

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА**

Кафедра української мови

**ГРАФОДЕРИВАЦІЯ ЯК СПОСІБ ТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ
ЛЕКСИКИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ**

**Кваліфікаційна робота
студентки 2 курсу
другого (магістерського)
рівня вищої освіти
спеціальності 035 «Філологія»
спеціалізації 035.01
«українська мова і література
та українська мова як іноземна»
Кресніної Юлії Михайлівни**

**Науковий керівник:
Дюкар Катерина Валеріївна,
кандидат філологічних наук,
доцент**

Харків – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ.....	8
1.1. Інноваційна лексика як об'єкт лінгвістичного вивчення.....	8
1.2. Причини появи інноваційних одиниць.....	11
1.3. Типологія неолексем.....	14
1.3.1. Погляди вчених на класифікацію нових лексичних одиниць.....	14
1.3.2. Розмежування термінів «неологізм» та «оказіоналізм».....	17
1.4. Поняття узуального й неузуального словотворення	21
РОЗДІЛ II. ФОРМАЛЬНО-ЗМІСТОВІ ОСОБЛИВОСТІ ГРАФІЧНИХ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ.....	29
2.1. Графодеривація як вияв новітніх тенденцій словотворення.....	29
2.2. Капіталізація як окремий спосіб творення інновацій.....	37
2.3. Графічні виділення одного компонента в структурі іншого.....	45
ВИСНОВКИ.....	60
ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА.....	63

ВСТУП

XXI століття характеризується динамічним оновленням лексичного складу сучасної української мови. Цей розвиток пов'язаний як із позалінгвальними чинниками, найголовнішим із яких є світовий науковий прогрес, так і з внутрішньолінгвальними причинами, зокрема прагненням до урізноманітнення та економії мовних зусиль. З огляду на це актуальним у мовознавстві залишається проблема всебічного вивчення інновацій, зокрема реалізації основоцентричного й формантоцентричного підходів до їхнього творення, способів і засобів деривації, з'ясування специфіки структури й семантики неолексем, особливостей їхнього функціонування в мові й мовленні, узуальності / неuzuальності, нормативності / ненормативності, системності / асистемності тощо.

Саме неологія як нова мовознавча дисципліна займається вивченням проблем, що стосуються різноманітних теоретичних і практичних завдань виникнення та функціонування інновацій. Учені називають різні тенденції динамічного розвитку лексики сучасної української мови, найголовніші з них такі:

- використання власне українських способів і засобів для продукування нових одиниць (тенденція до націоналізації мови);
- «розкріпачення» мови (фіксуємо велику кількість інновацій, утворених на основі «мовної гри»);
- тенденція до економії мовних зусиль.

На сьогодні фіксуємо велику кількість наукових розвідок, присвячених вивченню структури й семантики нових одиниць, з'ясуванню способів і засобів їхнього творення, функціонуванню неологем (роботи Ж. Колоїз, К. Городенської, А. Нелюби, Є. Карпіловської, В. Ізотова, Д. Гугунави, Д. Мазурик, О. Земської, О. Сербенської, Н. Ніколіної, З. Сікорської, П. Соболевої, І. Улуханова, С. Тогоєвої та ін. Результатом багаторічної праці науковців стали словники новотворів: А. Нелюба «Лексико-словотвірні інновації», Ж. Колоїз «Тлумачно-словотвірний словник okazіоналізмів»,

Д. Мазурик «Нове в українській лексиці». Названі лексикографічні джерела не лише фіксують неологічну лексику останніх десятиліть, а й подають словотвірні значення лексем, установлюють напрямки мотивації цих одиниць, наводять відповідні контексти, у яких ці інновації функціонують (засоби масової інформації, художні твори, мова реклами).

Останнім часом усе частіше мовознавці, аналізуючи структурно-семантичні особливості інновацій, констатують, що значна їхня частина спродукована на основі нетрадиційних способів деривації, тобто із залученням неuzuального словотворення. З огляду на це дериватологи пропонують переглянути класифікацію традиційних способів та засобів продукування нової лексики. Дискусійні моменти стосуються й різних підходів учених до аналізу й тлумачення інновацій, кваліфікації таких похідних одиниць, установлення способів і засобів їхнього творення.

На основі належності / неналежності до системи кваліфікує неuzuальні способи словотворення Ж. Колоїз [31]. Стимулювати появу окаяоналізмів можуть різні, на думку вчених, явища: «мовна гра» (Т. Космеда) спричиняє свободу форм вираження, неабияке значення має «мовна розкутість» (Ю. Бічай), «вільне поводження з мовними ресурсами», «мовна релаксація» (І. Авер'янова). Усі ці процеси, притаманні сучасному мовленню, розхитують усталену мовну систему.

Незважаючи на значну кількість наукових розвідок, у яких вивчаються неuzuальні способи словотворення (див. праці А. Нелюби, Ю. Жабаєвої, Р. Номітокової, Ж. Колоїз, О. Земської, І. Улуханова, О. Кузнєцової, Т. Попової, В. Ізотова, Д. Гугунави, О. Стишова, О. Журавльова, І. Пекарської, Н. Циганової та ін.), багато питань залишається дискусійними, насамперед це стосується кваліфікації нетрадиційних способів і засобів продукування інноваційної лексики. Учені одностайні в тому, що неuzuальна деривація – це периферійний різновид способів словотворення, демонструє можливості мовної системи, реалізує себе в мовленні і, як зазначає Є. Карпіловська, є «потужним ресурсом поповнення українського лексикону,

важливим знаряддям розвитку його експресивно-оцінного, образного потенціалу» [25:115].

Велика кількість інновацій, утворених за допомогою неuzuальних способів, а також висока частота їхнього вживання продукують значний інтерес учених до цього явища. Навряд чи можна подати повний перелік таких способів творення, оскільки okazіоналізми – явище індивідуальне» [22:191], а фантазія людини є невичерпною. Неuzuальне словотворення є «потужним засобом поповнення шару експресивно-оцінної лексики української мови», зокрема продукування стилістичних інновацій з яскравою експресією [9:5]. Неuzuальними способами словотворення найчастіше називають: вивільнення афіксів із структури слова, каламбур і паронімічні «ігри» зі словом, креацію, контамінацію, субституцію, графіксацію, ідеографічний спосіб, черезкрокове продукування та ін. Ж. Колоїз, яка проаналізувала й систематизувала неuzuальні способи творення okazіоналізмів, переважно називає: емансипацію афікса, субституцію, контамінацію, гендіадис, голофразис [31].

Одним із неuzuальних способів деривації є творення слів за допомогою графічного виділення окремих елементів (графодеривація). А самі одиниці, що постали внаслідок такого способу, у науковій літературі називають найчастіше графодериватами, або графіксатами, оскільки словотвірним оператором є різноманітні графічні засоби. Графодеривати репрезентують у сучасних текстах засобів масової інформації полікодовість, або креолізованість, коли під час творення okazіоналізмів поєднуються вербальні й невербальні засоби, що належать до інших знакових систем порівняно з природною мовою [49:42]. Це своєрідна «мовна гра» на графічному рівні, «свідомий мовний експеримент ... на основі неканонічного використання мовних засобів» [15:37], один із багатьох елементів маніпулятивного впливу на реципієнта. Продукуванням нового слова через зміну його узувального написання й значення вважає графодеривацію А. Таран [59]. У більшості випадків такі одиниці мають надзвичайно великі семантико-стилістичні

можливості, є емоційно маркованими, що досягається грою зі словом та використанням найрізноманітніших графічних елементів. Лише окремі з них виконують функцію називання. Вивченням графодеривації, яка є виявом новітніх тенденцій словотворення, займалися: А. Нелюба, Ж. Колоїз, І.Назаренко, О. Селіванова, Д. Мазурик, С. Мельник, В. Бойко, Л. Чернюх, Н.Кондратенко, В. Ципа, Т. Попова, А. Таран, О. Карловас, І.Мірошніченко, В. Бойко, Н. Собченко, Н. Циганова, О. Шашкова, О.Грищева та ін.

Отже, потреба систематизувати неuzuальні способи деривації, виробити єдині підходи до їхньої кваліфікації становить **актуальність** нашого дослідження. Визначення особливостей структури й семантики одиниць, утворених за допомогою графічного виділення окремих елементів, дасть змогу доповнити корпус цих лексем сучасної української мови, визначити також їхні функційні особливості, уточнити деякі теоретичні питання, що стосуються сутності графодериватів як одного з неuzuальних способів словотворення.

Мета роботи – з'ясувати структурно-семантичні та функційні особливості інноваційних графодериватів.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- проаналізувати наявні теоретичні надбання в галузі вивчення неuzuальних способів словотворення;

- установити особливості капіталізації;
- виявити й описати найпродуктивніші різновиди графогібридизації;
- схарактеризувати маркери okazіональності поліграфіксатів;
- визначити специфіку функціонування графодериватів.

Об'єкт дослідження похідні одиниці, утворені на основі графіксації.

Предметом дослідження є особливості структури й семантики вказаних одиниць.

Під час аналізу мовного матеріалу застосовували такі **методи** дослідження: описовий; структурно-семантичний; контекстуальний.

Джерельна база дослідження: словники інноваційної лексики («Словотворчість незалежної України. 1991–2011», «Лексико-словотвірні інновації. 2012–2013» за ред. А. Нелюби, «Лексико-словотвірні інновації. 2015–2016» за ред. А. Нелюби, «Нове в українській лексиці» за ред. Д.Мазурик, «Словник новотворів української мови початку ХХІ століття» за ред. Г. Віняр, «Тлумачно-словотвірний словник okazіоналізмів» за ред. Ж. Колоїз), а також мова засобів масової комунікації.

Установлена структура й семантика понад 500 інновацій.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній здійснено комплексний аналіз графічного способу деривації, який є на сьогодні продуктивним незузальним способом продукування інноваційної лексики, визначено його особливості, встановлено структурні різновиди графодериватів.

Теоретичне значення роботи – висновкові положення дослідження сприятимуть виявленню тенденцій розвитку словотвірної системи української мови на сучасному етапі, систематизації напрямків у вивченні неологічних явищ, допоможуть правильно кваліфікувати й визначати нетрадиційні способи деривації неологізмів, встановлювати їхню специфіку.

Практичне значення роботи вбачаємо в тому, що її результати можуть бути використані під час викладання курсу сучасної української літературної мови, наукових семінарів і спецкурсів, тематика яких пов'язана з вивченням інноваційних процесів у сучасній українській мові.

Структура роботи: вступ, два розділи, висновки до кожного розділу, загальні висновки, список використаної літератури та джерельної бази.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

1.1. Інноваційна лексика як об'єкт лінгвістичного вивчення

Значна активізація дериваційних процесів сприяє породженню різноманітних інновацій, що відображають потреби соціуму, які залежать від постійного розвитку суспільства, нових історичних умов та соціальних відносин. Головною рушійною силою неологізації на всіх етапах розвитку мови є виникнення нових номінацій у відповідь на соціальний запит суспільства.

Цілком закономірним є звернення багатьох дослідників до вивчення інноваційних процесів, установлення причин появи великої кількості неологізмів, виявлення особливостей функціонування різних лексико-граматичних розрядів слів.

Грунтовне вивчення теоретичних аспектів неології починається лише в кінці 60-х – на початку 70-х років двадцятого сторіччя. До цього часу інновації не були предметом монографічного дослідження. Стрімкий розвиток науки про словотвір пов'язаний із зверненням науковців із середини 80-х років до питань прикладного характеру: творення й функціонування нових одиниць у мові й мовленні.

Різні аспекти теоретичної та практичної неології (чинники появи нових слів, їхні структурно-семантичні особливості, типологія нових мовних одиниць тощо) стали предметом дослідження таких учених, як Л. Ставицька, А. Березовенко, А.Нелюба, Г. Гончаренко, А. Брагіна, А. Ликов, Г. Віняр, С. Лук'яненко, В. Калашник, В. Лопатін, Н. Стратулат, С. Шестакова, В. Хохлачова, Г. Вокальчук, Д. Мазурик, Е. Ханпіра, Ж. Колоїз, І. Агаронян, В. Герман, І. Аржанов, А. Горнорельд, А. Єфимова, І. Дегтяр, Є. Новікова, І. Загрузна, Л. Павленко, О.Жижома, Л. Пашко, М. Калніязов, Л. Семененко, Б.

