

НОВОТВОРИ В УКРАЇНСЬКОМУ МОВОЗНАВСТВІ (НА ПРИКЛАДІ ТВОРЧОСТІ ВАСИЛЯ СТУСА)

У сучасному мовознавстві значне місце займають дослідження новотворів. Вже у другій половині ХХ століття з'являються численні публікації про інноваційні процеси в лінгвістиці. А зараз мовознавці говорять про виокремлення неології в окрему галузь лінгвістичних знань (О.Турчак, В.Колоїз). Хоча традиційно, зокрема в шкільному курсі української мови, неологізми вивчаються в розділі лексикології і разом з архаїзмами належать до пасивної лексики.

Мета статті: з'ясувати статус новотворів в українському мовознавстві (на прикладі лірики Василя Стуса), окреслити їх особливості.

Протягом останніх років створено спеціальні центри неології, зокрема англійської, німецької, французької, російської тощо, де фіксуються та досліджуються нові слова і їх значення, аналізуються причини їх появи, вивчаються моделі утворення, здійснюється їх лексикографічна розробка. Щодо української неології як окремої мовознавчої галузі Н. Адах стверджує: «неологія української мови, зокрема суспільно-політична лексика, вивчається здебільшого в плані загальних словотвірних, лексико-семантичних та стилістичних тенденцій» [1, с. 38].

Основне завдання неології, як свідчать сучасні дослідження з цієї галузі, зводиться до «з'ясування типології нових слів у мові і мовленні» [7, с. 3]. Однак систематизація неологічного матеріалу вимагає насамперед конкретизації, уточнення самого поняття «неологізм», що переважно ототожнюється з новим словом.

Поняття неологізму, згідно з внутрішньою формою і етимологією цього терміна, належить до одиниць лексики, слова. Закономірно воно охоплює і нове значення (лексико-семантичний варіант слова, семолексему), що також є лексичним новотвором; іноді його називають семантичним неологізмом [5, с. 16].

У довідковій та науково-методичній літературі терміном «неологізм» позначається будь-яке «нове слово або вислів, що з'являється в мові» [2, с. 609], «нове слово, яке не увійшло до загальноновживаного словника» [4, с. 53], «слово або мовний зворот, утворені для позначення нового предмета чи вираження нового поняття» [3, с. 151], «слово чи мовний зворот, що недавно з'явився в мові для позначення нового або вже усталеного поняття, предмета» [8, с. 670], «слово, що не є загальноновживаним, але може ним стати, яке з'явилося в мові в певний період і не існувало раніше й яке сприймається як нове в свідомості носіїв мови» [7, с. 8], «слово, а також його окреме значення, вислів, які з'явилися в мові на даному етапі її розвитку і новизна яких усвідомлюються мовцями (загальнономвні неологізми) або були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мові певного автора (стилістичні, або індивідуально-авторські неологізми)» [12, с. 377].

Подібні тлумачення неологізму не викликають принципового заперечення, зокрема коли йдеться про лексичні неологізми. Разом із тим не можна не констатувати невизначеності, розпливчатості ознак, на яких базується виокремлення неологізмів, що, у свою чергу, відзначалося деякими дослідниками.

Нечіткість у виокремленні неологізмів, різні підходи до вивчення цього явища, спричинили виникнення цілого ряду термінів: okazіonalne слово (Н.Фельдман), одноразовий неологізм (Е.Різель), авторський неологізм (Р.Кисельова), поетичний неологізм (І.Загрузна), авторський новотвір (В.Виноградова), художній неологізм (А.Бровко), мовленнєвий новотвір (Г.Клименко), індивідуальний новотвір (В.Хохлачова), індивідуально-авторський новотвір (Ю.Стехін), слово-беззаконник (О.Земська) та ін. У науковій літературі зустрічається більше тридцяти термінів на позначення цього поняття. У енциклопедії тлумачиться лише два терміни: неологізм і okazіonalізм.

У сучасній неології спостерігаються також намагання протиставити okazіonalізм індивідуально-авторському неологізму (незважаючи на те, що і перші, і другі розглядаються як одиниці мовлення) на тій підставі, що okazіonalne, не-авторські «новоутворення продукуються в розмовному мовленні і їх творцем є народ», а індивідуально-авторські, або авторські створюються з певною стилістичною метою [7, с. 12].

З цього визначення випливає, що неологізм й okazіonalізм не тотожні поняття. Але не потрібно забувати, що неологізми діляться на два види: загальнономвні й авторські, так загальнономвні не співвідносяться з okazіonalізмами. Авторські неологізми – лексеми, які, як правило, не функціонують за межами твору [6, с. 119]. Можна говорити про те, що okazіonalізми й авторські новотвори називають одне й те ж поняття, тільки okazіonalізми частіше вживаються як стилістичний термін, тоді як неологізми як лексикологічний.

Новотвори – це власне український термін, який є синонімічним неологізму, і вживається в основному на позначення індивідуально-авторських неологізмів, що робить його тотожним і okazіonalізмам. Однак інколи його вживають і для позначення загальнономвних неологізмів.

Беззаперечним залишається той факт, що неологізм повинен стати основною одиницею молоді лінгвістичної галузі – неології [5, с.19].

На сучасному етапі розвитку мовознавства активно здійснюється дослідження різнорівневих одиниць української індивідуально-авторської номінації у текстах різних жанрів і стилів, що сприятиме

теоретичному осмисленню специфіки авторської номінації. Особливо багатою на новотвори виявилася поезія шістдесятників, адже визначальною стильовою ознакою їхньої творчості є авторські неологізми. Василь Стус як представник цієї доби активно використовує новотвори у своїй поезії.

При дослідженні авторських лексичних новотворів (АЛН) українських поетів виявлено, що найбільшу кількість серед них займають іменники, не становлять виняток і новотвори Стуса.

Частиномовний розподіл новотворів:



- іменники
- Прикметники
- Дієслова
- Прислівники
- Дієприслівники
- Дієприкметники

Нами виявлено 564 АЛН в поезії Василя Семеновича. 40% становлять іменники, це пояснюється високою потребою номінації осіб та психічних відчуттів і переживань ліричного героя. Деяко менш активно автор творив дієслова, які займають 19% від усіх новотворів. Відсоткове відношення прикметників становить 18%, дієприкметників лише на 1% менше. Невисокою продуктивністю характеризуються словопошуки в царині прислівників та дієприслівників, що становить відповідно 5% і 1%.

Для творення нових слів автор використовує різні способи, переважає осново- та словоскладання:

Холодзорий присмерк приуральський

зростає [10, с.18].

І в щасті нелюдів пощербне

її державний меч і гнів.

І горе зітреться на мерву.

І відбійжить її синів

невірних потовч-потороччя [10, с.77].

Іменник *потовч-потороччя* виконує експресивно-оцінну функцію, характеризує зрадників, запроданців Батьківщини.

Особливе місце серед новотворів В. Стуса займають слова-оксюмори, які складаються з двох протилежних за змістом частин:

Він, като-жертва, жертво-кат,

страждає і богує,

іди вперед, немов назад,

як душу гнів руйнує [9, с.80].

Ці новотвори передають складний психічний стан ліричного героя, його страждання.

У затишку прожити не судилось:

ударив грім – і зразу шкереберть

усе пішло, що ніби тільки снилось,

як життяіснування й життясмерть [9, с.104].

Автор навмисне зіштовхує такі протилежні поняття, щоб створити неповторний художній образ.

Значну кількість неологізмів утворено за допомогою префіксоїдів: сам- все-, сто-:

Тільки так:

вияви – самострати.

Кам`яній. Кам`яній. Кам`яній.

Тільки твердь знає самозбереження [10, с.31].

Слова, утворені за допомогою префіксоїда сам-, свідчать, що поняття стосується ліричного «я».

Тота сльоза тебе іспопелить

і лютий зойк завернеться стожало

ланами й луками [9, с.209].

Новотвори із префіксоїдом сто- вказують на великий ступінь вияву ознаки дії.

Володарю своєї смерти, доля–

всепам`ятна, всечула, всевидюща–

нічого не забуде, ні простить [9, с.209].

Наявність частинки все- вказує на присутність вищої сили, яка слідкує за всім і править світом.

У поезіях наявна значна кількість неологізмів, які утворені різноманітними способами, належать до різних частин мови й виражають різні функції, однак саме таке поєднання творить оригінальний образ ліричного героя, має здатність впливати на читача й захоплювати його в полон неповторних відчуттів і переживань. Словотворчість В.Стуса цікаве і неповторне явище як для лінгвістів, так і для дослідників

поетичної спадщини митця, адже саме завдяки аналізу новотворів можна зрозуміти всю глибину лірики, спосіб мислення і психічний стан самого автора.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адах Н. Словотворчість Василя Барки / Н. Адах // Дивослово. – 2013. – №6. – С.38-42.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови. – К., Ірпінь: ВТФ «Перун» / [уклад. і гол. ред. В. Бусел]. – 2001. – С.609.
3. Ганич Д., Словник лінгвістичних термінів / Д. Ганич, І. Олійник. – К.: Вища школа, 1985. – 359 с.
4. Калашник В. Сучасна українська мова: лексика і фразеологія: [матеріали для практичних занять] / В.Калашник, Л.Савченко – Х.: Каравела, 1999. – С.53.
5. Колоїз Ж. Українська okazіональна деривація: [монографія] / Ж.Колоїз. – К.: Акцент, 2007. – 310с.
6. Мойсієнко А. Сучасна українська літературна мова: Лексикологія. Фонетика: [підручник] / А. Мойсієнко, О. Бас-Кононенко, В. Бондаренко та ін. – К.: Знання, 2010. – 270с.
7. Намитокова Р. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект / Р. Намитокова. – Ростов на Дону, 1986. – С.3-18.
8. Словник іншомовних слів / Л.Пустовіт, О.Скопенко, Г.Сюта, Т.Цимбалюк. – К.: Довіра, 2000. – С.670.
9. Стус В. Вибрані твори. – Донецьк: ТОВ «ВКФ «БАО», 2011. – 352 с.
10. Стус В. Зимові дерева. – Брюссель: Література і мистецтво, 1970. – 207 с.
11. Турчак О. Okазіоналізми як об'єкт лінгвістичного дослідження / О. Турчак // Українська мова. – 2004. – №2. – С.47-55.
12. Українська мова. Енциклопедія / [за ред. В.Русанівського, О.Тараненко, М.Зяблюк та ін.] – К.: Українська енциклопедія, 2000. – 752с.

Волос А.

Науковий керівник – доц. Петришина О. І.

КОМУНІКАТИВНА ТАКТИКА ФАСЦИНАЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ПРОПОВІДІ

У сучасній комунікативній лінгвістиці одним із провідних напрямів досліджень є вивчення комунікативних стратегій впливу і тактик їхньої реалізації. У цьому аспекті актуальним є релігійний дискурс, який головним чином реалізовується через комунікативну стратегію здійснення релігійно-мотивованого впливу на адресата.

Вплинути, переконати, спонукати до роздумів можна тільки апелюючи до емоцій реципієнта, оскільки вони забезпечують багатогранне, повноцінне сприйняття людиною світу – реального, земного та ірреального, ідеально-божественного. Беручи до уваги головне призначення релігійного стилю і проповідництва зокрема – розкрити біблійні істини, пояснити їх із метою формування християнського світогляду та виховання моральних чеснот істинного християнина – відзначимо емоційність та експресивність релігійних текстів. Логічні пояснення, інтелектуальні аргументи, оцінна критика в них стають факультативними ознаками, відповідно, простежуємо, що релігійні тексти здійснюють переконливий вплив на сферу людських переживань, приковують увагу, викликають хвилюючий інтерес, подив, радість, захоплення, страх тощо. Дослідники називають це здатністю зачаровувати, фасцинувати. Зокрема російський фахівець релігійної комунікації Н. Мечковська зазначає, що сакральні тексти саме завдяки такому впливу мають здатність максимально переконувати, хвилювати, навіювати, заворожувати. Доречно навести окремі міркування дослідниці з цього приводу: «Здатність релігійних текстів здійснювати фасцинувальний вплив на вірян пов'язана з їх мистецькою побудовою – перш за все з ритмом та експресією переносно-образного вживання мови. Вони зачаровують ритмом, звуковими та смисловими переливами, дивним та одночасно точним підбором слів, метафоричністю, яка приголомшує і водночас дає змогу помітити приховані зв'язки явищ та неосяжну глибину смислу» [15, с. 34].

Метою статті є аналіз прийомів реалізації комунікативної тактики фасцинації як засадничого складника стратегії релігійно-мотивованого впливу проповіді на реципієнтів. Матеріалом дослідження стали проповіді очільника Української греко-католицької церкви Любомира Гузара [3-12].

Термін «фасцинація» походить від латинського слова *fascinatio* (зачаровування, завороження), що в перекладі означає спеціально організований вербальний вплив на реципієнтів, спрямований на зменшення втрат семантичної важливої інформації при сприйманні повідомлення, за рахунок чого збільшується її здатність впливати на поведінку реципієнтів [2, с. 352]. Уперше 1959 року поняття «фасцинація» у науковий обіг увів Ю. Кнорозов, інтерпретуючи технічні, зокрема акустичні аспекти мови [13, с. 163].

У другій половині ХХ ст. когнітивна психологія та психолінгвістика роль фасцинації в мовленні вивчали у контексті теорії соціальної комунікації дослідженням, вказавши, як за її допомогою збільшується «семантично значуща інформація» (термін Н. Вінера [1]). Дія фасцинації спрямована на глибинні емоційні пласти психіки: інтенсивні емоції, загострення уваги, подиву, почуттів задоволення та радості, жаху та страху [12].

Беручи до уваги виразний впливовий ефект фасцинації, ми розглядаємо її як комунікативну тактику стратегії здійснення релігійно-мотивованого впливу на реципієнта. Переконання вірян відбувається через емоційне зворушення, навіювання філософських доктрин християнського віровчення. У текстах Любомира Гузара це реалізується за допомогою певних комунікативних прийомів, тобто практичних способів здійснення конкретного наміру душпастиря. Головними комунікативними прийомами цієї тактики можна вважати стилістичні, а також власне ораторські прийоми (досягнення спеціальної тональності, ритмічності проповіді тощо).