

О. М. Турчак

Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля

**Юкстапозитні типи як основа новотворів публіцистичного стилю
(на матеріалі періодичних видань кінця ХХ століття)**

Турчак О. М. Юкстапозитні типи як основа новотворів публіцистичного стилю (на матеріалі періодичних видань кінця ХХ століття). У статті розглядаються юкстапозитні типи як основа новотворів у публіцистичному стилі на матеріалі періодичних видань кінця ХХ століття. Увага привертається до класифікації юкстапозитів за значенням та до аналізу їхньої структури. Уточнюється, що найбільшу за обсягом групу становлять прикладки, які абсолютизують або уточнюють певне поняття чи явище, надаючи словам нових семантичних відтінків.

Ключові слова: публіцистичний стиль, юкстапозит, оказіоналізм, прикладка.

Турчак Е. М. Юкстапозитные типы как основа новообразований публицистического стиля (на материале периодических изданий конца ХХ века). В статье рассматриваются юкстапозитные типы как основа новообразований в публицистическом стиле на материале периодических изданий конца ХХ века. Обращается внимание на классификацию юкстапозитов по значению и на анализ их структуры. Уточняется, что наибольшую по объему группу составляют приложения, которые абсолютизируют или уточняют определенное понятие либо явление, придавая словам новых семантических оттенков.

Ключевые слова: публицистический стиль, юкстапозит, окказионализм, приложение.

Turchak O. M. Yukstapozytyni types of tumors as a basis journalistic style (based on periodicals end of the twentieth century). In the article yukstapozytyni types of tumors as a basis in journalistic style on the material periodicals end of the twentieth century. Attention is drawn to the classification yukstapozytiv meaningfully and to analyze their structure. Clarifies that the largest group is in terms apposition that absolutizes or clarify a concept or phenomenon, giving words new semantic nuances.

Keywords: journalistic style, yukstapozyt, occasionalisms, apposition.

Публіцистичний стиль української мови характеризується емоційною виразністю, експресивністю, пристрасним ставленням до предмета мовлення та до змісту повідомлюваної інформації. Він перебуває на перетині художнього, наукового та офіційно-ділового стилю й синтезує в собі ознаки, властиві для них. Основне призначення публіцистичного стилю – розв'язання суспільно-політичних питань та активний вплив на читача. Саме тому він спрямований на новизну, інформаційність, його тексти насичені образними засобами, які відзначаються динамізмом, експресією, оцінкою не лише політичною чи суспільною, а й морально-етичною.

Мова публіцистики неодноразово ставала предметом уваги лінгвістів. За час існування публіцистичного стилю він був об'єктом дослідження Д. Баранника [1; 2], І. Білодіда [13], М. Жовтобрюха [5], А. Коваль [7], О. Пономарева [11], В. Зайцевої [6] та ін. Мовознавці приділили увагу взаємодії усних і писемних стилів мови, стильовим різновидам мови радіо та телебачення, особливостям інформаційного стилю тощо.

Лексичні особливості публіцистики розглядали А. Коваль [7], М. Навальна [10], О. Стишов [12], С. Єрмоленко [4] тощо.

Тенденція до експресивності публіцистичного стилю легко пояснює значну кількість новотворів на шпальтах газет, адже головне завдання індивідуально-авторських неологізмів – привернути увагу читачів, вплинути на них і дати позитивну чи негативну оцінку описуваних предметів, понять, подій чи осіб. Важливе місце серед індивідуальних новотворів посідають складні слова, які в мовознавчій науці досліджувалися досить широко. Зокрема, розглядалися такі аспекти, як структура складних слів, їхня семантика, процеси творення. У газетно-журнальному просторі складні слова досліджувалися Т. Коць [8], М. Навальною [10], О. Стишовим [12] та іншими мовознавцями. Незважаючи на значну кількість праць, у лінгвістичній науці відсутні розробки щодо спеціального дослідження оказіональних лексем, утворених шляхом юкстапозиції, у публіцистичному стилі.