Томашевський, Л. Джоглідзе, Н.Бабенко, Н. Гаврилюк, Н. Котелова, Н. Сологуб, О. Габінська, О. Земська, О. Стишов, Р. Зуєва, Р. Намітокова, М. Богданов, М. Кодак, С. Абакумов, Т.Анісімова, Т. Юрченко та багатьох інших учених.

Останнім часом акцентується увага на проблемах індивідуально-авторського словотворення. Різні аспекти мовної динаміки, пов'язаної з продукуванням індивідуально-авторської інноваційної лексики, висвітлено в працях Г. Вокальчук, К.Дюкар, Л. Мартинової, І. Самойлової, Л. Філюк, Д. Мазурик та ін.

У поле зору вітчизняних мовознавців, зокрема О. Приймака, І.Нестеренка, А. Нелюби, Г. Хмари, О. Шаповала, О. Вовк, а також зарубіжних учених А. Журавльова, Л. Капанадзе, О. Кубрякової, Н. Мігіріної, В. Нікітевича, Б. Серебряннікової, А. Уфімцевої, Д. Шмельової та ін. потрапили проблеми номінації інноваційної лексики.

Система нових слів, як і будь-яка інша система, характеризується ієрархічністю, диференційованістю, тому, як відзначають учені, її доцільно описувати всебічно із використанням різних підходів. Існують різні напрямки у вивченні неологічних явищ: денотативний, номінативний, соціолінгвістичний, функційний, психологічний, історичний, нормативний, філософський та ін.

Основним, безперечно, є словотвірний аспект (Г. Віняр, Н. Стратулат, О. Стишов, Г. Вокальчук, А. Нелюба, А. Погребняк, Ж. Колоїз, Р. Намітокова, С. Лук'яненко), мета якого – з'ясувати потенційні можливості дериваційної системи, зокрема встановлення твірної основи як типологізувального чинника у деривації, виділення на основі семантико-словотвірних стосунків структурних і семантичних особливостей інноваційних одиниць. Лише застосування основоцентричного й формантоцентричного аспектів до вивчення інноваційної лексики дасть змогу всебічно описати нові одиниці на різних мовних рівнях (дериваційному, синтаксичному, лексико-семантичному), спрогнозувати

процес узуалізації окремих неонеменів. Словотвірний підхід дає можливість також побачити моделі продукування нових слів, з'ясувати найпродуктивніші з них.

Застосовуючи денотативний аспект, учні (О. Ахманова, В. Козирев, В.Черняк) аналізують лише одиниці, які називають нові реалії, тобто виконують номінативну функцію. Зважаючи на такий підхід, нові слова, що використовуються для позначення відомих понять, залишаються поза увагою дослідників.

Семантичний аспект (Д. Мазурик, Т. Бевз, М. Кочерган, О. Тараненко, В. Жайворонок, І. Самойлова, О.Ляхова, Л. Лисиченко, В. Манакіна, Н. Тропініна) дає змогу виявити основні закономірності в утворенні семантичних дериватів, установити відмінності між типами семантичної деривації.

Фактор часу як системоутворювальний чинник є основним для історичного аспекту. Жоден науковець не зможе з упевненістю сказати, у який момент неологізм утратить свою новизну, оскільки кожна нова одиниця проходить певний часовий відрізок, який залежить від багатьох чинників. А індивідуально-авторські новотвори можуть узагалі не втрачати своєї новизни.

Функційний аспект розробляють у своїх працях В.Заботкіна, М.Клушина, А. Левицький, О. Миголинець, А. Худолія та ін. Насамперед він стосується вивчення особливостей уживання інновацій з метою стилістичної характеристики неонеменів, з'ясування прагматичних обмежень. Експресивна функція мовного механізму спричиняє появу великої кількості окаяніалізмів, покликаних оригінальною структурою і семантикою впливати на читача, виконуючи імпресивну функцію.

Лексикографічне опрацювання нових одиниць насамперед пов'язане з поняттям норми. Тому нормативний аспект – це один із важливих напрямів дослідження неологізмів (Г. Тимофєєва, М. Картоєв, Г. Акімова, Ж. Колоїз, Л. Скворцов). Він стосується як лексичної, так й інших норм, зокрема

орфоепічної, граматичної, словотвірної. Лексикографічний аспект вивчення неологічної лексики допомагає виробити принципи її опису. Лексикографуванням нових слів в українському мовознавстві займаються А.Нелюба, Ж. Колоїз, Г. Віняр, Є. Карпіловська, Д. Мазурик та ін.

Вагомим унеском у розвиток дериватології як науки є словники «Лексико-словотвірних інновацій» [41]. Укладачі словників під керівництвом А. Нелюби описали велику кількість інновацій української мови із найрізноманітніших за стилем і жанром джерел – періодичних видань за досить великий часовий проміжок. Новотвори української мови кінця ХХ століття дібрані й проаналізовані Г. Віняр [11].

У монографії «Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі засобів масової інформації)» [57] О. Стишов класифікував і проаналізував лексико-тематичні групи інновацій, пояснив способи творення значної кількості похідних лексичних одиниць, для ілюстрації теоретичних положень навів переконливі приклади. Особливе значення має укладений ученим словник лексико-словотвірних інновацій, який започаткував лексикографічний напрям вивчення нових слів, оскільки зміни будь-якого часового проміжку мають фіксуватися для подальшого вивчення. Тому лексикографічне опрацювання мовних інновацій на сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки важливим є важливим аспектом дослідження неологів, що дасть можливість виявити тенденції розвитку дериватологічної системи української мови.

Соціолінгвістичний аспект дослідження нових слів (Т. Крючкова, Ю.Зацний, А. Майорова, І. Протченко, Р. Трифонов, Є. Розен) пов'язаний із вивченням розвитку лексичного складу української мови під впливом соціально-економічних і політичних перетворень, зокрема співвіднесенні соціальних детермінантів із фактами мови, які зумовили їхню появу.

Неологічні процеси, способи й засоби творення інновацій вивчаються і на матеріалі інших мов. Відомі роботи німецьких учених Г. Шмідта, Д.Герберга, болгарських – Ц. Аврамової, Т. Стоєвої, Є. Тодорової,

присвячені дослідженню нових мовних одиниць, їхній типологізації та функціонуванню. Інновації, дібрані на матеріалі англійської, французької, чеської мов стали предметом вивчення Л. Даниленка, Л. Омельченко, О.Ребрій, Ю. Жлуктенко, І. Андрусак, О. Харченка, А. Капуш, Н. Коваль, О.Ткаченко та ін.

Аналіз наукової літератури свідчить також про значний інтерес учених і до проблем, пов'язаних із функціонуванням інноваційної лексики в різних стилях сучасної української мови. Можемо назвати роботи А. Нелюби, Л.Козловської, Т. Коць, О. Стишова, В. Абашиної, Л. Павленко, С. Лук'яненка, З. Сікорської, О. Шаповал, І. Холявко, К. Савич, у яких висвітлюються лексико-семантичні зміни в мові засобів масової комунікації, яка не лише фіксує неологічні одиниці, що активно функціонують у сучасній українській мові, а й є твірною базою для продукування новотворів, зокрема індивідуально-авторських, або okazіональних.

Велика кількість монографічних, дисертаційних та інших праць загальнотеоретичного і прикладного характеру свідчить про активне вивчення мовознавцями інноваційної лексики в науковій літературі, спричинене неологічним «бумом» в сучасній українській мові кінця ХХ – початку ХХІ.

1.2. Причини появи інноваційних одиниць

Різноманітні події, що стосуються різних сфер життєдіяльності людини, нові соціальні відносини, що сформувалися на початку ХХІ століття в Україні внаслідок нових історичних умов, посутньо вплинули на розвиток лексичної системи, пов'язаний із появою великої кількості інноваційних слів та значень. На думку Н. Стратулат, «соціальна зумовленість лінгвальних змін пов'язана з основною функцією мови в суспільстві – комунікативною, оскільки мова завжди прагне реалізувати свої можливості й забезпечити потреби суспільства в спілкуванні, саме це й зумовлює пошук найбільш

раціональних засобів номінації» [58:207]. У кожний історичний період виникає нова лексика, яка містить досить широку інформацію про життя суспільства, зокрема економічне, політичне, культурне. Як зауважує Д. Мазурик, мова тоді буде активно реагувати на творення нових слів, що забезпечують і вимоги суспільства, і вимоги мови, що розвивається [35:9], яка відображає переломну для певного суспільства епоху й важливі події. Потрібним аспектом вивчення інноваційної лексики є встановлення причин її виникнення. Учені одностайні у виокремленні внутрішньомовних та позамовних чинників формування нових лексичних одиниць.

Як слушно наголошує З. Кашуба, досліджуючи причини появи інноваційної лексики на матеріалі української мови, «проблема лінгвального освоєння дійсності, закономірне прагнення до поглиблення інформативності та місткості висловлювання, зближення культури народів світу є каталізаторами постійних змін у мові» [26:3].

Досліджуючи позамовні (екстралінгвальні) чинники, що впливають на виникнення лексичних інновацій, учені насамперед говорять про статус української мови на певних історичних етапах її розвитку, її культурні й мовні контакти, доводять вплив соціальних змін на лінгвосистему. Українська мова, яка на сьогодні є державною, обслуговує, як зазначає Д. Баранник, усі сфери життєдіяльності її носія – українського народу: в економіці, політиці, культурі, художній творчості тощо [4:10]. Немаловажне значення для розвитку мови має вплив на неї інших лінгвальних систем. Із набуттям незалежності українська мова бере безпосередню участь у взаємних контактах із іноземними лінгвістичними системами.

Важливе значення для вивчення причин появи інновацій має робота О. Стишова [57], присвячена дослідженню явищ глобалізації в словотвірній системі української та інших мов кінця ХХ – початку ХХІ століть, у якій науковець докладно, як нам видається, пропонує перелік чинників екстра- та інтралінгвального спрямування. Серед позамовних причин з'яви неологів дослідник називає такі:

- демократизація, яка охоплює всі галузі суспільно-політичного життя українського народу;
- науково-технічний прогрес і пов'язана з цим інтелектуалізація соціуму;
- зростання впливу мережі Інтернет на носіїв мови будь-якого віку, активізація й розширення такого впливу;
- посилення прагматичного інтересу до вивчення іноземних мов, а також зростання важливості перекладацької практики, особливо з англійської й польської;
- закордонні поїздки різних рівнів;
- зміна естетичних смаків доби, з огляду на це мода на слова й структурні елементи, які відповідають цим смакам.

Як тільки в суспільстві відбуваються соціально-економічні зрушення, мова активно реагує на різноманітні змінення, про що свідчить утворення впродовж певного періоду значної кількості інновацій. Одним із найбільш присутніх суспільно-політичних етапів новітньої історії стали передвиборні змагання двох претендентів під час Помаранчевої революції кінця 2004 – початку 2005 років. О. Тищенко називає опозицію двох світоглядів головних претендентів на посаду Президента України найпотужнішим екстралінгвальним чинником мовних процесів того періоду [60: 77].

Найпоширенішими інтралінгвальними чинниками з'яви інноваційної лексики є такі:

1. Породжувальна функція мовної системи. Інновації, що виникають у мові й мовленні, продукуються за певними дериваційними моделями, поповнюючи наявні в мові словотвірні гнізда, які ніколи не побутують у повному складі. До своєї появи такі інновації існували ніби потенційно, а відповідні реалії та явища позначалися описово.

2. Потужним внутрішньомовним фактором, що стимулює виникнення нових одиниць і структурних елементів, є також «закон мовної економії», або «закон економії мовних зусиль». Покладаючись на нього, носії мови

добирають найраціональніші засоби, що відповідають досягненню комунікативної мети. Ідеться, наприклад, про композицію та юстапозицію, про творенням різних типів складноскорочених слів, контамінітів, універбів.

3. Якщо ж виникають нові одиниці, які не позначають нового поняття, а називають уже наявні предмети та явища, то поява неологізмів зумовена прагненням до узагальнення, потребою дати загальну родову назву однотипним явищам і предметам.

