

годинником середнього розміру)», «тяжелое (еспандер)»; зустрічаються й форми питальних висловлювань – більшою мірою тоді, коли діти зустрічаються із проблемою номінації: «это, что это – колечко?(еспандер)», «на голову что ли одевать? (кролячий хвіст)»; присутні також й висловлювання з формою негативу: «не знаю больше», «ничего не знаю», «не помню».

Отже, проблема номінації та побудови фрази тісно пов'язана зі сприйняттям дитини навколишнього світу. У процесі онтогенетичного розвитку дитина еволюціонує, з нею змінюється її відчуття навколишнього і її мова. Так, проблема мовної здібності дітей вікової категорії від трьох до п'яти років тісно пов'язана з поняттям егоцентричної мови, або саме з процесом переходу від егоцентричної до соціалізованої мови.

Література

1. Гвоздев А. Н. От первых слов до первого класса: Дневник научных наблюдений [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://xn----7sbb3aiknde1bb0dyd.xn--p1ai/index.php?id=2274>.
2. Гвоздев А. Н. Вопросы изучения детской речи / А. Н. Гвоздев. – М.: Изд-во АПН РСФСР, 1961. – 472 с.
3. Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка / Ж. Пиаже. – М.: Директ – Медиа, 2008. – 848 с.
4. Радченко О. А. Детская речь как объект неогумбольдтианской психологии языка / О. А. Радченко // Язык как мирозидание: Лингвофилософская концепция неогумбольдтианства. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Едиториал УРСС, 2005. — С. 150–152.
5. Ушакова Т. Н. Принципы развития ранней детской речи / Т. Н. Ушакова // Дефектология. – 2004. – № 5. – С. 4–16.
6. Цейтлин С. Н. Язык и ребенок. Лингвистика детской речи: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / С. Н. Цейтлин. – М.: Владос, 2000. – 240 с.
7. Чуковский К. И. От двух до пяти / К. И. Чуковский. – М.: Мелик – Пашаев, 2009. – 440 с.
8. Шахнарович А. М. Человеческий фактор в языке: язык и порождение речи / М. А. Шахнарович // Развитие грамматического компонента языковой способности (словообразование). – М.: Наука, 1992. – С. 213–218.
9. Эльконин Д. Б. Развитие речи в дошкольном возрасте: краткий очерк / Д. Б. Эльконин. – М.: Изд-во АПН РСФСР, 1958. – 116 с.

Станіслава Глигало

НЕОЛОГІЗМИ В СУЧАСНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ ЛЕКСИЦІ (НА МАТЕРІАЛІ ДРУКОВАНИХ ЗМІ)

Динаміка розвитку української та російської мов в ХХ–поч. ХХІ ст. може слугувати підтвердженням бурхливих змін у лексичній системі мови під впливом історичних змін: «ХХ століття розуміє під собою вільний обіг з мовної реальністю, заохочує мовні експерименти. Одним з шляхів “розкріпачення” мови є прогресування оказіонального словотворення, особливо незвичайних його форм» [6, с. 9].

Але на сьогоднішній день в мовознавстві актуальною залишається проблема при дослідженні такого феномена як інноваційна лексика [8; 9]. Незважаючи на те, що неологічний матеріал знаходиться під пильною увагою мовознавців, неодноразово був і є зараз об'єктом аналізу на окремих часових зрізах та на матеріалі різних мов, деякі питання сучасної неології залишаються дискусійними та закритими до сьогодні [3; 10]. Найбільш глибоко розглядає питання появи неологізмів, їх подальше використання або ж вилучення з мови О. А. Стишов, який стверджує, що «неологізми – це слова, словосполучення, фразеологізми, окремі їхні значення, що з'явилися на певному етапі розвитку мови для позначення нових реалій і понять, периферійних номінацій, актуалізація яких зумовлена соціальними і територіальними чинниками функціонування літературної мови, а також okazіоналізми (індивідуально-авторські новації), використані неодноразово в мовній практиці певного автора, видання, редакції чи в конкретному тексті» [12, с. 9]

Потрібно відзначити, що інноваційна лексика поповнила собою термінологічні системи майже всіх наук, а особливо гуманітарних, а це галузі суспільні, галузі культури, освіти, виробництва. Проте найбільш плідно неологізми (лексичні, семантичні й стилістичні) продукуються, засвоюються й активно функціонують у стилі ЗМІ, бо останній об'єднує в собі жанрові й стильові різновиди, елементи всіх інших стилів. Вони стали однією з характерних та яскравих ознак сучасного суспільства, сучасної публіцистики, що дало вагому підставу назвати нашу добу «століттям okazіоналізмів» (О. О. Земська) [4].