Отже, мета нашої статті – дослідити юкстапозитні типи новотворів, а саме okazіоналізмів, у мовному просторі публіцистичного стилю на матеріалі преси кінця ХХ століття.

Меті дослідження підпорядковується виконання таких завдань:

- 1) дати визначення юкстапозитів;
- 2) розглянути класифікацію юкстапозитів за значенням;
- 3) визначити особливості їхньої будови.

Юкстапозити становлять значну кількість серед okazіоналізмів, оскільки є найбільш економним засобом позначення різноманітних реалій і понять матеріального та духовного життя народу, свідченням закону економії мовної енергії, що надзвичайно важливо для сучасної преси. За словами Б. Белової, “форма складного слова дозволяє досягти лаконічного, економного, сконцентованого вираження” [3:212]. Як відомо, юкстапозит – це “кількоасновне складне слово, що утворилося шляхом складання слів” [14:742]. Словотвірна структура юкстапозитів досить прозора й переважно не виходить за межі традиційних утворень. Але особливість сполучуваності компонентів, функціонування цих одиниць у мовленні дає можливість стверджувати їх okazіональну природу. Складні okazіоналізми-юкстапозити характеризуються різним ступенем okazіональності, який залежить від семантичної та структурної цілісності, лексико-синтаксичних рис компонентів та зв'язку новотвору з контекстом. Юкстапозити становлять не просту семантичну єдність, а щось якісно нове, що відповідає потребам авторського слововираження, оскільки “можливості такого поєднання справді невичерпні” [9:8].

Okazіональні юкстапозити – це переважно слова, що складаються з двох іменників, у яких одна з частин – прикладка, що поєднується з пояснюваним елементом. Вказуючи на ознаку предмета, прикладка водночас дає йому другу назву. Означуваний прикладкою іменник є основною назвою, а прикладка – уточнювальною, деталізуючою. Характерна ознака прикладки – це її властивість становити з іменником цілісну єдність. Щодо означуваного слова прикладка може бути як препозитивною, так і постпозитивною: **вандал-прапорносець**, **хіт-журнал**, **депутат-багатоверстатник**, **преса-жебрак**.

За значенням okazіональні прикладки можна поділити на окремі групи.

Велику групу становлять прикладки, які абсолютизують, уточнюють якесь поняття, предмет чи явище: **країна-некандидат**, **літак-порушник**, **математик-авторитарист**, **математик-демократ**, **прилад-екстрасенс**, **птах-“поверненець”**, **стрес-новина**.

Інші групи okazіональних юкстапозитів-прикладок є нечисленними. Серед них можна виділити:

1) прикладки, що супроводжують власні назви: **Гаврош-навпаки**, **Барбі-Оксана**, **переможець-Кучма**, **пустун-Амур**, **бабуся-Маруся**, **журналіст-Камікадзе**;

2) прикладки-зближення за ситуативними, суміжними або функціональними ознаками: **напівобласть-напівдержавка**, **пофігіст-рекетня**, **продюсерство-менеджеризм**;

3) прикладки-зближення за асоціативним зв'язком: **вершина-мрія**, **капюшон-пуп'янок**, **квітка-розвідник**;

4) прикладки-зближення, зумовлені народнопоетичними образами: **красень-м'яч**, **травичка-невеличка**. Такі утворення в мові преси є одиничними, оскільки характерні для художнього мовлення й не властиві для публіцистичного стилю.

Способом юкстапозиції можуть поєднуватися українські компоненти (**лютий-лютець**), запозичені (**артист-фолькпропагандист**) або українські та іншомовні (**інтелігент-ведмежатник**, **лихо-епідемія**, **людина-ЕОМ**, **прилад-екстрасенс**, **розвідник-нелегал**).

Okazіональні юкстапозити оновлюють і поповнюють лексичний склад новотворів, надають словам нових семантичних значень. Адже нове значення, що передається за допомогою відомого звукового комплексу, нерідко замінює словосполучення та описові звороти, а головне – влучно, з більшою емоційністю й експресивністю характеризує певну особу, ситуацію, подію тощо, напр.: *У ході другого та третього турів учасниці почувалися справжніми королевами у весільному вбранні та у “коктейль”-сукнях, які надав салон “Ренесанс” (м. Івано-Франківськ).*

Журналіст завжди прагне, щоб інформація дійшла до адресата, а його наміри досягли мети, тому для автора важливо зробити так, щоб окремі слова не залишилися непоміченими навіть при поверховому читанні, наприклад: *Від боголюдства став можливим крок до людинобожества (комунізм), протистояння на основі цього кроку людинозвірству (фашизму), який насувався.* Okazіоналізми в наведеному контексті наділені відповідними властивостями для створення ефекту новизни, завдяки чому їхнє значення актуалізуються й мають відповідний вплив на читача.

Особливістю творення та вживання відзначається прикладка okazіонального характеру **Барбі-Оксана**, що поєднує в собі іншомовну власну назву й українське ім'я, напр.: *Українська лялька: пацієнт швидше помер, аніж живий, навіть якщо народжується вітчизняна Барбі-Оксана.*

Okazіональні юкстапозити інколи об'єднують в одному слові семантично далекі, логічно несумісні

або протилежні поняття, що надає мовленню експресивності: *гільтотина-референдум, гурман-еротоман, жебрак-мільйонер, напівпустеля-напівоаза, терорист-жартівник*. Подібні утворення виникли на основі індивідуально-авторського розуміння явищ і понять, вони сприяють конденсованому вираженню думки внаслідок редукції плану вираження вихідної синтаксичної структури. Їхня стилістична виразність та експресивність досягається максимальною віддаленістю компонентів складного слова, напр.: *Проте загроза статті “жебрак-мільйонером”, як це вже було в нашій історії, підштовхує кожну людину думати і діяти відповідно до мінливих умов життя*. Семантика okazionalnosti таких слів в окремих випадках породжує буденні, але нетривіальні асоціації, що розширюють сферу сприйняття тексту, наприклад: *Прилад-екстрасенс “розмовляє” з біополем людини однією мовою*.

Характерно, що переважна більшість юкстапозитів має двооснову структуру, але зрідка спостерігаються й okazionalni одиниці з кількох компонентів: *християнин-державник-унітарист-прибічник, яничар-манкурт-хахал-перевертень*. Зрозуміло, що такі okazionalnizmi виявляють неабияке мистецьке авторське вміння передати в одному слові ціле речення або кілька речень, наприклад: *Так, на хвилі бурхливих дискусій про правизну чи лівизну партії, ставлення лібералів до унітаризму і православ'я, християнин-державник-унітарист-прибічник тотальної приватної власності Олег Соскін подав у відставку з посади президента Ліберальної партії*.

Серед юкстапозитів помічено певну кількість okazionalnih одиниць із компонентами міжнародного характеру. Зокрема, одним із

таких препозитивних складників є компонент **шоу**: *шоу-бій, шоу-видовище, шоу-покруч, шоу-соловейко, шоу-фан*. Наведені юкстапозити відзначаються своєрідністю, неординарністю, що дає підстави стверджувати: журналісти постійно перебувають у пошуках нових слів, які підкреслюють їхнє чуття сучасної мовної стихії, реалізують мовне самовираження й легко сприймаються читачем, наприклад: *Дійшло до шоу-покруча Верки Сердючки. Ніколи б не подумав, що деякі діячі української культури принизяться до того, щоб переспати на сердюччинім дивані. За підтримки рекламної агенції Bates Ukraine, монстра музичної індустрії Zinteco, компанії “Таврійські ігри” і столичного центру дозвілля “Кінопалац” з 15 липня по 12 серпня у чотирьох найбільших курортних містах – Одесі, Судаку, Алушті та Ялті – відбуватимуться грандіозні шоу-видовища*.

