УДК 811.161.2'373.43

Байрачна А. В.

Студент 1 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

НЕОЛОГІЗМИ ЯК ОДИН ІЗ ГОЛОВНИХ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Анотація. Розглянуто роль неологізмів у розвитку сучасної української мови. Проаналізовано причини й способи утворення неологізмів. Визначено види неологізмів та їх функції в сучасній українській мові. Розглянуто роль засобів масової інформації в формуванні громадської свідомості й суспільних цінностей.

Аннотация. Рассмотрена роль неологизмов в развитии современного украинского языка. Проанализированы причины и способы образования неологизмов. Определены виды неологизмов и их функции в современном украинском языке. Рассмотрена роль средств массовой информации в формировании общественного сознания и общественных ценностей.

Annotation. The article considers the place of neologisms in the development of the modern Ukrainian language. The reasons and methods of formation of neologisms are analyzed. The types of neologisms and their functions in the modern Ukrainian language are defined. The role of mass media in the formation of the social consciousness and social values has been studied.

Ключові слова: неологізми, новотвори, запозичення, ЗМІ.

Неологізми – це один із факторів розвитку будь-якої мови. Здебільшого вони з'являються в мові засобів масової інформації, тому саме мова ЗМІ є дзеркалом розвитку мови. Засоби масової інформації – один із найважливіших елементів громадського життя. Вони мають великий вплив на формування громадської свідомості й суспільних цінностей завдяки власній здатності охоплювати найбільші аудиторії в найкоротший час. Саме через це мова засобів масової інформації, а зокрема неологізми та їх функціонування в ЗМІ, – актуальна проблема сучасних досліджень.

Це питання вивчали такі вчені, як: І. Огієнко, Г. Бусман, А. Радченко, М. Гладкий, В. Заботкіна. Стилістичні функції неологізмів досліджували О. Пономарів, П. Горецький, Л. Кравець, А. Коваль. В останні десятиліття неологізми української мови вивчалися здебільшого у плані загальних словотвірних, лексико-семантичних та стилістичних тенденцій розвитку (О. Сербенська, О. Стишов, І. Шашкін, А. Москаленко, А. Нелюба).

Мета статті – дослідження неологізмів у засобах масової інформації як одного з головних факторів розвитку української мови.

Неологізми – слова, а також їх окремі значення, вислови, які з'явилися в мові на сучасному етапі її розвитку й належать вони до пасивної лексики [1, с. 377]. Пасивну лексику становлять слова, які ще не ввійшли до активного вжитку (неологізми), і ті, що виходять з мови, поповнюючи розряд застарілих [2, с. 108].

Українська мова постійно розвивається, через це виникають фактори, які спричиняють утворення неологізмів:

1) позамовний – через потребу дати назви новим предметам і явищам: логін, клонування, монітор, бобслей, дисплей тощо;

2) мовний – для заміни попередніх найменувань новими, наприклад: оператор машинного доїння замість доярка, теракт – терористичний акт, доглядач будинку – двірник та інші.

Залежно від способу утворення виділяють лексичні й семантичні неологізми. Лексичні новотвори створюються за продуктивними моделями або запозичуються з інших мов (макіяж, панк, рекет, спам). Семантичні неологізми – це нові значення вже відомих слів (зебра – смуги на проїжджій частині вулиці, що позначають перехід; повзунок – замок блискавки; штрих – паста для виправлення помилок у друкованому тексті).

Динаміка розвитку сучасної української літературної мови найбільш виражена в мові засобів масової інформації. Саме в мові ЗМІ найвиразніше проявляються процеси життєдіяльності мовного організму, бо ж одна з функцій засобів масової інформації – новизна. Серед процесів, які відбуваються в українській мові на сучасному етапі її розвитку, найпомітнішим є процес активного поповнення мови новими лексемами.

© Байрачна А. В., 2014

Неологізми сучасної української мови можна поділити на такі групи:

1. Новотвори. У сучасному суспільстві дуже стрімко розвивається рекламна індустрія, що, у свою чергу, формує мову реклами, яка має великий вплив на суспільство. Реклама ознайомлює українське населення з новими реаліями, наприклад: адаптер, аудіокарта, вібромасажер, жалюзі, ролети. Молодь часто спілкується рекламними слоганами: "Не гальмуй – снікерсуй"; "Шейканемо, бейбі". Усі ці неологізми утворюються за допомогою словотвірних афіксів і змінюються за граматичними законами української мови.

2. Запозичення. Завдяки розвитку економічних і політичних відносин України з іншими країнами світу засоби масової інформації запозичили чимало чужих слів, наприклад: арт-салон, брифінг, відеокліп, діджей, екстрадиція, імідж, мас-медіа, рімейк, топ-модель, хіт та інші. Серед них велику кількість займають англонізми, іноді в одній фразі їх застосовують стільки, що неможливо сприймати інформацію: "Генеральний директор холдингової, консалтингової чи трастової компанії організовує тренінгові курси, складає лістинг котирувань відповідно до маржі, встановленої Нацбанком". Іноді здається, що неможливо дібрати українських відповідників, але, наприклад, популярне слово "консалтинг" має в українській мові сім відповідників: порадництво, дорадець, порадник, радний, дорадчий, порадний, порадчий [3, с. 4]. Деякі доволі швидко акліматизуються до української мови та, навіть, збагачуються похідними утвореннями: національний хіт-парад, хітова пісня, хітова програма, хітова дівчина, фостерна сім'я.