Більшість дослідників у галузі неології (Ж. В. Колоїз, Г. М. Вокальчук, О. М. Рудь та ін.) вказували на неоднорідність неологізмів і виділяли серед них загальномовні неологізми, створені для позначення нових фактів дійсності, та індивідуально-авторські, створені з художньою метою [2; 6 та ін.]. Індивідуально-авторські не стають частиною мовної системи й не виходять за межі комунікативної ситуації, у якій вони виникли, а загальномовні з часом набувають поширення, хоч і не втрачають своєї новизни, тому за загальномовними неологізмами поступово закріпився термін «неологізм», а за індивідуально-авторськими – «okazіоналізм».

У науковій літературі на сьогодні існують різні терміни для позначення досліджуваних лексичних одиниць. Аналізуючи наукову літературу, ми виявили більше 30 термінів, наприклад: okazіональне слово (Н. Фельдман), одноразовий неологізм (Е. Різель), індивідуальний новотвір (Г. Ю. Касім), художній okazіоналізм (В. Ковальов, Л. Павленко), індивідуалізм (Р. Намітокова), слово-метеор (М. Степанова), слово-одноразовка (С. Абакумов), слово-беззаконник (О. Земська), егологізм (І. Аржанов) тощо.

Загальноновизнаними вважаються терміни «okazіоналізм» і «okazіональне слово», оскільки сама назва (від лат. *occasio* – випадок) вказує, що подібні слова створюються для певного випадку, для певної ситуації.

Дійсно, називають ці лексичні одиниці по-різному, але незалежно від цього всі відчують їх важливу роль в сучасній системі української мови. Н. Г. Бабенко вважає головними причинами появи okazіоналізмів передусім висловити думку точно; лаконічно; дати власну оцінку номінативному явищу [1, с. 7].

Використання індивідуально-авторських утворень, мовленнєва гра в останнє

десятиліття XX ст. стали характерною ознакою мови газет. І якщо на початку 70-х років В. Г. Костомаров відзначав як конструктивний принцип мови газети одночасне існування двох тенденцій – прагнення до експресії і прагнення до стандарту, то в кінці XX ст. явно перемагає перша з них [7, с. 65]. Такі явища у друкованих ЗМІ є свідченням намагання журналістів нестандартно, оригінально висловитись чи змалювати своєрідність події, ситуації, образів та ін. Отже, «головним мотивом творення оказіоналізмів є вочевидь їхня експресивність. Витоки експресивності оказіоналізму лежать в його нестандартності, яка може бути пов'язана з семантикою мотивуючого слова або самого оказіоналізму, з його дериваційними особливостями» [5].

Наприкінці XX ст. відбулися кардинальні зміни на міжнародній арені – пішла в небуття світова соціалістична система, завершилася ера холодної війни та гонки озброєнь, протистояння двох соціальних систем тощо. Розпад СРСР, виникнення нових незалежних держав, розбудова демократичної Української держави, формування нового мислення, нової політичної свідомості громадян – всі ці процеси відбиваються і фіксуються в сучасній українській мові. Одним із найголовніших елементів громадського життя, а особлива роль у процесі детермінологізації спеціальної лексики належить засобам масової інформації, оскільки «газета – один із наймасовіших інформативних засобів, за допомогою якого широкі верстви населення знайомляться з новою спеціальною лексикою» [13, с. 34]. Так, завдяки мас-медіа широкого вживання набули суспільно-політичні терміни на зразок *імпічмент*, *олігарх*, *олігархія*, *опозиція*, *парламент*, *референдум*, *фракція*; спеціальні слова зі сфери економіки *акція*, *бартер*, *біржа*, *валютний коридор*, *інфляція*, *патент*, *субсидія* тощо. О. А. Стишов вважає, що «найпомітніше місце в мовній репрезентації ідеологічних концепцій належить суспільно-політичній, або політологічній, лексиці і термінології. Дослідження цієї лексики становить як суто лінгвістичний, так і соціальний інтерес» [11, с. 3-12].