4. Подекуди виникають нові слова, переважно складні, що уточнюють відомі раніше загальні поняття. Ідеться про тенденцію до диференціації: «родова назва → видова». Цим пояснюємо необхідність надавати окрему назву кожному виду того чи іншого роду, установлюючи логічні родо-видові стосунки.

5. Потреба в нових емоційно-експресивних позначеннях відомих явищ викликана прагнення мовців порушити мовний автоматизм (один знак – одне значення), що також є важливою причиною появи нових слів. Спостерігаємо таке явище, як розширення значення лексем, формування переносних значень, «переносно-розширене використання яких, як указують С. Волков та Є. Сенько, забезпечує свіжість та виразність мовленнєвого спілкування» [12:40].

Отже, можемо констатувати, що існує постійна взаємозалежність між розширенням функційних можливостей мови, з одного боку, і оновлювальними процесами в самій мові, з другого (до речі, ці процеси є постійними). Це спричиняє змінення системи засобів вираження значень слів, компресію висловлювань, виникнення нових синтагматичних зв'язків між словами. Такі процеси обов'язково впливають на активне поповнення української мови неологізмами, новими значеннями, на активізацію вживання застарілих слів, зняття заборони із функціонування окремих лексем, набуття певною частиною спеціальної термінології розряду загальноновживаної, на активізацію окремих способів і засобів деривації із залученням як узуальних, так і неuzuальних способів словотворення.

1.3. Типологія інноваційних одиниць

1.3.1. Погляди вчених на класифікацію інноваційних одиниць

У науковій літературі існують різні погляди мовознавців на типологію неологізмів. Це зумовлено насамперед тим, де функціонують такі одиниці – на мовному чи мовленнєвому рівні. Спільним для більшості мовознавців є положення про те, що будь-яку нову мовну одиницю прийнято називати неологізмом. Тому й виникає потреба кваліфікувати неологізми у вузькому й широкому розумінні. Вузьке розуміння поняття «неологізм» дає змогу зараховувати до цієї групи лексики «слова, які стали узуальними зовсім недавно і протягом певного часу зберігають відтінок свіжості, новизни» [57:10]. У широкому – «неологізмом можна вважати все те нове, що характеризує зміни і розвиток мови» [30:81].

У мовознавстві уживають також термін «інновація» на позначення нового. Як засвідчує аналіз наукової літератури, здебільшого його вважають синонімічним до терміна «оказіоналізм» [58]. Зокрема П. Мариненко, досліджуючи вживання лексики сучасної української мови, доводить, що терміни «неологізм» й «інновація» «для позначення будь-яких лексико-семантичних новоутворень, узуальних чи оказіональних..., у широкому плані» є тотожними [36:6].

З огляду на традиційний підхід неологізми – це нові слова або запозичення, які виникли на позначення нових понять, що з'являються у суспільно-економічному житті людей; «новим словом або висловом, що постають у мові» [57]. Аналіз указаних термінів дає змогу зробити висновок, що поняття «інновація» є ширшим, а поняття «неологізм» – вузьким, тому виникає потреба поділяти інноваційні одиниці на неологізми, оказіоналізми та потенційні слова. Ця позиція отримує підтримку низки українських учених, які досліджують інноваційні явища в мові. Так, зокрема, Д. Мазурик вивчаючи типологію нових мовних одиниць, указує, що інноваційні лексеми

бути власне-неологізмами та okazіоналізмами. Власне-неологізми, як зазначає вчена, – «це слова, що утворюються в мові разом із виникненням в об'єктивному світі нового поняття (нової реалії) і які реалізують номінативну функцію слова», а okazіоналізми – «це новотвори разового характеру, що реалізують експресивно-образну функцію нового слова» [30:31].

Використовуючи аналогічний підхід, Н. Поліщук у межах нової лексики виділяє неологізми (власне неологізми, семантичні, новоутворення та текстові інновації) та okazіоналізми. Як бачимо, учена до традиційно виділюваних різновидів інноваційних одиниць, додає ще й текстові інновації, які, на її думку, називають різноманітні політичні, економічні, військові тощо поняття і не отримують статусу потенційно кодифікованих лексем. Крім названих, це можуть також бути перифрази та частовживані найменування. Окремі слова можуть у семантичній структурі поєднувати нове значення зі старим. Такі одиниці мовознавиця, називає «трансформаціями» [46:147].

Дещо по-іншому кваліфікує неологізми О. Турчак, яка цим терміном називає «індивідуально-авторські неолексеми». Ідеться про такі слова, які митець власноручно утворює не для того, щоб увести до загального вжитку, а відтак й унормованого словника, а для того, щоб читач відчував у процесі сприйняття художнього твору «народження нового слова» [62:67]. Неологізм, зазначає науковець, є завжди витвором певного майстра слова, він характеризується неповторністю. Із цього положення стає зрозумілим, поняття «неологізм» та «індивідуально-авторський новотвір» для мовознавиці є тотожними. А що стосується одиниць, авторську належність яких важко або неможливо установити, то дослідниця не коментує, що, вважаємо, одним із присутніх недоліків концепції автора.

«Новизна лексичної одиниці в суспільній свідомості в межах певного часового проміжку», на думку багатьох учених (І. Андрусак, К. Брітікової, Д. Ганич, Д. Мазурик, О. Мешкова, Р. Намітокової, І. Олійник), є основною ознакою неологізмів.

Слово сприймається як нове, указує Т. Анісімова, до тих пір, допоки цю новизну усвідомлюють носії мови [2:5], хоча, як ми знаємо, часто буває неологізмом незалежно від того історичного періоду, коли воно виникло, чи контексту, де його вперше було зафіксовано.

Схожими до вище наведених є міркування й К. Брітікової, яка наполягає на необхідності кваліфікувати новацію як категорію історичну, відстоюючи позицію, що «нове слово може бути неологізмом лише до того часу, поки воно не стало загальноживаним» [9:5]. На нашу думку, мовознавиця певною мірою схильна дещо перебільшувати значення параметрів частотності й уживаності з метою надання слову чи словам статусу неологізмів. Хоча одночасно можна говорити й про правомірність наведених вище міркувань, оскільки часовий зріз, безперечно, має неабияке значення для процесу творення й функціонування новацій.

Вивчаючи інновації, науковці не обходять увагою питання про характер виникнення неологізмів та про різний спосіб їхньої фіксації мовною системою. З огляду на це положення виділяють неологізми-новотвори та неологізми-входження. До неологізмів – новотворів Д. Мазурик зараховує *лексичні неологізми*, які позначають відповідні поняття дійсності і виникають із залученням власне української лексики та власних чи іншомовних афіксів, а також *семантичні неологізми*, або *неологізми-значення*, що сформувалися внаслідок внутрішньослівних семантичних процесів і характеризуються різними типами переносів найменувань [35:10]. Як “відносні” неологізми класифікує неологізми – входження Д. Мазурик, поділяючи їх на *внутрішні* (слова, які знову актуалізувалися сьогодні, а колись існували в мові, але з часом вийшли з активного вжитку) та *зовнішні* (запозичення з інших мов).

На думку французького лінгвіста Л. Гільбера, класифікувати неологізми потрібно, зважаючи на спосіб їхнього виникнення (монографія “La créativité lexicale” (цитуюмо за Ж. Колоїз [30])). З огляду на його позицію варто виділяти чотири групи нових одиниць: 1) фонологічні; 2) семантичні; 3) запозичені; 4) синтагматичні. Натомість Ж. Колоїз зазначає, що

«неологізми доцільно було б диференціювати на лексичні, семантичні, фразеологічні, граматичні тощо» [31:81].

Чеський мовознавець П. Гаусер розрізняє словотвірні, семантичні, фразеологічні неологізми та нові словосполуки. До однієї групи він зараховує неологізми й нові словосполуки, а семантичними й словотвірними неологізмами вважає okazіonalіzmi та потенційні слова.

На основі аналізу наукових доробків учених, що стосуються вивченню типології інноваційних одиниць, можемо зробити висновок, що розмежування термінів “неологізм” та “оказіоналізм” є актуальним і важливим під час аналізу всіх типів інновацій, а також з’ясування їхніх структурних, семантичних та функційних особливостей. Саме цьому питанню присвячено наступний параграф нашої розвідки.

1.3.2. Розмежування термінів “неологізм” та “оказіоналізм”

Щодо розмежування термінів «неологізм» та «оказіоналізм», то в науковій літературі існують різні погляди. Дехто з учених наполягає на тому, що не варто виокремлювати okazіonalіzmi, оскільки вони є складниками неологізмів, інші група вчених вважає okazіonalіzmi самостійною мовною одиницею, яка вільно може існувати в мовленні.

Справді, okazіonalіzmi (і цим вони насамперед відрізняються від власне неологізмів) не часто можуть набувати статусу загальноживаної лексики, тому вони лише в поодиноких випадках фіксуються в лексикографічних джерелах. Ще одну відмінність okazіonalіzmi від інших типів нових одиниць називає О. Стишов: вони (оказіоналізми) є спеціально створеними авторською уявою в якомусь конкретному контексті [57]. Автори мають дбати про те, щоб ці лексеми були максимально зрозумілими для мовців, органічно поєднували загальномовні та індивідуальні ознаки, незважаючи на свою оригінальну структуру і зміст.

Прибічниками позиції щодо розмежування неологізмів та okazіоналізмів є також О. Земська й А. Михальов. На думку вчених, незалежно від реального часу створення, okazіоналізми відрізняються від неологізмів тим, що довго зберігають свою новизну, оригінальність і свіжість для будь-якого носія мови. Цим і пояснюємо той факт, що okazіональні лексеми не так часто стають узуальними, як, наприклад, інші новації, зокрема й неологізми. У працях О. Волох, Т. Анісімової, М. Бакіна, О. Габінської, навпаки, відстоюється думка про те, що немає переконливих підстав розмежовувати неологізми й okazіоналізми.

Словами-саморобками називає okazіоналізми Н. Фельдман. На думку вченого, неологізми завжди входять до словникового складу, із часом стають загальноновживаними, натомість okazіоналізми не виходять за межі відповідних контекстів, не набувають поширення, і тому їхня новизна зберігається майже завжди [66:67]. Викладене вище робить нас прибічниками позиції про потребу й важливість поділяти інновації на два типи нових слів: неологізми, що переважно є загальноновживаними, й okazіоналізми, які здебільшого є неuzuальними одиницями.

“Індивідуалізмами” називає okazіоналізми І. Улуханов, аргументуючи свою позицію щодо виділення цих одиниць в окрему групу, пояснюючи, це належністю okazіональних утворень конкретному авторові [64]. На перший погляд, таке потрактування okazіоналізмів свідчить про певну односторонність, але разом із тим указує на такі критерії, як частотність, сфера поширення й коло функціонування (загальне чи індивідуальне вживання), які є надзвичайно важливими у визначенні критеріїв для класифікації нових слів.

Розмежовуючи okazіоналізми й неологізми, Н. Бабенко обґрунтовує свою позицію таким положенням: «Okazіоналізми створюються майстрами слова в певному контексті й не претендують на широке поширення та закріплення в узусі, натомість неологізми продукуються для того, щоб дати найменування новому предмету чи явищу позамовної дійсності й розраховані на подальше закріплення в лексичній системі мови» [3:24–35]. Основним

розрізнявальним чинником між указаними новаціями, як бачимо, є позиція про те, одиницями якого рівня вони є – мовленнєвого чи мовного.

Аналіз наукової літератури, який стосується типології нових слів, їхньої специфіки, критеріїв виділення інновацій, особливостей функціонування дає змогу зараховувати okazіonalіzmi здебільшого до неузуальних новотворів, потрактовуючи їх як «найменування, слова, які виникають спонтанно в процесі творення тексту, переважно для одного конкретного використання, зумовленого контекстом» [6:5].