3. Перерозподіл значень. Постійний розвиток мови зумовлює набуття словами нових семантичних значень, що надає змогу утворювати нові з єдиної похідної основи: тінь, тіньовик, тіньова економіка. Реальність породжує для мови нові об'єкти називання й формує потребу в новотвореннях та запозиченнях лексем. Н. Нікітіна пропонує "пучковий підхід" до розуміння природи мовного знака. Вона вважає, що природа мовного знака характеризується переплетінням кількох ознак, які формують пучок асоціацій за суміжністю. Поява нового значення – це ще одна ниточка в семантичному пучку лексеми. Такі лексичні новації поповнюють загальний жаргон сучасної української мови: засвітитися (виявити себе), наварювати (одержувати швидко прибутки), наїжджати (мати претензії), прокручувати (одержувати прибутки), прикид (одяг), бабки (гроші) [3].

4. Відродження слів із минулого. У період незалежності в країні виникає бажання до термінотворення на основі власної мови, але виникають проблеми, бо при цьому треба розумно поєднувати національні та інтернаціональні елементи. Відновлена лексика поповнила собою терміносистеми багатьох сфер гуманітарних наук. Так, наприклад, в освітню систему України повернулись такі слова, як: гімназія, ліцей, бакалавр, магістр тощо. Найбільш "реабілітованою" в український терміносистемі є підсистема "фінанси": акція, аукціон, гривня, комерція, оренда. Поповнення української мови "реабілітованими" лексемами, новотворами, запозиченнями актуалізує питання про функціонування літературної норми та її варіантів. Виникають лексичні паралелі як перехідні ланки до нової норми, наприклад: винятковий – ексклюзивний, журнал – часопис, сучасний – модерний, фотографія – знімок – світлина та інші.

Неологізми поділяються на загальномовні та індивідуально-авторські, останні поширені в українській літературі і становлять окрему групу. Так, зокрема, у поезії Л. Костенко є новотвори: золотаве звечоріння, стрімголова малеча, пензлі богоугодні, у А. Малишка – огнепоклонники, злотоголово, у М. Рильського – розкрилитися.

Як правило, авторські неологізми рідко входять до загальновживаної лексики і доречні лише в окремих текстах, але деякі авторські неологізми все ж ввійшли до літературної мови. Так, зокрема, створені Т. Шевченком – високочолий, І. Нечуєм-Левицьким – світогляд, самосвідомість, Лесею Українкою – провесна, промінь, міцно прижилися у нашій мові, навіть увійшли до активного словника [4, с. 504].

Індивідуальні неологізми також часто використовуються в публіцистиці, наприклад: "Ю. Гнаткевич запропонував називати Запоріжжя Ленініжжям, бо на невеликій площі тут аж дев'ять об'єктів названо іменем ідола"; "Артикуляційні відмінності між голосними і приголосними учні можуть осягнути, шукаючи відповіді на запитання, чому і яку групу звуків дехто з дослідників називав "роторозкривачами", а яку – "ротозакривачами" [5, с. 19].

Отже, неологізми – це основний фактор розвитку мови, а їх кількість тільки в періодичних виданнях у розвинених мовах досягає протягом року десятків тисяч, але не всі, звичайно, залишаються у мові, тож постійно видають словники нових слів та значень. Серед неологізмів багато термінів, які поповнюють професійну мову різних сфер діяльності населення. Важливість існування неологізмів доводить і той факт, що існують центри неології, де особливо досліджуються такі мови, як англійська, німецька, французька та інші. Завдяки засобам масової інформації мова динамічно розвивається, адже неологізми в основному з'являються в мові ЗМІ.

Наук. керівн. Архипенко Л. М.

Література: 1. Українська мова : енциклопедія / В. М. Русанівський, О. О. Тараненко. – К. : Просвіта, 2000. – 377 с. 2. Пономарів О. Д. Сучасна українська мова : підручник / О. Д. Пономарів, В. В. Різун, Л. Ю. Шевченко та ін. ; за ред. О. Д. Пономарева. – 4-те видання. – К. : Либідь, 2008. – 488 с. 3. Нікітіна Н. Українська мова на телебаченні / Н. Нікітіна // Дивослово. – 2004. – № 12. – С. 2–7. 4. Гром'як Р. Т. Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром'як, Ю. І. Коваліва, В. І. Терамка. – К. : Академія, 2007. – 504 с. 5. Мацько Л. Українська мова в кінці XX ст. / Л. Мацько // Дивослово. – 2000. – № 4. – С. 14.