Як було вже зазначено, політична лексика – це група слів, властива для періодичної преси і публіцистичного стилю. Фактичний матеріал переконливо свідчить, що аналізовану групу лексики можна розподілити на окремі підгрупи за сферами людської діяльності, звідки насамперед взято ті чи інші слова в політичне мовлення:

1. Слова тематичної групи «політична комунікація»:

а) номенклатурні назви: *нардеп*, *спікер*, *лобіст*, напр.: *У невеличкому вступному слові перед початком прес-конференції спікер Верховної Ради, голова Народної Партії пан Литвин розповів про свої враження від спілкування з лікарями та маленькими пацієнтами обласної лікарні (Чернігівські відомості, 2010); Один нардеп обходиться Україні у понад 2 тисячі гривень на день (Українська правда, 2013); Брати Клички і президент Польщі посіли перші місця в рейтингу лобістів України в світі (Нова Година, 2012).*

б) назви відомств і органів тощо: *центрвиборчком*, *Кабмін*, *Укравтодир*: *Опозиционеры вчера обратились в Окружной административный суд Киева с просьбой признать противоправной бездеятельность Центризбиркома в вопросе объявления начала избирательного процесса по выборам депутатов Верховной*

рады и обязать комиссию объявить о начале выборов (Коммерсантъ Украина, 2010); **Кабмін** затвердив зразки бланків документів, які засвідчують особу, підтверджують громадянство України або спеціальний статус особи (Gazeta.ua, 2013); *Возмущенные качеством дорог водители вчера устроили митинг около главного офиса «Укравтодора» в Киеве. Около 50 активистов принесли с собой обломки своих автомобилей и требовали начать ремонты дорог. Однако никто из чиновников к ним не вышел. Пока же люди переименовали ведомство на «Укравтодыр»* (Коммерсантъ Украина, 2013).

в) політична термінологія: *люстрація, каденція, популізм, лобізм, екзитпул*, напр.: *«Мы настаиваем на проведении люстрации. Люстрации для тех, кто уже был во власти, мог изменить страну, но не сделал этого», - подчеркнул лидер «УДАРа» («УДАР», 2012); «Друга каденція Януковича - це мегаважливо для країни» – віце-прем'єр Вілкул (Gazeta.ua, 2011); Предвыборный популизм политиков – главный риск, который может помешать преодолению кризиса в Украине («Сегодня», 2009); Свои **екзитпопы** проводили несколько социологических контор, однако особое внимание будет сосредоточено на данных Национального **екзитпола**, который стоил стране 170 тыс. долл. («Вести», 2012).*

г) найменування політичних партій, рухів, ідеологічних течій та їх учасників: *тимошенківці, сині, кличкісти, помаранчеві, бютівці, ющенківці, кучміст, кучмізм, новорухівець, юльфани, януковичі, донецькі, регіонали, біло-сердечні, НУНСівці*, напр.: *Цього разу утрималися від голосування тільки **Бютівці** і підконтрольні їм «НУНСівці» (Україна молода, 2009); Цинічність поведінки «біло-сердечних» полягає, на наш погляд, у тому, що саме дана політична сила зробила все, щоб зірвати виборчий процес у Донбасі («Українська правда», 2010); Тимошенковці просят Кличко определитсья, кем он себя видит: мэром или президентом («Дело», 2013); Партія «синіх» займала перше місце в результаті двох останніх парламентських кампаній в Україні і сьогодні, як вказують соціологічні дослідження, всерйоз претендує на третю перемогу («Кореспондент», 2012); **Кличкісти** визнають, що «Батьківщина» - попереду, але акцентують на тому, що й вони самі не пасуть задні». («Обозреватель», 2012); **Помаранчеві** на цих виборах фактично паралельно ведуть чотири кампанії. Перше – це власне кампанія мега-блоку («Українська правда», 2007); **Ющенківці** заблокували всі входи до Камбіну («Українська правда», 2004); **Кучмісти** програли спрву у Страсбургу («Українська правда», 2003); Кучма перестав бути Президентом, але «**кучмізм**», як соціальне і політичне явище, продовжує панувати (газета «Соціалістичної партії», 2009); Черговий з'їзд відбувався під знаком великого протистояння «старої гвардії» В'ячеслава Чорновола та «новорухівців» на чолі з Юрієм Костенком. Нинішній з'їзд відбувся без жодних знаків («Дзеркало тижня», 2000); Тому, дивлячись на Юлію Володимирівну, люди беруть участь у найцікавішому «блокбастері» під назвою «Харизматична жінка в Україні». І вболівають за неї, і стають справжніми «юльфанами» («День», 2006).*

