

7. Дятчук В.В. Семантична структура і функціонування лексики української літературної мови / Дятчук В.В., Пустовіт Л.О. – К. : Наукова думка, 1983. – 156 с.

8. Кириченко А.П. До семантичної характеристики назв кольорів у східнослов'янських мовах / Кириченко А.П. // Питання українського мовознавства. – Львів : Вид-во Львівського ун-ту, 1960. – Книга 4. – С. 127-136.

9. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке / Колшанский Г.В. – М. : Наука, 1990. – 108 с.

10. Миронова Л.Н. Цветоведение / Миронова Л.Н. – Минск : Высшая школа, 1984. – 286 с.

11. Москович В.А. Статистика и семантика : Опыт статистического анализа семантического поля / Москович В.А. – М. : Наука, 1969. – 304 с.

12. Роль человеческого фактора в языке : Язык и картина мира / Б.А. Серебрянников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова и др. – М. : Наука, 1988. – 216 с.

13. Словарь української мови. Упорядкував з додатком власного матеріалу Борис Грінченко : В 4 т. – К. : Наукова думка, 1996-1997.

14. Словник української мови : В 11 т. – К. : Наукова думка, 1970 – 1980.

15. Фрумкина Р.М. Цвет, смысл, сходство : Аспекты психолингвистического анализа / Фрумкина Р.М. – М. : Наука, 1984. – 176 с.

16. Якобсон Р. Работы по поэтике / Якобсон Р. – М. : Прогресс, 1987. – 461 с.

17. Шулінова Л.В. Матеріали та методичні рекомендації до спецкурсів з ідіостилюстики / Л.В. Шулінова. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2001. – 45 с.

*Фіголь Н.М., к. філол. н.,
Кібальник Р.В., студ.*

ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНОМУ МЕДІА-ТЕКСТІ

У статті визначається основне поняття науки неології – неологізм. Розглядається питання ролі та функціонування нової лексики на сторінках сучасних періодичних видань.

Ключові слова: неологія, неологізм, запозичення, медіа-текст.

In this paper the main concept of science opredelyaets neology – neologizm. The question of the role and functioning of the new vocabulary words on the pages of contemporary periodicals.

Keywords: neology, neologism, borrowing, a media text.

В статтє определяється главне поняття науки неології – неологізм. Рассматривается вопрос роли и функционирования новой лексики на страницах современных периодических изданий.

Ключевые слова: неологія, неологізм, заимствование, медиа-текст.

Однією з головних ознак прогресивності суспільства є рівень розвиненості його мови. Розвиток мови найповніше і найяскравіше виявляється у функціонуванні її словникового складу, який постійно змінюється, збагачується новими словами. Їх вивчення перебуває у колі найважливіших питань сучасного мовознавства.

Поява значної кількості неологізмів, широке розповсюдження їх у сучасному медіа-тексті викликане цілою низкою причин, зокрема, розвитком суспільства та змінами, що відбуваються в ньому.

Питання про місце нових слів у системі мови, про принципи їх творення, класифікації, функціонування завжди привертала увагу мовознавців. Дослідженням появи нових слів у лексикологічному, словотворчому, стилістичному, соціолінгвістичному аспектах займались І.І. Ковалик, Н.Ф. Клименко, М.Я. Плющ, Н.А. Москаленко, А.П. Медушевський, І.Г. Матвіяс. Серед вітчизняних науковців, що досліджували проблеми вживання неологізмів у сучасному медіа-тексті доцільно виокремити О.А. Стишова, О.А. Сербенську, О.А. Мітчук, І.В. Андрусак, Г.М. Вокальчук та ін. Проблеми, які вони порушували у своїх працях, пов'язані із тлумаченням терміна "неологізм", аспектом його історичного розвитку та класифікацією. Водночас, в українському мовознавстві питання про лексичні інновації, їх класифікацію, словотворення, функціонування в різних стилях мови досліджено поверхово. Особливої уваги в сучасних умовах потребує дослідження необхідності використання неологізмів у медіа-тексті, що й зумовлює **актуальність** дослідження.