На думку А. Нелюби, диференційними ознаками okazіonalіzmiв як узуально незакріплених одиниць «є належність до сфери мовлення, ненормативність, функційна одноразовість, експресивність, індивідуальна належність тощо» [44:97]. Незважаючи на те, що науковці виділяють різні критерії, щоб ідентифікувати okazіonalіzmi, ознака належності до мовленнєвого рівня є однією з найважливіших ознак для виокремлення цього типу новотворів. Дериваційний аспект також є одним із необхідних і важливих у визначенні okazіonalіzmiв. В Енциклопедичному словнику чеської мови (автором словникової статті є О. Мартінцова) відзначено, що okazіonalіzmiами є слова, спродуковані за непродуктивними словотвірними моделями (ідеться про вузьке розуміння) [37:156]. Саме на цій ознаці наголошується і у визначенні терміна “okazіonalіzmi”, який походить із латинської мови, у перекладі означає як “випадковий”, тому що *occasion* – з лат. випадок.

За «Словником іншомовних слів», «okazіonalіzmi» – це «слова й мовні звороти, що не відповідають загальноприйнятому вживанню та відображають індивідуальний смак мовця й індивідуальну словотворчість» [53]. Енциклопедія «Українська мова» пропонує таке визначення аналізованих одиниць: «Незвичайне, здебільшого експресивно забарвлене слово, утворене з порушенням законів словотворення чи мовної норми й існує лише в певному контексті, у якому воно виникло» [63]. «Okazіonalіzmi, наголошує П. Мариненко, увиразнюють індивідуально-авторське мовлення, надають

йому експресивності, емотивної забарвленості, нерідко створюються за нетрадиційними словотвірними зразками і з порушенням мовних норм...» [36]. Цим визначенням автор акцентує на функційних особливостях okazіоналізмів.

Ж. Колоїз пропонує керуватися нетрадиційними підходами у з'ясуванні сутності okazіоналізмів. Свою позицію дослідниця пояснює тим, що існування на сьогодні великої кількості okazіональних явищ спричиняє труднощі у кваліфікації цього мовного феномену, тому потрібно залучати до аналізу інші методи [30]. До okazіональних інновацій вчена відносить лексеми, семеми, грамеми, фраземи і синтаксичні номеми.

На означення терміна «okazіоналізм», або «авторський неологізм» учені пропонують велику кількість інших, не менш відомих, серед яких: індивідуальні новотвори, індивідуально-авторські неологізми, індивідуальні слова, стилістичні, неологізми контексту, літературні неологізми, слова-саморобки, індивідуально-стилістичні неологізми, неологізми поета, поетичні неологізми, одноразові неологізми, слова-експромти, слова-метеори. З одного боку, це свідчить про дискусійність окресленого питання, а з другого – про різні підходи науковців до дефініції таких мовних одиниць.

А. Березовенко обстоює думку про те, що «для лінгвістичного аналізу інноваційних процесів майбутнє кожного конкретного слова не має присутнього значення. Дослідження певного синхронного зрізу лексики, очевидно, не повинно відмовлятися від розгляду okazіональних одиниць, адже будь-які види новоутворень народжуються в тій самій мовній системі» [6:18]. Вивчення різноманітного мовного матеріалу доводить, що під час творення й узуальних, і okazіональних лексем використовуються ті самі мовні механізми, які є актуальними на сучасному етапі. Мовленнєві одиниці утворюються за допомогою тих самих словотворчих засобів, із використанням тих самих моделей, що й узуальні слова, які є одиницями мови. Дослідження okazіональних процесів передбачає також виявлення нетипових і нехарактерних для попереднього розвитку мовних явищ, тому

що вони часто сприймаються як okazіональні. Тому щоб отримати повноцінну картину інноваційних процесів, потрібно проаналізувати, що відбуваються протягом невеликого періоду. Правомірним, на нашу думку, є таке твердження, оскільки узуалізми й okazіоналізми – це одиниці однієї комунікативної системи, яка позбавлена можливості впливати на ті процеси, що характерні для певного етапу розвитку.

Отже, проблема типології інноваційних одиниць актуальна й гостро дискусійна. На підставі різних позицій учених, проаналізованих вище, вважаємо за необхідне розрізнити поняття «неологізм» й «okazіоналізм», що дасть можливість з'ясувати структурно-семантичні, граматичні, функційні особливості кожного неологізму, що з'являється на певному етапі розвитку мови, а також спрогнозувати шляхи входження нових слів до мовної системи.

1.4. Поняття узуального та незуального словотворення

Як було зазначено вище, з'ява в останні десятиліття великої кількості інновацій викликала відповідно й активізацію їхнього різноаспектного вивчення. Насамперед звертається увага на використання словотвірних засобів, що беруть участь у продукуванні нових одиниць, з'ясуванні їхньої специфіки. Крім традиційних способів деривації усе більшої продуктивності набувають раніше не відомі способи й засоби творення похідних слів, які є невластивими для узуального словотворення.

Роботи таких учених, як Ж. Колоїз, О. Стишов, О. Габінська, Д.Гугунава, О. Земська, В. Ізотов, В. Лопатін, Р. Намітокова, Н. Ніколіна, Т.Попова, І. Улуханов, Н. Янко-Триницька та ін., присвячені вивченню не лише традиційних способів і засобів деривації, а й з'ясуванню специфіки незуальних (периферійних). Констатуємо, однак, що на сьогодні відсутня унормована класифікація незуальних способів словотворення. Дискусію викликає й питання нормативності / ненормативності інновацій, установлення способів їхнього творення. Науковці одностайні в тому, що

«оказіональні слова – це не відхилення від норми, а інша норма, реалізація можливостей мови, але в інших комбінаціях» [20:33]. «Грою без правил», яка відбувається за своїми законами, називає творення okazіональних одиниць Є. Карпіловська» [25:108]. Оскільки новотвори є потужним джерелом поповнення лексики сучасної української мови, сприяють розвитку її експресивного й оцінного потенціалу, що впливає на моделювання мовної категоризації дійсності, вони вимагають уважного аналізу й відповідної класифікації, при тому усі без винятку, зокрема й ті, що продукуються, як прийнято в сучасному мовознавстві називати, за неuzuальними способами деривації. Завдання ускладнюється тим, що мовознавці пропонують власні підходи до класифікації неuzuальних одиниць, проте ще жоден варіант не став загальноприйнятим.

Переважає думка про те, що «продукування okazіональних одиниць – це результат мовленнєвої діяльності, а не мовних процесів. Це лише одноразовий акт мозкової діяльності» [46:147].

Засоби масової комунікації найшвидше реагують на різноманітні зміни суспільно-політичного життя, тому можемо констатувати, що саме тут щодня відбувається творення okazіоналізмів. Учені, досліджуючи ці одиниці, розробляють моделі, за якими вони продукуються. Це допомогло скласифікувати неонімени з огляду на специфіку їхнього творення із застосуванням різних комбінацій. З огляду на це в мовознавстві відомі варіантні класифікації, які описують не властиві для uzuальної деривації способи творення. Можемо говорити про розроблення нового напрямку в словотворенні, що стосується, зокрема, дослідження неuzuальних способів деривації інноваційної лексики. Це положення, на думку вчених, «забезпечило підґрунтя для типології okazіонального продукування на основі «власних» словотвірних закономірностей» [60:80].

Вивчаючи інновації, В. Ізотов запропонував характеризувати способи словотвору, зважаючи на потенційні та okazіональні ознаками. З огляду на цей підхід, науковець виокремлює такі неuzuальні способи деривації, як

контамінацію, субституцію, емансипацію афіксів, найчастіше суфіксів, та редеривацію, називаючи їх ненормативними. На його думку, okazіональні способи «слабко актуалізовані в мові». Якщо похідна інноваційна одиниця утворилася поєднанням кількох способів, то вони, як зазначає дослідник, потенційними способами творення [23:34].

На думку деяких мовознавців, зокрема О. Земської, okazіоналізми утворюються з використанням не способів деривації, а спеціальних прийомів та механізмів. Тому вчена виділяє для творення okazіоналізмів такі прийоми: «міжслівне накладання, контамінацію, різні види злиття, деривацію за конкретним зразком, залучення для продукування нових слів вигаданих коренів, вивільнення структурних елементів слова з метою їхнього ослівлення, каламбурні та паронімічні “ігри зі словом” [22:78].

Мовознавиця вважає, що існують два різновиди okazіоналізмів, які побутують у сучасному мовленні. До першої групи належать інновації, «утворені з порушенням законів системної продуктивності словотвірних типів». Друга група охоплює лексичні okazіоналізми, утворені «за зразком типів непродуктивних і малопродуктивних з порушенням законів емпіричної продуктивності» [22:102].

Основною диференційною ознакою розрізнення okazіоналізмів є протиставлення їх як «порушників законів словотворення» [8:73] та узуальних одиниць. Ці два підходи до кваліфікації okazіоналізмів є досить поширеними в сучасній лінгвістиці.

На відміну від О. Земської, І. Улуханов розглядає okazіональне словотворення за аналогією до узуального. Учений поділяє усі різновиди словотворення на чисті, які можуть бути чистими узуальними та чистими okazіональними; okazіональні можуть бути зворотними й прямими; змішаний тип. Міжслівне накладання, зміна фонемного складу і використання афіксів як самостійних слів – це прямі чисті okazіональні способи, дезафіксація, десуфіксація та інші види редеривації – це зворотні okazіональні типи.

Менш поширеними видами неuzuальних способів деривації, як засвідчує аналіз наукової літератури, є креація, аугментація, елімінування, анаграматичні способи (ретроскрипція, метатеза, тмезис), графіксація, субституція, “фокус-покус” прийом, okazіональна метонізація тощо. Ці типи неuzuального словотворення описані в роботах Є. Карпіловської, О.Земської, О. Ханпіри).

Слід розуміти, що «повний перелік усіх способів навряд чи можна взагалі подати, адже створення okazіоналізмів є явищем індивідуальним» [12:19]. Важко передбачити, що з часом не з'явиться okazіоналізм, який характеризуватиметься застосуванням іншого засобу й способу словотворення, які не заявлені в загальноприйнятій класифікації. Тому на сьогодні унормування системи неuzuальних способів деривації є складним завданням.

Ж. Колоїз у монографії «Неuzuальне словотворення» учена також наголошує на складності виділення точної класифікації неuzuальних способів словотворення: «українське мовознавство потребує серйозного комплексного дослідження кожного окремо взятого неuzuального способу словотворення й неuzuального словотворення загалом» [31:32]. Названа праця вченої є значним доробком у словотворенні сучасної української мови. Дослідниця висловлює думку, що будь-яка нова одиниця проходить певні етапи okazіональності, пройшовши які одні неонімени набувають статусу загальномовних, а інші характеризуються високим ступенем okazіональності. З огляду на цю позицію Ж. Колоїз виділяє неuzuальні й узуальні okazіоналізми.

Отже, можемо зробити висновок про існування трьох підходів до класифікації okazіоналізмів, які найчастіше називаються вченими в науковій літературі: 1) неuzuальні способи аналізують відповідно до узуальних; 2) okazіоналізми описуються з погляду okazіональності / потенційності із залученням одиниць різних мовних рівнів: фонетичного, морфологічного, лексичного, синтаксичного. Д. Гугунава пропонує деталізувати класифікацію

деривації інновацій й виділяти типові способи лінійного словотворення; перехідні способи; нелінійні способи [17].

Як бачимо, різні модифікації неuzuальних способів творення інновацій, а також неоднозначне потрактування таких різновидів залежать від мети й завдань, які ставлять перед собою дослідники, від різних підходів до систематизації відповідного мовного матеріалу, кваліфікації самих способів творення інновацій.

У роботах учених простежується також думка про те, що неuzuальні способи словотворення протиставляються узуальним на основі належності / неналежності до системи. Є. Карпіловська зазначає: «неuzuальне (ненормативне, нерегулярне, okazіональне) словотворення заслуговує на глибше і детальніше вивчення». Саме цей тип деривації є потужним ресурсом поповнення лексики української мови, «важливим знаряддям розвитку його експресивно-оцінного, образного потенціалу» [25:106].

Неuzuальне словотворення, на думку О.Стишова, належить до сфери мовлення і «являє собою індивідуальний акт волі й розуму, де слід розрізняти: 1) застосування реципієнтом для висловлення власної думки мовного коду; 2) певний «психофізичний механізм, що унааявлює ці комбінації» [57:49]. Завданням словотворення якраз і є виявити ці специфічні «комбінації» та «механізми», що дасть змогу виробити нові підходи до систематизації способів словотворення. Потрібно, уважає І. Улуханов, «виявити всі словотвірні можливості», щоб «забезпечити підґрунтя для типології okazіонального продукування на основі «власних» словотвірних закономірностей» [64:15].

