

ОКАЗІОНАЛІЗМИ-ІНОЛЕКСЕМИ В ТЕКСТАХ МАС-МЕДІА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

Розглянуто та проаналізовано okazіоналізми-інолексєми, що стосуються окремих тематичних груп словникового складу сучасної української літературної мови.

Ключові слова: okazіоналізми, інолексєми, унілексєи.

Рассмотрены и проанализированы okazіоналізми-інолексєми, касаючієся некоторых тематических групп словарного состава современного украинского литературного языка.

Ключевые слова: okazіональные слова, okazіоналізми-інолексєми, унілексєи.

The article deals and analyzes the foreing-lexeme okazіоналізмиs, that refer to some thematical groups of modern Ukrainian literary language vocabulary.

Keywords: occasional word, the foreing-lexeme okazіоналізмиs, unique words.

Процес національного відродження українського народу вплинув на розвиток усіх аспектів суспільного життя. Українська мова, як один із домінантних засобів впливу на людину, продовжує бути важливим критерієм культури, духовності та освіти. Історія нашої мови має кілька періодів, але сучасний етап розвитку особливий. Він розпочався зі здобуттям Україною незалежності. З розбудовою в ній демократичної держави та зміною її економічної системи ми констатуємо численні міжнародні контакти, науково-технічний прогрес. Увесь цей інформаційний вибух став джерелом збагачення словникового складу української мови. Відомо, що зростання словникових ресурсів літературних мов унаслідок запозичень і кальок є одним із найвиразніших явищ мовно-літературного розвитку [1, с. 353].

Актуальність дослідження полягає в тому, що в наукових працях не висвітлено питання про okazіоналізми іншомовного походження, хоча в сучасній лінгвістиці проблемі запозичень присвячено низку ґрунтовних наукових досліджень – праці О. Стишова, Є. Карпіловської, М. Бондар, О. Пономарева, Г. Шаповалової, М. Кочергана, О. Тараненка, І. Фаріон, Л. Кудрявцевої, В. Лопатіна, І. Самойлової, Л. Туровської. Над питанням адаптації запозичень

у мові-реципієнті працювали Л. Крисін, Л. Гальді, В. Секірін, З. Семирокова, В. Комлев та інші. Отже, метою нашої статті є виявлення, класифікація та аналіз okazіоналізмів-інолексем у текстах засобів масової інформації початку ХХІ ст.

Збагачення лексичного складу мови відбувається двома шляхами: шляхом запозичення нових слів, зворотів, морфем й новаціями, які з'явилися внаслідок словотворення. Слова, які ми перейняли з інших мов, називають запозиченнями [3, с. 65], позичками [4, с. 123, 127] та іншомовними, або чужомовними словами [2, с. 92]. У статті автор послуговуватиметься паралельно як термінами-синонімами лексемами *запозичені слова-унікуми*, *оказіоналізми іншомовного походження* та *унітранжизми* (це унікальні слова, запозичені з інших мов).

Початок ХХІ ст. характеризується великою кількістю запозичень-унілексів. Їх можна віднайти в текстах засобів масової інформації, які є дзеркалом сучасної української мови. Загалом лексика іншомовного походження, зафіксована у спеціальних словниках, починає існувати й в мові публіцистики. Що ж до унілексів, то вони з'являються і ще не є зафіксованими на сторінках словників. Оказіоналізми зазвичай проходять декілька стадій, щоб потрапити до загального вжитку. Важливе місце в цьому процесі посідають ЗМІ, адже «вивчення процесів неологізації на матеріалі мовної практики мас-медіа засвідчує, що останні відіграють у сучасній літературній мові роль головного чинника сприймання лексичних інновацій, поширення й узвичаєння їх у масовій свідомості читачів» [6, с. 33]. Сучасні мас-медіа неможливо уявити без використання слів іншомовного походження та okazіональних лексем, оскільки їхнім завданням є висвітлення найрізноманітніших подій суспільного життя. Проте більшість журналістів застосовують їх без будь-яких об'єктивних для цього причин. Очевидно, що мас-медійниками керує мода на іншомовну лексику, а не неспроможність української мови забезпечити ефективне спілкування в галузі масової комунікації.

Професор О. Стишов зауважив, що «прагнення до новизни та свіжості, емоційності й експресивності на тлі стандарту – визначальна риса мови ЗМІ. Тому не дивно, що іншомовні слова запозичують навіть тоді, коли в цьому немає нагальної потреби і коли в нашій мові є не менш точні еквіваленти, пор. *імідж* – *образ*,

презентація – представлення, електорат – виборці тощо» [5, с. 243]. Такі іншомовні вкраплення надають мові та мовленню оригінальності, вишуканості та незвичайності, що особливо захоплює молодь.

Унілекси іншомовного походження, які були зібрані, на 82 % є англіцизмами, інші 18 % складають запозичення з французької, італійської, китайської та інших мов.

Унітранжизми охоплюють такі тематичні групи:

1) **суспільно-політична лексика**: *нюз-рум* (англ. *news* – новини, *room* – кімната) «кімната, з якої повідомляють новини», *мега-компромат* (грец. *megas* – великий) «величезний компромат», *моббери* (англ. *mob* – натовп) «учасники флешмобів», *бушизм* «оказіоналізм пов'язаний із правлінням президента США Дж. Буша», *імпічментувати* (англ. *impeachment* – усунення з посади) «піти з посади достроково найвищій посадовій особі», *вибалотуватися* (італ. *ballottare* – обирати) «подати себе до виборчого бюлетеня для подальшого голосування», *кворумитися* (лат. *quorum* – присутність достатня) «бути присутнім на зборах і брати участь у прийнятті рішень», *кібершпигун* (англ. *cybernetic* – кібернетичний) «кібернетичний шпигун», *кілер-бум* (англ. *killer* – кілер, *boom* – вибух) «зібрання великої кількості найманих вбивць» тощо. Наприклад: «Кандидат у президенти був змушений спростувати передвиборчий **«фальш-піар»** власної прес-служби» (УМ. – 2010. – № 3. – С. 5); «**Флешмоб** до «роковин Януковича» (УТ. – 2011. – № 9. – С. 13); «Скажімо, свіжий **мега-компромат**, який лідерка БЮТ могла видобути з-під тумбочки під час дебатів» (УМ. – 2010. – № 20. – С. 4);

2) **назви осіб за посадою, фахом, родом діяльності**: *кліпмейкер* (англ. *clip* – кліп, *make* – робити) «фахівець із виготовлення відео-кліпів», *джингоїсти* (англ. *jingo* – клятва) «люди, яка клянуться у патріотизмі, так звані «ура-партіоти», *екс-убивця* (лат. *ex* – колишній) «людина, яка вчинила вбивство», *віртуальники* (англ. *virtual* – віртуальний) «люди, які більшість часу проводять за екранами комп'ютерів», *топ-корупціонери* (англ. *top* – найкращий) «найкращі корупціонери», *мультиінструменталіст* (англ. *multi* – багато) «музикант, який вмє грати більше ніж на 3-х музичних інструментах», *VIP-олігархи* (англ. *VIP* скор. *very important person* – дуже важлива людина) «впливові олігархи», *суперрадійник*

(англ. *super* – над, *radio* – радіо) «кращий працівник радіо», *топ-діджей* (англ. *top* – найкращий) «найкращий діджей», *тробл-мейкер* (англ. *trouble* – проблеми, *make* – робити) «людина, яка створює проблеми», *фешн-критики* (англ. *fashion* – фешенебельний, модний) «критик у галузі моди та гламуру» тощо. Наприклад: «Утім, популярнішою версією походження нового **суперрадійника** є те, що мережа відійшла під потужний політичний дах» (УТ. – 2011. – № 13. – С. 18); «Відсутність автора текстів Раяна слугувала каталізатором для **мультиінструменталіста** Брендона Урі, який і почав писати» (УТ. – 2011. – № 15. – С. 61); «Просто одяг» – такий був одностайний вердикт **фешн-критиків**» (ДТ. – 2010. – № 11. – С. 16);

3) **економічна лексика**: *ангажемент* (франц. *engagement* – запрошувати) «запрошення артистів на роботу за договором на певний період», *кліринг* (англ. *clear* – очищати) «система безготівкових розрахунків, яка ґрунтується на зарахуванні взаємних вимог і зобов'язань банків», *інфо-пойнт* (англ. *information* – інформація, *point* – перевага) «інформаційна перевага», *наркотрафік* (англ. *traffic* – дорога) дослівно «наркошлях», або дорога, якою переправляються наркотики», *інсайдер* (англ. *inside* – усередині) «людина, яка має доступ до конфіденційної інформації у справах банку», *інсайдерська інформація* (англ. *inside* – усередині) «внутрішня, конфіденційна інформація про справи банку», *топ-корупція* (англ. *top* – вершина) «найвищий рівень корупції», *дизажіо* (італ. *dissaggio* – відхилення) «відхилення в бік зниження ринкового курсу валют», *продукт-плейсмент* (англ. *product placement*) «розміщення результатів», *факторингер* (англ. *factor* – посередник) «людина, яка виконує комерційні операції за дорученням», *дилінг* (англ. *dealing* – розподіл, роздача) «ділові стосунки, торговельні справи, угоди», *монеуфест* (англ. *money* – гроші) «грошовий маніфест: 10 антикризових рішень» тощо. Наприклад: «Після розпаду СРСР найбільших збитків державам завдала так звана **топ-корупція**, що завжди жила нафтою і газом» (УТ. – 2011. – № 10. – С. 12); «Модель позаблоковості необхідна для успішної боротьби з **наркотрафіком** та законною міграцією, кібер-загрозами, нарешті?» (ДТ. – 2010. – № 12. – С. 5); «За попередніх адміністрацій витокі **інсайдерської** інформації відбувалися частіше» (www.ut.com.ua/);

4) **спортивна лексика:** *скі-стрім* (англ. *ski* – лижі, *stream* – потік) «спуск на лижах із скелястих гір», *гольфстрім* (англ. *golf* – гольф) «фешенебельний гольф», *гоу-гоу* (*go – go to dance* – давай, дій) «запальні молодіжні танці», *спінінг* (англ. *spin* – обертання) «заняття на велотренажерах», *тай-цзи* (кит.) «ефективна техніка розтяжки і гнучкості», *кі-гонг* (кит.) «дихальна терапія, що супроводжується повільними рухами», *бобслейєр* (англ. *bob-sleigh*) «спортсмен, який займається бобслеєм (швидкісний спуск з гори на бобі спеціальною льодяною трасою)», *трансфер* (англ. *transfer* – переміщувати) «практика офіційного переходу спортсмена з однієї команди, клубу до іншого, зокрема і до зарубіжного», *тай-брейк* (англ. *tie-break*) «надання обмеженого часу при рівному рахунку в команд, гравців у деяких видах спорту». Наприклад: «**Golfстрім: спорт зі смаком. Ми пропонуємо фешенебельний гольф, але ви можете записатися на крокет, крикет, фрізбі або рафтінг**» (www.kosmo-news.com.ua/); «**Спінінг – груповий клас занять на велотренажерах**» (www.kosmo-news.com.ua/).

5) з галузі **інформатики та високих технологій:** *нет-арт-проект* (англ. *net* – Інтернет + *art* – мистецтво, *proect* – проект) «мистецькі проекти, які експериментатори створюють в Інтернеті за допомогою різних інноваційних технологій», *гар-папка* (англ. *gar* – виняткова, рідкісна) «рідкісна, виняткова папка, яку може створити користувач на *файлообміннику*», *онлайн-реєстрація* (англ. *on-line* – на лінії) «режим роботи, коли користувач може реєструватися й побачити себе в базі даних», *приставки Xbox* «приставка дає змогу гравцеві контролювати дії на екрані за допомогою поз і жестів», *Google-клуб* «клуб користувачів Гуглу», *погуглити* «попрацювати на сайті *Google*», *ребрендинг* (англ. *brand* – тавро, знак) «презентація вдруге певного товару в найвищому варіанті», *девайси* (англ. *device* – придумувати, винаходити) «нові винаходи в комп'ютерних технологіях, наприклад iPhone, iPad», *тролінг* (англ. *troll* – троль) «розміщення провокаційних коментарів на віртуальних форумах», *Інтернет-тролі* «користувачі, які навмисно розміщують провокаційні коментарі на віртуальних форумах», *facebook-революція* «Інтернет-революція, яку можна провести віртуально», *нікнейми* (англ. *name* – ім'я) «віртуальні імена, якими користуються користувачі в мережі», *Інтернет-фронт* «всесвітня комп'ютерна мережа електронного

зв'язку, яка об'єднує регіональні, національні, локальні та інші мережі», *хай-тек-бульбашка* (англ. *high tech – high technology* – висока технологія) «високотехнологічна «бульбашка» тощо. Наприклад: «*Більшість із них навіть не потребують представлення – їхні імена і нікнейми відомі всьому російськомовному Інтернету*» (ДТ. – 2010. – № 11. – С. 7); «*Нова хай-тек-бульбашка: у світі Інтернету – нова хвиля ірраціонального ентузіазму*» (УТ. – 2011. – № 20. – С. 38); «*Тролінг – це побічне явище онлайн-анонімності*» (УТ. – 2011. – № 14. – С. 43);

б) **мистецька лексика**: *Артмоб* (англ. *mob* – натовп) «спланована мистецька акція, учасники якої мають бути креативними», «*Каліфорнікейшн*» «серіал, у якому знімався Девід Духовний», *beauty-тенденції* (англ. *beauty* – краса) «тенденції, що спрямовані на створення краси», *теа-кіно-фото* «мистецтво поєднувати театр, кіно та фотографію», «*Інсайт-Медіа*» (англ. *insight* – проникливість) «студія, яка випускає фільми, які впливають на підсвідомість», *фешн-фотографії* (англ. *fashion* – мода, стиль) «модні, стильні фотографії», *суперфотограф* (лат. *super* – над, англ. *foto* – фотографія) «головний фотограф», *мегаполотна* (грец. *meGas* – великий) «велетенське полотно», *пітчінг* (англ. *pitch* – ступінь) «презентація кінопроєкту як фінансово привабливого продукту», *ню-рейв-звук* (англ. *new* – новий, *rave* – марення, шаленство) «новий шалений звук», *нон-фікшн* (англ. *non* – заперечення, *fiction* – вигадка) «нехудожня література», *тревелог* (англ. *travel* – подорож) «жанр літератури, у якому автор описує далекі краї», *пост-хардрок* (англ. *hardrock* – важкий рок) «стиль у музиці, який виник після важкого року», *івент-агенції* (англ. *event* – подія) «агенції, які займаються проведенням різних заходів (концертів, днів народження, весіль тощо)», *суперрадіо* (англ. *super* – над, *radio* – радіо) «головне радіо», *арт-фіш* (англ. *art* – мистецтво, *fish* – риба) «мистецтво вмілого малювання різних видів риби» тощо. Наприклад: «*Тож наш фільм – це спільний проєкт студії «Інсайт-Медіа»*» (УТ. – 2011. – № 4. – С. 58); «*Якщо в цьому разі все-таки йтиметься про політичний вплив, то новому гравцеві під брендом «Суперрадіо» варто змінити програмну концепцію*» (УТ. – 2011. – № 13. – С. 18); «*Упродовж виставки охочі опанувати флористику й арт-фіш техніку зможуть записатися на майстер-клас до авторки*» (УТ. – 2011. – № 32. – С. 57);