Метою статті є визначення місця та ролі неологізмів у сучасному медіа-тексті.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань** :

- з'ясувати поняття "нове слово" і визначити місце неологізмів у системі української мови;

- охарактеризувати особливості неологізмів у сучасному медіа-тексті та здійснити їх класифікацію;
- проаналізувати стилістичну роль неологізмів у вітчизняному медіа-тексті.

Об'єктом дослідження є нові лексичні одиниці в системі української мови, **предметом** – місце неологізмів у сучасному медіа-тексті, зокрема на сторінках видань "Україна молода" та "Український тиждень".

У мовознавчій науці немає усталеного погляду на поняття "неологізм". Так, Д.Е. Розенталь і М.А. Теленкова визначають неологізм як слово чи зворот мови, котрі утворені для позначення нового предмета чи вираження нового поняття [13, с. 213]. Д.І. Ганич та І.С. Олійник трактують поняття неологізму ширше, розглядаючи в межах цього терміна й авторські оказіональні утворення [3, с. 151]. Е.В. Кротевич та Н.С. Родзевич дещо розширюють поняття неологізму: "Неологізм – це слово, словосполучення або вираз, що з'являється у мові в зв'язку з виникненням нових понять, у зв'язку з ростом культури, техніки, з розвитком або зміною суспільних відносин" [8, с. 360]. Натомість М.А. Жовтобрюх зазначає, що неологізми – це нові слова, що з'являються в мові в усі періоди її розвитку [4, с. 60]. О.С. Ахманова додає, що це слова, які ще не отримали прав громадянства в загальнонародній мові.

Подібні визначення неологізмів, лише з деякими уточненнями, спостерігаються у працях О.Л. Волоха, М.Г. Чемерисова, Є.І. Чернова. Вони зазначають, що неологізмами виступають ще й словосполучення [2, с. 105]. Ю.В. Лисенко неологізмами вважає "нові слова, словосполучення, фразеологізми, що з'являються у мові" [9, с. 62]. В.П. Ковальов до неологізмів зараховує і запозичення з близькоспоріднених мов [6, с. 16]. Французький дослідник Ж. Марузо неологізмом вважає нову форму чи вираз, які утворені або зовсім заново, або морфологічним шляхом.

Таким чином, на думку одних мовознавців, головною ознакою неологізму слід вважати причини появи; інші критерієм віднесення слова до неологізму висувають належність його до активного чи пасивного шару лексики, ще інші акцентують свою увагу на особливостях словотвору нових слів; ряд мовознавців виникнення неологізмів зв'язує з розвитком суспільних відносин.

Проте всі науковці сходяться на тому, що нове слово є доти неологізмом, доки воно не стає загальноновживаним, загальнолітературним і перестає сприйматися як нове. На нашу думку, найбільш повним буде визначення:

Неологізми (від гр. *neo* – новий, *logos* – слово) – це слова, словосполучення, фразеологізми чи вирази, що з'являються як факти мови чи мовлення у зв'язку зі змінами в суспільному житті, з розвитком науки, техніки, культури внаслідок потреби називати нові поняття і явища, замінити наявне або надати емоційно-експресивного звучання поняттю, що вже має словесне позначення в мові шляхом словотвору, переосмислення, запозичення та реанімації застарілих назв, і належать до пасивного шару лексики.

Проаналізувавши основні підходи щодо класифікації неологізмів у сучасному медіа-тексті вважаємо за доцільне узагальнити цей поділ та виокремити такі групи неологізмів: новотвори, запозичення, моментальні входження нових явищ дійсності, абрєвіатури, перерозподіл значень у жанрах і видах мовлення, відродження слів і висловів з минулого.

У сучасних умовах великий вплив на громадську свідомість здійснюють засоби масової інформації. Вони визначають духовні цінності та мають на меті формування суспільної думки. Саме здатність ЗМІ впливати на широку аудиторію надає дослідженню їх мови особливого значення. Мова мас-медіа є динамічною та найбільш інноваційною щодо використання нових слів. Оскільки однією із основних функцій ЗМІ є інформативна, про неологізми люди дізнаються, в першу чергу, саме з них.