Важливим, але досить дискусійним є питання щодо нормативності / ненормативності новацій та способів їхнього творення. Зокрема, К. Дюкар наполягає на тому, що «okazіональні слова – це не відхилення від норми, а інша норма, реалізація можливостей мови, але в інших комбінаціях» [18:12]. Водночас Є. Карпіловська називає творення okazіональних одиниць “трою без правил”, яка відбувається за своїми законами» [25:26]. Отже, потрібно

виробити переконливі, але разом із тим ефективні підходи до розуміння й кваліфікації незувальних способів деривації. Можемо констатувати, що до цього часу жоден із них не визнали загальноприйнятим. Лінгвісти у переважній більшості переконані, що творення okazіоналізмів – це результат мовленнєвої діяльності, а не мовних процесів.

Висновки до розділу I

Підсумовуючи, наведемо робоче визначення поняття «неологізм», яким ми послуговуємось у кваліфікаційній роботі: це «слово, значення слова чи стійке сполучення слів, які сформувалися в мові упродовж певного історичного періоду для найменування нової об'єктивної реалії, відповідають усім нормам сучасної літературної мови і можуть увійти до її активного лексикону» [63].

Основними критеріями виділення неологізмів є часовий, стилістичний, критерій унікальності, мовно-просторовий, словниковий, формо-змістовий, денотативний та психологічний. Правильність і достовірність висновків щодо розуміння неологічних процесів можливе лише з урахуванням усіх або принаймні кількох критеріїв.

Неологізми є одиницями мовного рівня. Мовленнєвий рівень представлений okazіоналізмами – «незвичними, здебільшого експресивно забарвленими словами, утвореними на основі наявного в мові слова або словосполучення, іноді з порушенням законів словотворення чи мовної норми мовної [57:232]. Такі одиниці існують лише в певному контексті, в якому вони виникли», характеризуються збереженням своєї новизни.

Виділяють понад 10 різних класифікацій okazіоналізмів, які враховують структуру інновацій, використовувані моделі словотворення. У магістерській роботі перевагу надаємо класифікації Ж. Колоїз, яка характеризує okazіоналізми з погляду форми, структури та шляхів утворення.

Найбільш уживаними на сьогодні є такі різновиди незувальних способів словотворення: субституція; емансипація афікса; контамінація; голофразис, графодеривація, гендіадис.

РОЗДІЛ II

ФОРМАЛЬНО-ЗМІСТОВІ ОСОБЛИВОСТІ ГРАФІЧНИХ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ

2.1 Графодеривація як вияв новітніх тенденцій словотворення

Як було зазначено вище, початок ХХІ століття називають якісно новим етапом розвитку сучасної комунікації. Він, на думку багатьох учених, характеризується демократизацією, нестабільністю, необов'язковістю дотримання норм. А збільшення обсягу інформації веде до розподілу між різними каналами сприйняття, що спричиняє частотну візуалізацію інформації, яка передається. Логічним буде висновок про появу графоакцентованих мовних одиниць, а разом із цим «експлікації зображення, перетворення власне мовленнєвої комунікації на відеовербальну» [2:5].

Останнім часом у засобах масової інформації активізувалося вживання різноманітних графічних елементів, які є одним із засобів впливу на читача. З огляду на це виникає потреба теоретичного осмислення цього явища: визначення природи таких одиниць, їхньої типології, функційно-прагматичного потенціалу, причин створення, ролі в письмовій комунікації. Мовознавці також наголошують, що в сучасному комунікативному просторі важливо носіям мови вміти декодувати часто вживані гібридні утворення, подекуди й складні.

Бодуен де Куртене ще в 1912 році вказував на змістовий потенціал графічних засобів: “Оптичні альтернації графем можуть бути утилізовані (використані) у зв'язку з різницею морфологічних і семасіологічних уявлень мовного мислення, тобто у зв'язку з формою та зі значенням»” (цитуюмо за Ж. Колоїз [30]).

Ставлення вчених до графічних засобів деривації різне: одні розглядають їх як окремий спосіб незузального творення інноваційних одиниць, а інші кваліфікують як один із різновидів ідеографічної деривації,

де використовуються графічні й орфографічні засоби. На основі вивчення фактичного матеріалу можемо зробити висновок про різну роль графодериватів у контексті. Такі графічні елементи можуть виконувати або формальну функцію, оформляючи відповідний текст, або впливати на зміст, розширюючи семантику тексту додатковими конотаціями, емоційно-експресивними відтінками.

Крім цього, до сьогодні існує термінологічна неусталеність. Учені пропонують різні терміни на позначення вказаного явища, як от: «графічна гібридизація» (В. Костюков), графічна стилістика (Л. Веденіна), «графічний засіб словотвору» (А. Нелюба), «графодеривація» (Т. Попова). С. Ільсова, В. Максимов, С. Сметаніна, Є. Маринова та ін. пропонують вживати на позначення одиниць із графічними виділеннями різного характеру терміни «графічна гра», «гра з графікою».

В. Ізотов одним із перших звернув увагу на те, що графічна система має потужний словотвірний потенціал і називає таке явище графіксацією [23:20]. У його розумінні графіксація є «таким способом творення інновацій, унаслідок якого виникають одиниці, що постали внаслідок графічних та орфографічних засобів мови» [23:31]. А самі похідні науковець називає графіксатами.

Цей okazіональний спосіб творення інновацій у сучасному мовознавстві є активно розроблюваним й набуває особливої популярності (роботи І. Ворзич, Д. Гугунави, Є. Карпіловської, Ж. Колоїз, Ч. Ляхур, Т.Попової, О. Стишова, І. Страмліч-Брезнік та ін.). Дискусійним залишається питання статусу неолексем, що постали внаслідок такого способу. Свідченням цього є, зокрема, велика кількість використовуваних для позначення цього явища термінів: графічні неологізм (Є. Карпіловська), графічні okazіоналізми (Б. Кривенко, О. Страмной, Т. Сурикова), графодеривати (В. Ізотов, Т. Попова), неографізми (Л. Амірі, Г. Вокальчук, Ж. Колоїз), узуально-аббревіатурні контамінанти (О. Беглова), кентаври (Л.Крисін), графічні каламбури (В. Костомаров), візуальні неологізми

(О. Маринова), гібридні слова (В. Костюков), графоваріанти (Г. Іванова), монстри (З. Пономарьова), графосемантизми, графоакцентовані одиниці (О. Стишов), символ-слова, моделі-слова (Є. Голованова), а також креолізовані слова, ідеолексеми, слова з ідеофіксами тощо. Названі терміни відображають різне розуміння і сприйняття аналізованого явища.

Н. Самилічева також уживає термін графічне словотворення, називаючи його результат графодериватами: «Графічне словотворення належить до власне оказіональних способів творення нових лексичних одиниць. Характерною особливістю цього способу деривації є обов'язкова експресивність [51:197].

Термін «графон» на позначення тих одиниць, у яких «навмисне порушення графічної форми слова використовується для відображення його справжньої вимови», запропонував Г. Хоменко [67:201]. Графон компресує інформацію, закладену в певну словесну форму, деформує її чи сприяє семантичному нарощенню нових значень.

Поширеною є також думка, згідно з якою це мовне явище визначають як графічну неологію і виділяють, зокрема, графічні оказіоналізми. За такого підходу графічні виділення, наприклад, зміна шрифтів, пунктуації, інші текстові виділення залишаються поза увагою [67:199]; інші, аналізуючи такі одиниці, указують, що їхнє застосування пов'язане із грою слів із метою створення комічного ефекту. Крім того, існує ще думка про графодеривати, які реалізують комунікативну норму, зумовлену завданнями медіатексту (бути засобом впливу, а значить – емоційно насиченими), що й спричиняє порушення норм графіки та орфографії [71].

М. Федурко пропонує кваліфікувати графодеривати «як один із прийомів оформлення заголовків статей, структурних елементів тексту, важливих у змістовому плані» [65:277].

Услід за В. Ізотовим і Т. Поповою, одиниці із графічно виділеними окремими елементами називатимемо графодериватами, або графіксатами, у яких, на нашу думку, модифікується графічна форма слова. Різноманітні

графічні виділення насамперед є засобами впливу на зорове сприйняття людини.

Унаслідок графічної деривації виділяється який-небудь сегмент похідного з метою перерозчленування словоформи. Одностайною є позиція багатьох науковців, що використання цього неuzuального способу творенні номенів свідчить про «якісно новий етап розвитку сучасної комунікації». Для цього етапу властивими є такі характеристики: демократизація, відносна нестабільність, необов'язковість дотримання норм, а також тотальне збільшення інформації, що викликає використання для правильного сприйняття інформації методів візуалізації [39:145].

Як зазначає С. Мельник, графодеривацією є незвичайне графічне оформлення нових мовних одиниць або змінення графічного оформлення відповідних слів, словосполучень і речень, а також графічно-словотвірна й стилістична ігри, результати яких, як ми нагадували вище, називаються по-різному [38:215].

У мовознавчій літературі існує вузьке й широке розуміння графічної okazіональності. Широкий підхід визначає графодеривацію як будь-яке маркування мовної одиниці різними графічними засобами, що викликає порушення норми. Унаслідок цього виникають або нова візуальна лексема (графічні модифікації письмових систем різних мов, чи формальні графічні варіанти слів), або лексема з новою семантикою. Саме вузьке розуміння графічних okazіоналізмів і стосується інновацій, у яких графічні видозміни спричиняють виникнення нової лексеми з новою формою і новим змістом.

Загалом у сучасному мовознавстві графічні okazіоналізми досліджуються з різних боків. А. Нелюба, З. Беданкова, О. Грищева, В. Ізотов, С. Ільясова, Л. Кияшко, Т. Попова, І. Назаренко, С. Мельник, О. Завадська, З. Гетьман, М. Русін, С. Руденко, А. Таран, Г. Хоменко та ін. розглядають їх у словотвірному аспекті, зокрема і як засіб створення мовної гри. Зважаючи на широке розуміння, графічними можуть бути різноманітні засоби: пунктуаційні знаки, виділення шрифтом, використання великих літер,

гра з кольором, текстові видозміни, ввід до тексту зображень. Це такі способи і прийоми створення нових слів, як капіталізація (*nPEЗИДЕНТ, ВІЧна істина, льВІВЦІ, раШАВояКІ*), парентезис (*тіл(у)рка, (не)спокій*), дефісація (*со-лі-дар-ність, до-о-овго, аб-сур-дист*), ідеографіксація (*рест☺ратор, €шафот, дек@ц@пізовані, Геть!манцев, бізне\$*) тощо.

Для сучасної української мови ХХІ ст. характерна «експлікація зображення», постійне перетворення власне мовленнєвої комунікації на відеовербальну [3, 19], оскільки фіксуємо велику кількість інноваційних одиниць, у структурі яких, крім букв різних алфавітів, залучаються графічні знаки, цифри, символи, а також виділення іншого характеру. Як зазначає О. Карловас у статті «Тенденції графічної модифікації слова у медіатекстах», посилення тенденції відеотизації спричинило необхідність детального вивчення нових засобів, оскільки порушення сенсорного балансу активізувало вживання різних графічних елементів у медіатекстах. Незаперечним залишається факт того, як указує Т. Попова, що семантика графодериватів дуже часто має символіко-концептуальний характер, «визначається з урахуванням прецедентних знаків і національно-культурних конотацій, носіями яких є структурні елементи таких неолексем» [47:214].