7) **побутова лексика:** *дрінк-сейшн* (англ. *drink session*) «дружня вечірка з чаруванням», *бебі-бумери* (англ. *baby* – малюк) «діти, які народилися у 2005–2008 роках», *хукоу* (кит.) «на кшталт прописки», *GaGa-костюми* «сценічні костюми для епатажної Леді Гага», *оскароносиця* «лауреатка премії кіноакадемії «Оскар», *суперканікули* (англ. *super* – над) «надзвичайні канікули», *чайлд-фрі* (англ. *child* – дитина, *free* – вільний) «рух, спрямований на відмову від народження дітей», *фріганізм* (англ. *free* – вільний) «принципове харчування зі смітників», *пау-вау* (англ. *PowWow*) «туристичне свято», *квест-екскурсія* (англ. *quest* – пошук) «пошукова екскурсія», *тревелог* (англ. *travel* – подорож) «рекламний буклет планети Земля», *топ-новина* «головна новина», *мобплейс* (англ. *mob* – натовп, *place* – місце) «місце, де проходять флеш-моб-акції», *хаусландія* (англ. *land* – земля) «вигадана країна, у якій живе доктор Хаус», *вінленд* (англ. *win* – перемога, *land* – земля) «країна перемог», *дрімдайвери* (англ. *dream* – сон) «люди, які мандрують уві сні», *speed-побачення* (англ. *speed* – швидкість) «швидке побачення» тощо. Наприклад: «У «Хаусландії» кожне питання вимагає відповіді» (СТБ, 20.10.2011); «Недавно 35-річна «оскароносиця» знімалася у його мюзиклі «Дев'ять», і обоє були вельми задоволені співпрацею» (УМ. – 2010. – № 28. – С. 16); «Вони провели **speed-побачення**, під час якого гості заходу могли протягом 3 хвилин особисто поспілкуватися з кожним автором» (ЛУ. – 2011. – № 36. – С. 1).

Останнім часом у мові ЗМІ простежується тенденція до зростання оказіональних фразеологічних сполучень, до складу яких входять іншомовні лексеми. Зокрема проаналізуємо такі фразеологізми *фейсоном об «тейбл»*, *фінгерс кросс*, *ол иннклюзів*, «Жити чи не жити? *Ось в чім річ*». Такі сполучення уживаються для образної подачі певного матеріалу, щоб зацікавити читача чи глядача, проаналізувати факти дійсності і навіть викликати посмішку. Наприклад: «**Фейсоном об «тейбл»**. Чи справді в центрі Києва були темношкірого баскетболіста?» (www.um.com.ua/); «Тож, як кажуть у Європі, «**фінгерс кросс**» (на щастя)» (УМ. – 2010. – № 28. – С. 16); «І знову ж ніхто не завдав собі праці зазирнути в текст перекладу, де насправді щось інше: «**Жити чи не жити? *Ось в чім річ***» (Поступ. – 2011. – № 7. – С. 9).

Отже, okazіоналізми іношомовного походження в мас-медійному дискурсі мають тематично розмаїтий діапазон. Серед значного масиву іношомовних лексем домінують англіцизми, до використання яких мас-медійникам варто підходити помірковано та обґрунтовано. Серед okazіональних інолексем переважають унілекси, пов'язані з суспільно-політичною, побутовою та мистецькою лексикою. Але ця проблема потребує подальших досліджень, адже необхідно проаналізувати весь спектр okazіоналізмів іношомовного походження, не обмежуючись лише суспільно-політичною, економічною, мистецькою, побутовою, технологічною та спортивною лексикою.

УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ ДЖЕРЕЛ

- ДТ – Дзеркало тижня
ЛУ – Літературна Україна
СТБ – телеканал СТБ
УМ – Україна молода
УТ – Український тиждень

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

1. Булаховський Л. А. Вибрані праці: у 5 т. / Л. А. Булаховський. – К.: Наук. думка, 1975. – Т. 1. – 495 с.
2. Караванський С. Секрети української мови / С. Караванський. – К.: УКСП Кобза, 1994. – 151 с.
3. Семчинський С. В. Лексичні запозичення з російської та української мов у румунській мові. Розділ з історичної лексикології мови / С. В. Семчинський. – К.: Вид-во Київського держ. ун-ту, 1958. – Вип. I. – 117 с.
4. Сербенська О. Інновації у мові сучасних українських мас-медіа / О. Сербенська // 125 років Наукового товариства ім. Т. Г. Шевченка: зб. наук. праць і матеріалів, присвячений ювілею товариства. – Львів, 2001. – С. 158–177.
5. Стишов О. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації): монографія / О. Стишов. – К.: Вид. центр Київського нац. лінгвістичного ун-ту, 2003. – 392 с.
6. Туровська Л. Термінологічна лексика на сторінках періодичних видань / Л. Туровська // Українська мова. – 2007. – № 2. – С. 33–40.

Надійшла до редколегії 18.02.2013