Мова ЗМІ сьогодні виступає важливим джерелом дослідження новітніх тенденцій у розвитку сучасної літературної мови, тому і привертає увагу багатьох дослідників. Лексика української мови активно поповнюється новими словами. Їх кількість у періодичній літературі розвинених країн світу протягом року сягає десятків тисяч.

Вітчизняна публіцистика особливо інтенсивною появою неологізмів у ЗМІ почала характеризуватися в період здобуття Україною незалежності. Долучення до світових процесів демократизації суспільства, інтеграції та глобалізації призвело до масового використання медійниками новотворів, запозичень, абрєвіатур тощо. Це пояснюється якісно новими процесами, що почали відбуватися у політичній, економічній та соціальній сферах нашої країни.

Досить часто у сучасному публіцистичному тексті зустрічаються слова, які набувають нового значення у сьогоднішніх реаліях. Наприклад: "**Артпідготовка**" у вигляді виступів російських чиновників децю нижчого рангу, яка зазвичай відбувається за тиждень до приїзду особи номер один (чи номер два), була лише трохи жорсткішою, ніж завжди" ["Україна молода". – № 061. – 13.04.2011]. Якщо раніше термін "артпідготовка" розшифровувався як артилерійська підготовка та означав діяльність військових підрозділів під час підготовки до навчань або воєнних дій, то в контексті наведеного прикладу мається на увазі процес очікування прибуття першої особи країни. У зв'язку з цим поняття можна віднести як до групи "перерозподіл значень у жанрах і видах мовлення", так і до новотворів. Адже, можливо, ми є свідками зародження нового явища чи поняття.

У досліджуваних джерелах з'явилися й активно побутують лексеми, які називають нові професії, рід занять економічного характеру: *дистриб'ютор* "оптовий торгівець; постачальник; фірма або підприємець, який займається збутом продукції; юридична або фізична особа, яка займається від імені фірми-виробника збутом і гарантійним обслуговуванням товару", *маркетолог* "фахівець у галузі маркетингу", *аудитор* "особа (ревізор), яка здійснює перевірку фінансово-господарської діяльності підприємства, компаній, комерційного банку або суб'єктів ринкової економіки" та ін. Близькими до них є назви осіб за певними економічними видами діяльності: *біржовик* "той, хто займається біржовими операціями", *трастовик* "представник довірчого товариства – трасту", *монетарист* "той, хто здійснює монетарну політику", *санатор* "той, хто здійснює санацію", *олігарх* "власник великого капіталу", а також залучених до того чи іншого виду економічної співпраці осіб, наприклад, *фондоодержувач* "той, хто одержує фонди на що-небудь", *лізингоотримувач* "той, хто отримує що-небудь у довготермінову оренду", *валютотримач* "той, хто тримає, зберігає валюту" тощо. Наприклад: "Визначна подія в книжковому світі збіглася з 50-ю річницею радянського прориву в міжзоряний простір (виставка тривала з 11 до 13 квітня), і кмітливі російські **PR-менеджери**, ясна річ, не могли не скористатися цією нагодою" ["Український тиждень". – 16 (181) 22-28 квітня. – 2011 р.]. У цьому випадку неологізм виступає не лише назвою певного виду економічної діяльності за своєю семантикою, а й запозиченням з англійської

мови. Також варто зазначити, що перша частина слова є абрєвіатурою поняття "public relations", тобто "робота з громадськістю".

Також широко функціонують одиниці, що передають важливі економічні процеси, дії, заходи, які здійснюються сьогодні в нашій державі: *санация* "збільшення кредиту, надання субсидій та інші фінансові заходи держави або банків з метою допомоги великим підприємствам, компаніям, які перебувають під загрозою збанкрутування", *монетаризация* "процес проведення монетарної політики; проведення економічної політики спрямованої на стримування збільшення грошової маси та зменшення інфляції", *курсоутворення* "процес встановлення курсу валюти чи курсової вартості акцій".