Новостворена за допомогою графічних засобів одиниця відіграє важливу роль у потрактуванні змісту будь-якого тексту. З огляду на багатоплановість аналізу графічних засобів може по-різному не тільки інтерпретуватися вказане явище, а й неоднозначно класифікуватися самі одиниці, оскільки можуть обиратися різні критерії для їхньої класифікації. Наприклад, З. Беданкова і С. Ільєсова наполягають, що під час аналізу графічних okazіоналізмів потрібно враховувати характер похідного й твірного з метою виявлення реальної і псевдомотивацій [24;5]. Д. В. Гугунава, В. П. Ізотов класифікують графодеривати з погляду словотвірних засобів. [17;23] Як зазначає Г. Хоменко [67:205], графодеривацією є незвичайне графічне оформлення нових мовних одиниць або змінення графічного оформлення відповідних слів, словосполучень і

речень, а також графічно-словотвірні й стилістичні ігри, результати яких, як ми нагадували вище, називаються по-різному.

Класифікація Н. Собченко ґрунтується на формально-змістових особливостях графічних okazіоналізмів з урахуванням мотиваційних стосунків:

А) власне графічні okazіоналізми (одиниці, що мають тотожну семантику, але відрізняються певними графічними маркерами). Наприклад: *РЕАЛЬний клуб* (реклама клубу в магазині «Реал»). На думку З. Беданкової, у таких словах виділення великими літерами «освіжає» реальні мотиваційні відношення [5:67]. О. Грищева пропонує до цієї групи зарахувати й різні випадки немотивованого графічного виділення окремих сегментів слова. Наприклад: *МуЗика* (назва магазину); *БереZка* (продуктовий магазин) [16:85].

Б) графічно-словотвірні okazіоналізми, які виникають унаслідок контамінації і при цьому зберігають семантику лексем, що накладаються. Виникає інновація з новою семантикою. Наприклад: 1) НЮанс (магазин інтимного одягу). Слово «нюанс» французького походження, утворене від «фр. *nuance* — відтінок (у звуках, у фарбах, у судженнях)». Виділення «ню» є псевдомотивацією і має зовсім інше значення. Відтак стає зрозумілим, що в магазині продають інтимний одяг, оскільки «ню» < фр. *nu* (оголений; зображення оголеного тіла) розкриває специфіку магазину.

В) графічно-фонетичні okazіоналізми. Такі одиниці актуалізують, крім okazіональної семантики, неuzuальну звукову форму лексеми. Наприклад: 1) Побудуй ПіраМММіду! 2) скоРРРо нова модель (реклама автомобіля Toyota).

Г) Графічно-орфографічні okazіоналізми, які засвідчують порушення норм правопису. Наприклад: КОПШтан (назва мережі копірувальних центрів).

Д) Буквені okazіоналізми (поєднання в одній лексемі латиниці й кирилиці), які мають різновиди:

а) фрагмент, написаний латинськими буквами, є повноцінним словом, семантика якого актуалізується і у всій лексемі;

б) лексема містить назву продукції, яка написана латиницею;

в) латиниця використовується для того, щоб наголосити на основній ідеї пропонованого товару.

Б. Тошович виділяє 7 моделей графодериватів: 1) інтраграфодеривація (використання базових графем і пунктуаційних знаків), 2) інтерграфодеривація (застосування периферійних, додаткових графем), 3) супраграфодеривація (шрифтові видозміни, колоризація, конфігурація), 4) суперграфодеривація (голофразис, гендіадис), 5) ретрографодеривація (симбіоз синхронічних і діяхронічних букв), 6) екстраграфодеривація (інтеграція мов) і 7) параграфодеривація (поєднання мовного і позамовного кодів – малюнків, іконок, фото, ілюстрацій тощо).

Отже, на межі ХХ–ХХІ ст. графічні okazaціоналізми є результатом креативної діяльності носіїв мови, а також мовних ігор різних типів. Найчастіше вони вживаються в текстах ЗМІ, реклами, Інтернету, можуть використовуватися як ергонімні назви. Головною причиною виникнення таких одиниць, на думку мовознавців, є вплив сучасної постмодерністської культури, яка має специфічне розуміння сутності світу, мови, тексту: ідей інтертекстуальності, неминучості мовної гри, рівноправності, неієрархізованості різних кодів під час створення тексту, варіативності й невизначеності світів, що оточують людину.

Справді, як засвідчує аналіз фактичного матеріалу, формування структури й семантики значної частини аналізованих інновацій спродукована на основі на мовної гри. «Суть графічної гри, – як зазначає С. Сметаніна, – у виділенні тієї частини слова, яка повинна бути сприйнята як активний елемент, що формує оригінальний смисл» [55:204]. Саме такий чинник допомагає якісно й швидко інтерпретувати новотвір у контексті. Унаслідок графічного каламбуру, або графічної гри, у слові виділяється та частина, яка покликана активізувати сприйняття, виступаючи, таким чином, актуалізатором оригінального смислу [15:65]. Букви, розділові знаки, інші графічні виділення, різні прийоми скорочення слів, використання пробілів між словами, можливі підкреслення виступають засобами маніпулювання.

Найпродуктивнішими є літерні графічні модифікації. Усі названі графічні прийоми дають змогу розширити семантику вислову, надати додаткової експресивності висловлюванню, сформувати нові асоціації та смисли. Такі мовні ігри дають змогу митцям, журналістам звільнитися з-під влади офіційної культури і вільно висловлювати свої думки. Завдяки цьому література, а також мова преси водночас стає діалогічною і навіть полілогічною, а «мовний потік набуває форми тілесності» [7:131].

Учені також указують на легкість творення графодериватів, що є ще однією особливістю такого типу неономенів.

«Некодифіковане оперування графічним боком мовної одиниці, на думку І. Назаренко, пов'язане з активізацією графо-орфографічних ігор зі словом [39:144].

Дехто з учених, зокрема І. Смушинська, розглядає зміни форми як фігури слова, тобто аналізує їх із погляду стилістики. Результатом такої «модифікації» є поява додаткового стилістичного ефекту [56:285–286]. Графічні засоби певним чином «унаочнюють» вербальний зміст повідомлення, створюють виразний графічний малюнок медіатексту [14:7], оскільки важливими елементами будь-якого медіатексту є візуальний складник, графічне, шрифтове та кольорове оформлення. Поза графічним простором текст принципово не реалізується, оскільки будь-яка інформація має бути відповідно оформлена.

Отже, графіксація – це спосіб творення слів, за якого дериваційним формантом виступають графічні й орфографічні засоби. Унаслідок цього способу продукуються графодеривати, які характеризуються візуалізацією, стилістичною маркованістю, оказіональністю і новизною. Творення графодериватів відображає загалом тенденцію сучасної деривації до нівелювання чітких меж морфеми в структурі слова. Такі одиниці мають особливий словотвірний статус, вони є емоційно й експресивно забарвленими, у переважній більшості вимагають дешифрування

новоствореного слова, оскільки часто таке продукування пов'язане з виникненням нового значення.

2.2. Капіталізація як окремий спосіб творення інновацій

Як засвідчує аналіз фактичного матеріалу, графодеривація може бути окремим способом творення інновацій. У сучасних друкованих мас-медіа вона користується особливим попитом.

Одним із найпоширеніших способів творення графодериватів є виділення певного сегмента слова великими літерами з метою увиразнення й привернення уваги (**капіталізація**). А самі одиниці, що постали внаслідок такого графічного виділення, називають **неографізмами**: *МПЗ-плеєр, IBM-подібний*, музичний гурт *«Антитіла»*, нічний клуб *«АльтернативА»*, модельне агентство *«Іміджцентр»*, *ковідОфобія*, магазини або салони *цитрусОбмін, МеблеГрад, ЦифроГрад, ТехноРай, АвтоРай*, бренди *ДивоГра*, фонд *«РаДіти»*, програма реформи шкільного харчування від МОН *ЗнаЙМО*.

Графічні складники цих неолексем належать до однієї семіотичної системи. Такі графічні модифікації, як бачимо, не впливають на зміну значення слова, вони виконують сигнально-апелятивну функцію, що дає підстави деяким ученим, зокрема О. Турчак, називати такі неолексеми графічними візуальними плеоназмами, оскільки вони не демонструють нового смислового навантаження, а пов'язані із дублюванням візуальної та словесної інформації [62:167].

Велика буква, вважає Н. Стратулат, виділяє головну позицію певної назви в контексті, акцентує на тому чи іншому понятті-образі, персоніфікація цього образу зумовлює його логічне довершення та перехід назви в розряд власних імен [58:210].

Фіксуємо графодеривати, творення яких супроводжується виділенням цілих основ або морфем, зокрема препозиційних: **ІНФОХарків**, **ІНФОРадіо**, **ПРОРаду**, **ПРОАмерику** («На сайті **ІНФОХарків** опублікували результати першого етапу виборів міського голови» [Преса України, 28.10.2021]; «Міністр Оборони США відмовився від примусової вакцинації, розповідає нам інтернет-журнал **«ПРОАмерику»** [Експрес новини, 30.09.2021]. Крім графічного виділення препозиційного елемента, новотвори **ПРОРаду**, **ПРОАмерику** характеризуються злиттям прийменниково-іменникової конструкції в нове слово, що нагадує так звані голофразисні перетворення, за яких відбувається «ословлення» певної синтагми.

Досить поширеними є випадки графічного виділення окремих елементів, що є літерами інших алфавітів. Так, зокрема, автори часто вдаються до виділення некирилических літер, наприклад: **PR-менеджер**, молодіжний портал **MoLody**, ресторан **«SushiДо»** музичний фестиваль **«KaZanтин»**, магазин товарів для тварин **«ZOOлогія»**, **MoLode радіо**, розважальний центр **«Mismo більярду»**, курячі чипси **РябСНІСК**. Творення інновацій унаслідок поєднання літер різних алфавітів у науковій літературі називають **поліграфіксатами**. Ці графодеривати також не демонструють зміни в семантичній структурі слів, а свідчать про їхнє формальне варіювання. На думку учених, вони є показником «гламурності», моди на вишуканий, на їхню думку, стиль [39].

Деякі структурні елементи, що використовуються під час творення графодериватів, виявляють свою продуктивність: **SMS-манія**, **HR-менеджер**, **WEB-дизайнер**, **IT-бізнес**, **DVD-плеєр**, **call-фактор**, **net-жителі**, **Flash-пам'ять**, **face-контроль**, **PR-ход**, **PR-технологія**, **PR-компанія**; **CD-чейнджер**, **CD-програвач**, **РанОК** (видавництво), **ПочатОК** (релігійна організація), **ПрихістОК** (волонтерський проєкт), **ЛотОК** (мережа магазинів), **КрОК** (інтернет-курси), державні електронні сервіси **єДопомога**, **єВізитка**, **єДрова**, **єВідрядження**, **єДокумент** (від поєднання слогана «Є потреба?» та англійського «electronic»), **VIP-авто**, **VIP-адреса**, **VIP-еліта**,

VIP-ескорт, VIP-юрист, VIP-яхт-клуб, VIP-академія, VIP-алея, VIP-архітектор, VIP-зість, VIP-сервер, VIP-персона тощо. Про дериваційну активність цього структурного елемента свідчить і те, що він є твірною базою для продукування великої кількості okazіональних похідних: *VIPист, VIPчик, VIPочка, VIPизм, VIPство, VIPовий, VIPувати, VIPовець, поVIPовськи, поVIPить, поVIPувати* та ін.

Показовими є приклади, у яких графічні виділення спричиняють появу нового лексичного значення: *АВТОритет* (*АВТОритет* для всіх, хто має авто (реклама курсів водіїв)); *безНАТОВці* (*Ото виграєте, шановні безНАТОВці, любителі «язичія»!* [Україна молода, 22.02.07, с. 10]).

Особливо продуктивно цей спосіб творення інновацій реалізується в мові реклами. Графічний okazіоналізм *ПалімРа*, що є назвою магазину професійної косметики, містить у структурі елемент *Ра*, який є алюзією на давньоєгипетського бога сонця Ра. Ще приклади: Смакуйте йогурти «Чудо», щоб подарувати *ЧУДОВу* насолоду собі та своїм близьким!; Молоко «Вкусніка» – смачніше *смачНОГО!* Твій *ВІАЛЬний* погляд; *АБСОЛЮТна* якість!; *ТехноРАЙ* – магазин побутової техніки та електроніки. Як засвідчують наведені приклади, виділені структурні елементи мають самостійне значення, що містить позитивну конотацію.

У деяких графодериватах фіксуємо конотативні нарощення, що спричиняють розширення семантичної структури узуального слова: *Клуб психологічного туризму «ДикОБРАЗ»*; *Питання дня від «Твого дня»*; у зверненні до читачів часопису «Політика і культура» обігрується його назва, що становить собою абрєвіатуру «ПіК», яка також є графодериватом: *Шановні і любі серцю ПіКадори та еПіКурійці...!* [Політика і культура, 11/02, с. 35]. Графічні виділення в таких випадках спричиняють творення каламбуру, графону, мовної гри.

Часто творення графодериватів підпорядковане прагматичній меті. Так, наприклад, у рекламі мобільного оператора, продукуючи okazіоналізм *БЕЗЛІМітний*, автор виділяє семантично значущий сегмент слова великими

літерами, тим самим досягаючи рекламного ефекту: «**БЕЗЛІМ**ітний Internet». У цьому дериваті виділено елемент *безлім*, що відповідає сленговому слову і виконує функцію миттєвого візуального враження. Це досягається за рахунок мовної економії. Лексичні значення графодериватів **ПЕНЯйте** (**ПЕНЯйте** на себе), **розУМні** («УМ» – за **розУМні** гроші) ґрунтуються на тому, який асоціативний потенціал закладено в їхній семантичній структурі, а також великою мірою залежать від мовленнєвих і культурних компетентностей мовців. Такі одиниці здебільшого виконують прагматичну функцію. Графодериват **освіжАЙСя** (**ОсвіжАЙСя** легко!) містить зашифровану інформацію, яку можна одержати лише на основі асоціацій і знання англійської мови, оскільки *ice* з англ. означає «лід».

Часто в рекламі з метою привернення уваги до рекламованого товару навмисно використовується порушення графічних норм. Безумовно, такі okazіональні одиниці є незвичними і виконують переважно прагматичну функцію: «**ПриКОЛЬНА** вишня...» (з реклами напою «Кока-кола»); «**Твій ВІАЛЬний** погляд...» (з реклами очних крапель «Віаль»).

Для розуміння семантики багатьох таких одиниць потрібне візуальне сприйняття. Саме візуалізація допомагає зрозуміти значення графодеривата «**Росія без ПУТіна**» (Росія без президента і тих пут, які відчувають на собі громадяни за часів його правління). Виділення великими літерами структурного елемента *у лексемі відМОРОЗки* вказує на співвіднесення з політиком О. Морозом: *Кучмоноїдам, відМОРОЗкам вхід заборонено; І ось один із них переПУтав легковий автомобіль електриків із снігозбиральним трактором колег і поїхав за ним, прибираючи з ПУті сніг* (<https://www.facebook.com>). – власне мовленнєва комунікація перетворюється на відеовербальну, обидва компоненти (і вербальний, і візуальний) узаємодіють між собою, «забезпечують цілісність і зв'язність креолізованого тексту, його комунікативний ефект [21:167]. Графічне виділення компонента ПУ викликає асоціації з прізвищем президента РФ В. Путіна. Це

сприймається як натяк на те, що трагедія на злітній смузі була зініційованою навмисне.

Фіксуємо графодериват, який полягає в графічному виділенні окремих літер, що спричиняє збіг з іншим словом. Зокрема, одиниця *lap**ТОП**чик* (магазин побутової техніки «Комфі») утворена від англійського слова *laptop* і власне українського суфікса -чик, що є носієм емоційно-експресивного забарвлення. Графічне виділення елемента «ТОП» (дослівно означає «верх», а в переносному – найвищий розряд чогось») викликає фокусування уваги ще й на сленгізмі «топчик», що в мовленні підлітків використовується на позначення високоякісних, престижних предметів чи явищ.

Подекуди, як зазначає І. Назаренко, графічні оказіоналізми можуть виступати відповідником словосполучення (наприклад, *про**Rock*** у назві культурного проєкту «Шевченко *про**Rock***»), що доводить їхній дериваційний статус. «Наведений графіксат є ключовим сигналом, що організатори зробили спробу показати постать і творчість поета-пророка з нового кута зору, з позиції ХХІ століття, коли філософією життя стає енергія, потужність, рок як світогляд та стиль життя» [39:147].

Цікавий приклад графодеривації наводить В. Бойко: ***СТОМАТОЛОГІЯ***. *Якісно й недорого!* [7]. Як бачимо, його особливістю є включення малої літери в назву, що дає змогу віднести це слово до графодериватів. Виділений сегмент дозволяє асоціативно почленувати слово на три елементи: ***СТОМАТОЛОГ і Я***, що викликає позитивні конотації, сприяє створенню атмосфери довіри й доброзичливості.

Як графічні засоби, наголошує Т. Попова [47], можуть використовуватися також математичні й пунктуаційні знаки, піктограми, курсив, шрифт, підкреслення, гра з кольором, іконічні елементи. Курсивний чи жирний тип шрифту також може акцентувати увагу читача на тих змістових блоках, які прагне виділити автор, цим самим допомагає полегшити сприймання образної інформації відповідного медіатексту (***COVID-госпіталь, COVID-шпиталь, COVID-19***).

Подекуди в текстах трапляються графодеривати, які постали внаслідок виділення окремих сегментів слова за допомогою лапок (пунктуалізація). Наприклад: Новотвір *«Фонтан»ський* («Бризки *«Фонтан»ського*») [Літературна Україна, 30.04. – 6.05. 2003, с. 7] асоціативно пов'язаний зі словом *шампанське*. Інновацію використано для назви рубрики одеського журналу «Фонтан», де друкуються анекдоти та інші гумористичні твори. Цим самим автори прагнуть створити відповідний настрій, пов'язаний із чимось фантастичним, яскравим, радісним, таким, що б могло виділятися на загальному тлі (як бризки шампанського). Щоб досягти цього, і використовують новотвір *«Фонтан»ського*, виділяючи лапками назву журналу.

У рекламі *«Бізне\$ вдома! Ідеї для жінок»* фіксуємо okazіоналізм *бізне\$*, в основі якого лежить асоціативний зв'язок латинської літери *S* і *\$* як назви грошової одиниці. Поєднання вербальних й невербальних засобів у науковій літературі називають ідеографіксацією (або кодографіксацією). Наприклад: *клуб НОК@GRILL, Artclub & restaurant, СТИЛЬ & КОМФОРТ*. «Графічні символи в рекламі називають, як зазначає В. Бойко, *ай-стоперами* (англ. *eye stopper* – те, що зупиняє погляд), тобто це яскраві, неординарні елементи, що приваблюють реципієнта, фокусують погляд, привертають його увагу.

Інколи в заголовках газетних публікацій часто вдаються до використання знака оклику (подекуди в поєднанні із виділенням букви). Графічно-пунктуаційний, зокрема екскламація, використовується для посилення експресивності.

Специфіка новотворів *ГІР!ячились* ← *гарячкували*; *БУШ!евали* ← *бушували* – «ГІР!ячились, БУШ!ували, президента обирали» [Політика і культура, 10. 05.2019, с. 9] полягає в тому, що вони своїм звучанням нагадують іншомовні дієслова. До речі, це не поодинокі випадки. Порухення норм графіки та орфографії підпорядковане реалізації комунікативної гри: досягти яскравості, емоційності, стати помітним для свого читача. Саме

неузувальне написання дає змогу співвіднести нову одиницю з різними мотиваторами, що й спричиняє неоднозначне потрактування інновації.

Подекуди окремим способом творення неолексем може бути дефісація. Дефісація – це поділ слова на частини за допомогою дефісу, що надає новотвору іншого значення. Найчастіше утворюються дві частини одного слова, одна з яких є схожою на самостійне слово. Це може бути як частина до дефіса, так і після нього. У проаналізованому нами матеріалі фіксуємо слова, які мають особливості структури:

Облом-ів ← Обломов – «Облом-ів» [Політика і культура, 8. 03. 2013, с. 27]. Це назва нового спектаклю, який йшов в театрах Києва. Перша частина є словом із молодіжного сленгу і означає «повний крах, невдачу, облом» (за аналогією до життя Обломова – головного героя роману І. А. Гончарова).

е-каталог ← каталог – «електронний каталог» (сайт порівняння технічних характеристик та цін товарів). Цей вираз утворено за аналогією до англійського виразу «e-mail», що в перекладі означає «електронна пошта», де першу частину слова становить скорочення від англійського слова «electronic».

Зе-ленський ← Зеленський (<https://www.facebook.com>) Допис у Фейсбуці, в якому використано цей новотвір, розповідає про ключову роль Олени Зеленської у творчості та бізнесі чоловіка. Частина слова перед дефісом є загальноживаним скороченням прізвища Володимира Зеленського.

Менд-аналіз ← матаналіз – «математичний аналіз» [Літературна Україна (№ 5), 2009, с. 19]. Слово, перша частина якого є скороченням від слова *Менделєєв* розбито дефісом на дві частини. Кожен компонент (Менд і аналіз) у новотворі є самостійним словом, а сам новотвір набуває нового значення. Стаття повідомляє про те, що вченими-хіміками була розроблена нова система розв'язання складних хімічних рівнянь під назвою «Менд-аналіз», оскільки ґрунтується на таблиці Менделєєва.

Як зазначає Н. Поліщук, візуальна виразність графодериватів допомагає автору правильно розставити смислові й експресивні акценти на змістовно значущих відрізках висловлювання, сфокусувати й затримати увагу реципієнта [46:148].

Отже, графодеривати можуть бути окремим способом творення інновацій. Графічні виділення певних структурних елементів у словах характеризуються або нульовою модифікацією семантики (відбувається лише актуалізація окремих звукових відрізків, тобто графічно реорганізується сутність мотивувального слова), або демонструють семантичну модифікацію (графічно організується нове похідне слово). Незаперечним є положення про те, що для розуміння значення таких інновацій обов'язковим є візуальне сприйняття. Найчастіше автори використовують літерні виділення, графічні засоби інших мов, дефісацію, пунктуалізацію.

2.3 Графічне виділення одного компонента в структурі іншого

Аналіз мовного матеріалу дає змогу зробити висновок, що графодеривація часто може супроводжувати інші способи творення інноваційної лексики. Ідеться, зокрема, про деривацію нових одиниць унаслідок злиття кількох лексем, найчастіше двох. Найпоширеніший термін на позначення такого способу – контамінація. Виділення великими літерами у структурі контаміната спричиняє появу різноманітних асоціативних зв'язків із відповідними співзвучними лексемами. У твірному слові наявний сегмент, що збігається з іншим словом. Виникає звукова асоціація й переосмислення структури, що дає змогу поєднати дві лексеми без зміни зовнішньої форми.

Семантичне нарощення виникає тоді, коли залучаються графічні елементи для виділення одного з компонентів у структурі іншого. Найчастіше творення okazіоналізмів за допомогою накладання двох лексем і одночасного виділення графічного елемента називають **графогібридизацією**.

Графічні виділення можуть бути різних типів.

Графічне виділення компонента на початку слова. Фіксуємо такі графодеривати, утворені за цим зразком: **СТРАХування** ← [СТРАХ + страх]ування, **ПРУсаки** ← [ПРУ (Партія Регіонів України) + пру]саки; «**МЕНТальний**» ← [МЕНТ + мент]альний, Дід **МОРОЗний парад** ← [МОРОЗ + мороз]ний, **БУРний** ← [БУР (Будуємо Україну Разом) + бур]ний; **ГЕПнутися** ← [Геп(а) + gep]нутис, **ЧУДЕСний (прийом)** ← [ЧУДЕСА + чудес]ний, **ГЕРОЇня** ← [ГЕРОЇН + героїн]я.

Як показує аналіз фактичного матеріалу, графічно виділятися можуть ініціальні абревіатури. Так, наприклад, виділення в структурі контаміната **БУРний** елемента БУР, співвідносить дериват із назвою організації *БУР (Будуємо Україну Разом)*. Узуальна лексема бурний ужита в переносному значенні "насичений подіями" [СУМ в 11-ти Т.]. Робимо висновок, що дериват містить позитивну оцінку організації, оскільки вказує на її активну діяльність: "**БУРна весна!**". А ось контамінат **ПРУсаки**, який також утворено від абревіатури (ПРУ – Партія Регіонів України) містить негативну конотацію, оскільки називач використовує для накладання лексеми на позначення комах-шкідників, цим самим негативно характеризує членів цієї партії, порівнюючи їх із шкідниками.