г) Політичний жаргон: *кравчучка, кучмовозка, лопата Азарова*, напр.: *Два нехитрых орудия труда - примитивная тележка «кравчучка» и совсем уж про-*

стецькая «лопата Азарова» – стали свого рода символами, обрамляючими двадцатилітє незалежності України («Коммунист», 2011).

2. Правові терміни, що вживають у суспільно-політичному дискурсі ЗМІ: *прихватизація, підмандатний*: *В своей антикризисной программе требует отобрать у недобросовестных частных собственников «прихватизированные» промышленные предприятия и вернуть их народу* («Компартия України», 2012); *Програма підмандатного мала на меті допомогти новонезалежним державам позбутися ядерної зброї* («Урядовий кур'єр», 2000).

Отже, мова українських засобів масової інформації кінця ХХ – початку ХХІ ст. зазнала істотних змін, які потребують подальшого ретельного і всебічного вивчення з метою виявлення основних закономірностей її функціонування, з'ясування шляхів еволюції мови медіатекстів і тих чинників, які впливають на її розвиток.

Література

1. Бабенко Н. Г. Оказиональное в художественном тексте. Структурно-семантический анализ : [учебн. пособие] / Н. Г. Бабенко. – Калининград, 1997. – 25 с.
2. Баранник Д. Х. Українська мова на межі століть / Д. Х. Баранник // Мовознавство. – 2001. – № 3. – С. 40-47.
3. Ермоленко С. С. Язык тоталитаризма и тоталитаризм языка / С. С. Ермоленко // Мова тоталітарного суспільства / Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні, Інститут української мови НАН України. – К., 1995. – С. 7-15.
4. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства / Е. А. Земская // Русский язык конца ХХ столетия (1985-1995). – М. : Изд-во «Языки русской культуры», 2000. – С. 90-141.
5. Касім Г. Ю. Витоки експресивності оказіоналізмів, уживаних у текстах ЗМІ / Г. Ю. Касім // Мова : Науково-теоретичний часопис з мовознавства – 2012. – № 18.
6. Колоїз Ж. В. Українська оказіональна деривація : [монографія] / Ж. В. Колоїз. – К. : Акцент, 2007. – 311 с.
7. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. – Изд. 3-е, испр. и доп. – СПб. : Златоуст, 1999. – 320 с.
8. Мацько Л. Українська мова в кінці ХХ ст. (Зміни в лексиці) / Л. І. Мацько // Дивослово. – 2000. – № 4. – С. 15-20.
9. Сербенська О. А. Мова газети в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства / О. А. Сербенська // Мовознавство. – 1988. – № 4. – С. 21-26.
10. Сербенська О. А. Мова газети і мовотворчість журналіста в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства : Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. Наук / О. А. Сербенська. – Львів, 1992. – 39 с.
11. Стишов О. А. Лексичні і стилістичні неологізми в ЗМІ з погляду мовної культури / О. А. Стишов // Культура слова. – К. 1999. – Вип. 52. – С. 3-17.
12. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : [монографія] / О. А. Стишов. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2003. – 240 с.
13. Терехова В. С. Специальная лексика в языке газеты / В. С. Терехова. – Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1982. – 136 с.