У зв'язку зі зниженням ціннісно-етичних орієнтирів, моралі в пресі з'явилася значна кількість іменникових okazionalnizmi із першим компонентом **секс**: *секс-бізнес, секс-марафон, секс-скандал, секс-продукція*, семантика яких чітка й прозора, напр.: *А секс-продукцію обізвемо творами, то вона стане шедеврами мистецтва? Маючи намір задовольнити за 10 годин 300 чоловіків, блондинка Керсті відводить на кожного учасника секс-марафону по 2 хвилини*.

Отже, як бачимо, okazionalni юкстапозити становлять досить цікавий і на сьогодні остаточно не досліджений шар лексики української мови. У подальших дослідженнях можна повернути увагу до порівняльного аналізу юкстапозитів як загальноживаних слів та авторських новотворів, визначивши їхні спільні та відмінні риси.

Література

1. Баранник Д. Х. До питання про інформаційний стиль мови / Д.Х. Баранник // Мовознавство. – 1967. – № 6. – С. 3–8.
2. Баранник Д. Х. Стильові різновиди мови радіо і телебачення / Д.Х. Баранник // Науково-технічний прогрес і мова. – К. : Наук. думка, 1978. – С. 109–120.
3. Белова Б. А. Сложное okazionalnoe слово в поэтической речи // Вопросы языкознания и сибирской диалектологии. – Томск, 1977. – Вып. 7. – С. 212–217.
4. Єрмоленко С.Я. Публіцистичний стиль / С.Я. Єрмоленко // “Українська мова” : Енциклопедія / [Редкол.: Русанівський В.М., Тараненко О.О. (співголови), М.П. Зяблюк та ін.]. – К. : Вид-во “Українська енциклопедія” ім. М. П. Бажана, 2000. – С. 501.
5. Жовтобрюх М.А. Мова української періодичної преси (кінець XIX – початок XX ст.) / М. А. Жовтобрюх. – Київ : Наукова думка, 1970. – 303 с.
6. Зайцева В. В. Інформаційний стиль в україномовній газеті / В.В. Зайцева // На ніві української філології : [Зб. наук. праць / За ред. проф. І. С. Попової, проф. Ю. Ф. Прадіда]. – Д. : Пороги, 2003. – С. 232–240.
7. Коваль А. П. Мовні засоби української прогресивної публіцистики кінця XIX – початку XX ст. : Дис. ... канд. філол. наук. – К., 1954. – 269 с.

8. Коць Т. А. Літературна норма у функціонально-стильовій і структурній парадигмі / Т. А. Коць. – К. : Логос, 2010. – 303 с.
9. Лопатин В.В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования / В. В. Лопатин. – М. : Наука, 1973. – 152 с.
10. Навальна М. І. Динаміка лексики української періодики початку XXI ст. : [монографія] / М. І. Навальна. – К., Інститут української мови; Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. – 328 с.
11. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови. – К., 1992. – 265 с.
12. Стишов О.А. Особливості розвитку лексичного складу української мови кінця XX ст. / О.А. Стишов // Мовознавство. – 1999. – № 1. – С. 7 – 21.
13. Сучасна українська літературна мова / За заг. ред. І. К. Білодіда. – К. : Наукова думка, 1969. – Кн. 5 : Стилїстика / І. К. Білодід, Д. Х. Баранник, В. С. Ващенко [та ін.] ; відп. ред. Г. П. Їжакевич. – 1973. – 588 с. – С. 583–584.
14. Українська мова : Енциклопедія / Редкол.: Русанівський В.М., Тараненко О.О., Зяблюк М.П. та ін. – К. : Українська енциклопедія, 2000. – 752 с.