"ЄС та Світовий Банк запропонували **реструктуризацію** цієї компанії згідно зі стандартами Євросоюзу" ["Український тиждень". – №14 (179) 8-14 квітня. – 2011 р.]. Поява наведеного терміна спричинена здобуттям Україною незалежності та входженням у новий економічний простір.

"До речі, про Березовського, який нібито з руки годував помаранчевих лідерів. Це за словами самого збіглого **екс-олігарха**" ["Український тиждень". – 16 (181) 22-28 квітня. – 2011 р.]. У наш час частка "екс-" вживається на позначення особи, що втратила або змінила свою посаду чи статус (*екс-прем'єр, екс-спікер, екс-тренер тощо*). Водночас, саме поряд із поняттям "олігарх" почала вживатись нещодавно. Це пов'язано з тим, що такий прошарок суспільства з'явився в Україні лише наприкінці ХХ ст., а термін набув поширення в ХХІ ст., тому його доцільно віднести до неологізмів – новотворів.

"До 25-ліття Чорнобильської катастрофи у Києві відбудеться низка культурних заходів, серед яких покази документальних стрічок, вуличні **перформанси**, театральні вистави та виступи джазових виконавців" ["Український тиждень". – №16 (181) 22-28 квітня. – 2011 р.].

У мас-медіа найчастіше використовують англїцизми. Особливо це стосується молодіжних, спеціалізованих (технічних) видань, рекламних роликів тощо. Але перенасичення, невлучне та неправильне використання у мові запозичень дуже небезпечне – воно засмічує мову, робить її незрозумілою для широкого загалу. Якщо в українській мові є доволі влучний відповідник цьому

явищу – "захід", то доцільніше використовувати саме його. Тому цей неологізм, який відноситься до категорії запозичень, варто було б замінити на наведене вище слово.

Прагнення досягти сконденсованості змісту нерідко спонукає використовувати у медіа-текстах абрєвіатури, у тому числі й іншомовні: *"Все ж таки автор "культового роману" колись по вуха був занурений у східний містицизм, який він у своєму творі майстерно змішав із рекламою, буддизмом, фентезі, ЛСД і кокаїном"* ["Український тиждень". – №16 (181) 22-28 квітня. – 2011 р.]. У цьому контексті абрєвіатура використовується задля спрощення передачі інформації, тобто вираження лише трьома літерами цілого рядка тексту: рідкокристалічний дисплей (liquid crystal display, LCD) – термін, який з'явився у нашому житті нещодавно, тому по праву вважається неологізмом. Загалом, надмірне вживання таких спрощень може ускладнити сприйняття та розуміння тексту читачем.

Багатими на неологізми є тексти політичного характеру. Слова, що позначають державні процеси, посади, приналежність до певної організації чи групи людей, відразу після появи є okazіоналізмами, а пізніше вже набувають поширення, сприймаються (або не сприймаються) носіями мови і фіксуються у словнику. *"Партнери "регіоналів" по коаліції – і "литвинівці", і комуністи – опинилися б за бортом"* ["Україна молода". – № 061. – 13.04. – 2011]. Перший досліджуваний елемент вказує на визначене коло людей, тих, хто має відношення до "Партії регіонів". У наступному ж прикладі спостерігаємо відантропонімічне ноутворення, тобто поняття, що пішло від прізвища особи (Литвина) і має словотвірне значення "послідовник кого-небудь, прибічник когось або чогось". Вживання такого виду неологізмів стає дедалі частішим явищем: *кучмизація, Мороз-гейт* тощо. Що ж до словотвірного складника, то утворення на **-щина** часто пов'язані з негативними значеннями або ж мають дещо розмовний відтінок: *юценківщина, жиріновщина* тощо.

Однією із рис мови сьогоднішніх ЗМІ є використання відомих усім морфем у незвичному поєднанні. Зустрічаємо певну кількість індивідуально-авторських й okazіональних утворень, що є свідченням намагання журналістів нестандартно, оригінально висловитись чи змалювати своєрідність події, ситуації, образів та ін. Наприклад: *"Це самозаспокоєння для слабких і приречених на поразку"* ["Український тиждень". – №14 (179) 8-14 квітня. – 2011 р.]. Як бачимо, в одному слові поєднано декілька слів за формулою "займенник + о + іменник".

Можливі й інші способи застосування цього методу: "Фактично створюються "потьомкінські села", які маскують реальні цілі й своєкорисливі дії влади в економіці" ["Український тиждень". – №14(179) 8-14 квітня. – 2011р.]. Утворився новий прикметник, який у поєднанні із займенником вдало підкреслює і характеризує іменник, а також, зі стилістичної точки зору, вказує на публіцистичне походження цього речення. Тому такі новотвори не потрапляють до лексикографічних праць, адже зумовлюються своєю ситуативністю та оказіональністю.

Медійникам іноді гарно вдається реабілітувати вже забуті слова та активізувати їх використання. Відродження слів з минулого – це доволі неоднозначний процес, адже не завжди повернення якогось терміна чи поняття є доцільним, зважаючи на наявні їх замітники. Але такі слова, як: *гімназія, ліцей, бакалавр* знову функціонують. "Вважають, що їхній **краянин** приплив до Нового Світу в жовтні 1608 року на кораблі "Марія і Маргарита" у змішаному екіпажі з англійців, голландців та поляків, і прибили на згадку про свого земляка меморіальну дошку" ["Український тиждень". – №16 (181) 22-28 квітня. – 2011 р.]. Західноукраїнське за своєю етимологією "краянин" успішно використовували до радянського засилля у ХХ ст. Нині ми спостерігаємо його повернення через мову ЗМІ як синонім до слова "земляк", і в цьому контексті неологізм не викликає у реципієнта відрази чи нерозуміння, адже слово за своїм звучанням проникає і розшифровується на рівні підсвідомості. Тож у такому випадку вживання цієї одиниці стилістично виправдане і не створює відчуття штучності.

Останнім часом, втративши частково новизну, маючи багато спільного із регулярним українським словотвором, досить органічно ввійшли в нашу мову слова на позначення характеристики людей за родом занять: *посадовець, державотворець, привладник, бізнесовець, податкоплатник, орендодавець* та багато ін. У ЗМІ дуже часто звертаються до таких новотворів: "Багато мешканців віртуального світу цінують свободу слова і неохоче виганяють із нього навіть **наклепників**" ["Український тиждень". – №14 (179) 8-14 квітня. – 2011 р.].

На основі проаналізованих матеріалів сучасних періодичних видань "Україна молода" та "Український тиждень" можна зробити ряд висновків. По-перше, публіцистика у нашій країні розвивається доволі стрімко, що спричинено активними політичними,

економічними та соціальними процесами. Автори публікацій використовують неологізми, аббревіатури та запозичення для відображення сьогоденних тенденцій до демократизації та глобалізації українського суспільства в усіх його аспектах, окрім неологізмів – для надання тексту новизни. По-друге, слід зазначити, що серед типів неологізмів, які є у нашій класифікації, найбільш поширеними треба назвати неологізми, а найменш – ментальні входження явищ. Левову частку становлять запозичення, зокрема англіцизми, які зустрічаються щодо висвітлення різних сфер: економічної, суспільно-політичної, комп'ютерної, наукової, культурної, освітньої, спортивної. Аббревіатури не так часто зустрічаються у текстах на загальну тематику (порівняно із ХХ ст.), а є в основному похідними від іншомовних конструкцій.

Ознайомлюючи українську спільноту з усім новим, що з'являється в повсякденному житті, ЗМІ розширюють слововжиток, роблять національну мову гнучкішою, вправнішою, емоційно й експресивно насиченішою.

1. Вокальчук Г.М. Вивчення неологізмів у вузівському курсі сучасної української літературної мови. / Г.М. Вокальчук // Пед. науки : Зб. наук. пр. – Суми, 2002. – 2002. – Ч. 2. – С. 24-29.

2. Волох О. Т. Сучасна українська літературна мова / О.Т. Волох, М.Г. Чемирисов. – К. : Вища школа, 1976. – 453 с.