Структура аналізованого контаміната **ГЕПнутися** спричиняє семантичну затемненість. Відповідний контекст і розуміння політичних уподобань М. Добкіна дозволяють правильно зрозуміти значення новотвору, який використано для характеристики дій М. Добкіна під час демонтування меморіальної дошки Ю. Шевельову: «Добкін трішки **«ГЕПнувся»** об меморіальну дошку». Виділений сегмент **ГЕП**, як нам видається, є не випадковим (прізвисько Гепа мав колишній мер Харкова Г. Кернес). Називач таким способом підкреслює спільність політичних інтересів Добкіна й Кернеса. Аналогічним є інший приклад: У Харкові **ГЕПанувся** Ленін (<https://www.facebook.com/oleksander.piddubny?fref=ufi>), так блогер коментує демонтаж пам'ятника Леніну, даючи зрозуміти, що ці події були зініційовані

самим мером. Унаслідок таких графічних модифікацій структурний елемент стає співзвучним із узуальним словом чи скороченим елементом слова, завдяки чому формується нове значення, переважно емоційно-експресивно забарвлене.

Експресивні за своєю суттю, у контексті графодеривати можуть лише набувати нових відтінків значення або змінювати вектор оцінки з позитивного на негативний і навпаки. Наприклад, okazіonalізм *преЗЕдент* (Зеленський + президент) в різних контекстах має різні конотації: «*Який преЗЕдент, така й Рада – буфонада*»; «*Наш преЗЕдент – наша гордість!*»

Поєднання двох слів, супроводжуване графічним виділенням певного компонента, часто слугує засобом створення комічного. Наприклад: лексема *КОРОНтин* (карантин під час коронавірусу) набуває сатиричного змісту, оскільки сприймається як написане з порушенням орфографічних норм слово карантин: «*Діліться своїми лайфхаками, що робите на коронтині?*».

Графічне виділення початкового компонента латиницею (*MODERNовий день*) не лише привертає увагу, а допомагає швидко зрозуміти значення графодеривата: одним із структурних елементів контаміната є назва музичної групи. Контаміновані одиниці, у яких виділений структурний елемент оформлений латинською графікою, у науковій літературі також називають поліграфіксатами [47;38].

Поєднання в одній лексемі знаків різних графічних систем спричиняє різні трансформації: може усікатися кінець латинської основи (*одноPOLчанин* – графодериват співвідноситься із торговою маркою, названою на честь венеційського купця мандрівника Марка Поло); *наSkodили* – одним із структурних елементів контаміната є назва чеської марки машин «Шкода»; подекуди фонетична форма переважає над орфографічною, унаслідок чого новостворена одиниця є омографом до українського слова, що може сприйматися як орфографічна помилка: Новий рік *приносее'd* подарунки (графодериват утворено на основі назви корейської моделі машин KIA see'd). Латинське слово може повністю

входити до структури українського: *Виникає інша ARTмосфера* (ідеться про втілення креативних ідей у межах стріт-арт в реаліях сучасного міста). *Не вірте слогану Nissanмнівайтеся* (думка автолюбителя). Цей тип номінації нових одиниць із залученням графічних засобів дуже часто використовується у створенні реклами товарів і послуг, оскільки такі одиниці привертають увагу своєю незвичністю. Як відомо, будь-яка реклама дбає про висвітлення переваг рекламованого об'єкта з метою впливу на споживача. Наприклад: **EUROнТИКА** (Оптика); **REEформа** (Reebok); **Wi-fi-нес** (мобільний інтернет Інтертелеком); **ПРОмова** (бюро перекладів), **ФіксХУЛЬТ, привіт!** (меблевий магазин «ІКЕА»); **АнтиZombi-ефект** (мінеральна вода «Миргородська»); **ХрусTeam** (сухарики); **Знайди CAMEL-код!** (сигарети Camel)); **FANTАнуй пригоди**; **IZUMне** життя; **PRиєднуйся!** (реклама спеціальності «зв'язки з громадськістю» (англ. *Public relations, PR* – зв'язки з громадськістю), **Пиріж'ОК** (реклама пекарні) (усічена частина англ. *okay* – добре, гаразд). Візуальне виділення такого типу сприяє графічній акцентуації тих іншомовних елементів, які є актуалізаторами словотвірної семантики okazіоналізмів, а також візуалізації всієї лексеми.

Інновації **ZENзура** (цензура за наказом Зеленського), **ЯлинкаОвоч** (Янукович+ялинка+овоч – іронічне прізвище В. Януковича) є номінативно-оцінними. Особливістю таких графодериватів є те, що внаслідок поєднання твірних формується абстрактна семантика похідного, якій властиві риси предметів і явищ, названих твірними словами. Наведені одиниці є джерелом реалізації таких стилістичних прийомів, як **оксюморон** (**адвоКАТ** ← *адвокат* + *кат*), **алюзія** (**каПУТИНо** ← *капучино* + *Путін* + *капут*), **каламбур** (**ЯлинкаОвоч** ← *ялинка* + *Янукович* + *овоч*). Незвичні зовнішня й внутрішня форми ігрових контамінатів дозволяють перетворювати широкі описи на однослівні найменування, завдяки чому реалізується й компресивна функція. Вона покликана допомогти авторові усунути синтаксичну розчленованість, об'ємність описових формулювань з метою надання точної характеристики того чи того явища.

Значення деяких графічних контамінатів ґрунтується на порівняльній семантиці. Так, графодериват *ДЖАМАЛунгма* утворився на основі порівняння: «Джомолунгма як найвища вершина» – «Джамала як найкраща співачка» (після перемоги співачки на Євробаченні 2016 р.).

Як засіб передавання думок, ідей, емоцій і відчуттів автора, мовна гра стає особливо затребуваною в інтернет-комунікації. Досі ніколи не було так просто продемонструвати свої творчі здібності та задовольнити «мовне его», адже винятковою рисою саме мережевого спілкування є спрямованість повідомлення не «від одного до одного», а «від одного до всіх». Під час публічної інтернет-комунікації (наприклад, у дописах в соцмережах, у коментарях), мовець вільніше використовує іґреми, оскільки усвідомлює, що серед великої кількості читачів його креативність не лишиться непоміченою чи незрозумілою. Наприклад, контамінат *капельюШОК* (капельюшок + шок) ми зафіксували як підпис до фото різдвяної ялинки, на верхівці якої, замість зірки, установили капельюх. Завдяки структурній і семантичній прозорості контамінат легко дешифрується та водночас виражає негативну естетичну оцінку.

Як для кодування, так і для декодування іґрового контаміната недостатньо самої лише лінгвістичної винахідливості. Іґрова, «ребусна» природа контамінованих лексем потребує актуалізації культурних, соціальних, політичних і філологічних знань мовця та адресата. Наприклад, установити значення контаміната-іґреми *цУКРОП* неможливо без знання фактів, покладених в основу номінації. У структурі контаміната наявні складники, що вимагають обізнаності із суспільно-політичними явищами України. Мовець очікує від співрозмовника правильного дешифрування мотивувального *УКРОП* (Українське Об'єднання Патріотів), що є назвою політичної партії, та другого *цукор*, яке відсилає до української передвиборчої практики підкупу виборців роздаванням цукру та інших харчів. Так контамінати-іґреми виступають засобами встановлення міжособистісного зв'язку між мовцем і адресатом.

Подекуди контаміновані графодеривати можуть виконувати текстотвірну функцію, коли слугують, наприклад, назвою літературних творів. Їхня особливість полягає в тому, що вони концентрують зміст широкого повідомлення, тому правильність тлумачення змісту можна перевірити лише в контексті. Назва книжки для дітей «*ПтахАбетка*» (птаха + абетка) повідомляє не лише про зміст, але й про категорію й жанр видання: навчальна література, зокрема абетка. А з компонента *птах* читач здогадується, що в абетці йтиметься про птахів. Заголовок дає також інформацію про вікову категорію читачів, адже абетку вивчають у віці 5–7 років.

Назва книжки І. Цілик «*МІСТОрія* однієї дружби» (місто + історія) повідомляє про жанр твору й місце розгортання подій, натякаючи на особливу роль міста у творі. А фонетична подібність до слова *містерія* викликає ефект таємничості, загадковості, завдяки чому й виникає бажання якнайшвидше «розгадати» книжку.

Фіксуємо приклади, які засвідчують, що графічні виділення можуть супроводжувати й інші типи неuzuального словотворення. Так, наприклад, в рекламі львівського пива використано голофразисну конструкцію, утворену на основі злиття слів, що становлять односкладне означено-особове речення: ***ВідкрийсвОЕсерце***. У цій рекламі йдеться про можливість виграти квитки на концерт Океану Ельзи, купуючи пиво і беручи участь у розіграші. Таким чином увага акцентується саме на можливості виграшу. Як бачимо, графічне виділення, зокрема написання ***ОЕ*** великими літерами, сприяє асоціативному зв'язку з назвою музичного гурту.

У результаті таких графічних перетворень одна або обидві частини інновації стають співзвучними з узуальним словом чи скороченим елементом слова, що й спричиняє утворення нового значення, здебільшого експресивного.

За допомогою графічного виділення актуалізується затемнена внутрішня форма вихідного слова (як, наприклад, у слові ***АНГЕЛіна***).

Як показують дібрані приклади, досить часто у складі новотворів, утворених унаслідок контамінації, графічно виділяють структурний елемент, що становить власну назву (прізвище, назву міста, організації). Простежуємо тісний зв'язок між значенням цього компонента та словом, на яке він накладається. Крім того, сам контекст, у якому вживається інноваційна лексема, допомагає встановити семантику новотвору: «*Отакий КРИМінал*» [Голос України, 18.03.2008, с. 29] – ідеться про проблеми злочинності на Кримському півострові; «*Особливості КРИМіналітету*» [Україна молода, 26.12.2004] – про формування бандитських груп у Криму.

Інколи обігрування звукової подібності новотвору та узуального слова в структурі графічного okazіоналізму призводить, як ми зазначали вище, до порушення орфографічних норм. Це, наприклад, ми спостерігаємо у слові *відоКРИМлені* (заголовок статті, присвяченої питанню анексії Криму: «*ВідоКРИМлені*» [Україна молода, 19.03.2014, с. 3]. Навмисне порушення форми компресує інформацію, закладену в таку структуру, деформує або сприяє нарощенню нового значення.

Дуже часто графічне виділення заголовними літерами використовують у мові реклами, виділяючи таким чином назву організації, фірми, марку виробу. Цей прийом сприяє тому, що в межах однієї мовної одиниці читач має змогу побачити взаємозв'язок між об'єктом позначення оніма і загальною назвою, що виражає певне поняття. Наприклад: «Пташине молоко» – справжня *ЖАКОханість* (реклама цукерок кондитерської фабрики «Жако»); Хочеш *ЕКОномити*? (магазин «Екомаркет»); *АБСОЛЮТна* якість (реклама мережі продуктових супермаркетів «Абсолют»). Графічні okazіоналізми, на думку А. Таран, є вербалізаторами незвичних значень, спрямованих на переосмислення навколишнього світу, засобом вираження гостроти й дотепності думки з ефектом несподіваності [59:56].

Як засвідчують аналізовані приклади, виділений графічний елемент, що співвідноситься з відомою аббревіатурою, може повторюватися в різних за

будовою і семантикою новотворах. Це стосується, наприклад, аббревіатури НАТО: «Європейський *детоНАТОр*» [Україна молода, 31.04. 2004, с. 5] – про політику НАТО. Подекуди графічно виділений структурний елемент накладається зі словом, що відрізняється лише однією фонемою: *Що заНадТО, то недобре* « [Українська газета, 21.05. 2003, с. 10] – про проблеми вступу України до НАТО, унаслідок чого в голові мовця одночасно спливають значення обох слів і таким чином формується семантика новоствореної одиниці. Негативна конотація в цьому випадку посилюється ще й унаслідок того, що інновацію використано в специфічному контексті – відомому прислів'ї.

Графічне виділення компонента в середині слова. Такою є структура контамінатів: *приГОