, так і негативно-оцінною маркованістю. Оцінна функція okazіоналізмів пов'язана, зокрема, із тим, що мас-медіа часто створюють так званий «чорний піар» [9, с. 8].

Будучи складними у структурно-семантичному плані одицинями тексту, okazіоналізми, порівняно з узуальними словами, завжди мають поліфункціональний характер. Через це у вдало створених авторських одицинях постійно втілюється виражальний потенціал мови. По-новому називаючи відповідні денотати (загальнолітературні слова цього позбавлені), okazіоналізми використовуються для передачі нових семантичних, стилістичних, емоційно-експресивних відтінків. Така їхня особливість дає змогу яскравіше втілити авторські інтенції [4, с. 14]. Адже в процесі спілкування адресант прагне дібрати такі комунікативні параметри, які б дали змогу не лише гарантувати абстрактний обмін інформацією, а забезпечили б той реальний процес спілкування, компонентами якого стали такі складники, як інформативний зміст, вплив на адресата, а також контролювання його вчинків та почуттів. Прагматична ефективність okazіоналізмів безсумнівна, адже реципієнт реагує на них завжди, оскільки, з одного боку, в okazіональних утвореннях реалізується індивідуально-творча компетенція мовця, а з іншого, – вони виступають ілюстрацією потенцій мови при породженні нових слів, її творчих можливостей, глибинних сил. Через це від знаків, що мають незузальну форму, значною мірою залежить результативність комунікативного процесу [6, с. 230]. В okazіоналізмах закарбовуються «реалії внутрішнього та зовнішнього світу в їх конкретності, одициності і неповторності», внаслідок чого досягається ефект «передачі живого безпосереднього враження» [1].

Утворюючись, кожна нова номінація зазнає різноманітних впливів. На неї спрямовуються імпульси і від позначуваного, і від того, чим позначають, і від мовної системи [16, с. 22]. Як свідчать сучасні психо-, соціо- та етнолінгвістика, напрям асоціювання (тобто вибір сфери-донора і конкретної мотиваційної ознаки) детермінують загальні закони мислення, мовні універсалиї і фреквенталії, етнокультурні стереотипи світосприйняття, властиві етносу на певному етапі його розвитку, індивідуальний життєвий і мовний досвід номінатора [17, с. 88].

Отже, кожна нова одициня певною мірою запрограмована багатьма системними чинниками і специфікою функціональної сфери зокрема. Тому вивчення стилістично маркованих неологічних одицинь у медійному просторі дає змогу відстежувати основні тенденції розвитку лексичного складу сучасної української мови, описувати й аналізувати семантичну палітру потенційних одицинь мови та їх генеративний зміст.

Література:

1. Бойченко Л. М. Okazіоналізми як елементи поетичної моделі світу / Л. М. Бойченко // Сучасна картина світу : інтеграція наукового та позанаукового знання : збірник наукових праць. – Суми, 2002. – С. 163–169.
2. Васіна О. В. Мовна гра у мас-медійному тексті як репрезентант соціолекту / О. В. Васіна // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Серія : Филология. Социальные коммуникации. – Т. 21 (60). – 2009. – № 1. – С. 188–193.
3. Єрмоленко С. Я. Нариси з української словесності (стилістика та культура мови) / Світлана Яківна Єрмоленко. – К. : Довіра, 1999. – 431 с.