3. Ганич Д.І. Словник лінгвістичних термінів. / Д.І. Ганич, І.С. Олійник. – К. : Вища школа, 1985. – 360 с.

4. Жовтобрюх М.А. Курс сучасної української літературної мови / М.А. Жовтобрюх, Б.М. Кулик. – К. : Вища школа, 1972. – 345 с.

5. Канова Е. Работа над неологизмами в процессе обучения чтению на материале актуальной публицистики / Канова Е. // *Studia rossica rospnaniensia*. – Познань, 1996. – С. 267-271.

6. Ковальов В.П. Словотвір художніх неологізмів / Ковальов В.П. // Українська мова і література в школі. – 1983. – № 6. – С. 25-29.

7. Колесникова Н.В. Лексичні неологізми в рекламі / Н.В. Колесникова // Вісник – Запоріжжя, 2002. – № 3. – С. 77-78.

8. Кротевич Е.В. Словник лінгвістичних термінів. / Е.В. Кротевич, И.С. Родзевич – К. : АН УРСР, 1957. – 360 с.

9. Лисенко Ю.В. Лексика. Фразеологія / Ю.В. Лисиченко // Сучасна українська мова. Довідник / За ред. Пономарева О. Д. – К. : Либідь, 1993. – С. 234-240.

10. Марузо Ж. Словарь лингвистических терминов / Ж. Марузо //

Перевод с фр. Н.Д. Андреева под ред. Реформатского А.М. – М. : Ин. л-ра, 1960. – 384 с.

11. Мацько Л. Українська мова в кінці ХХ ст. : (Зміни в лексиці) / Л. Мацько // Дивослово. – 2000. – № 4. – С. 14-20.

12. Нікітіна Н. Українська мова на телебаченні / Н. Нікітіна // Дивослово. – 2004. – № 12. – С. 2-7.

13. Розенталь Д.О. Словарь-справочник лингвистических терминов. / Д.О. Розенталь, М.А. Теленкова. – М. : Просвещение, 1985. – 602 с.

14. Сербенська О.А. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем : 140 запитань і відповідей / О.А. Сербенська, М.Й. Волошак – К. : Просвіта, 2001. – С. 108.

15. Стишов О.А. Відфраземні деривати – неологізми в сучасній українській мові / О.А. Стишов // Мовознавство. – 2000. – № 2. – С. 64-67.

16. Стишов О.А. Лексичні і стилістичні неологізми в ЗМІ з погляду мовної культури / О.А. Стишов // Культура слова – К., 1999. – Вип. 52. – С. 3-12.

17. Стишов О.А. Спортивні терміни-інновації в сучасних засобах масової інформації / О.А. Стишов // Укр. Термінологія і сучасність. – К., 1997. – С. 58-61.

18. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : монографія. / О.А. Стишов – К. : Вид. центр КНЛУ, 2003. – 388 с.

19. Струганець Л. Динаміка лексичних норм української літературної мови ХХ ст. / Л. Струганець. – Тернопіль : Астон, 2002. – 351 с.

Багатіон-Мухранська К.В., к.філол.н.

**ДО ПИТАННЯ ПРО АНТИНОМІЮ "ІСТОРІЯ-ВИГАДКА"
ТА ФОЛЬКЛОРНО-МІФОЛОГІЧНУ ОПОЗИЦІЮ "СВІЙ"-
"ЧУЖИЙ" У ШОТЛАНДСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ НАРОДНІЙ
ТВОРЧОСТІ (НА МАТЕРІАЛІ НАРОДНИХ ТА
ЛІТЕРАТУРНИХ ГЕРОЇКО-ІСТОРИЧНИХ ТВОРІВ)**

У статті розглядається питання функціонування антиномії "історія-вигадка" та фольклорно-міфологічної опозиції "свій"- "чужий" у шотландській та українській народній творчості. Дослідження базується на вивченні широкого кола народних героїко-історичних творів та літературних пам'яток Вальтера Скотта та Роберта Бернса. Подано короткий аналіз історико-культурних форм розуміння світу, що відображається у художній творчості.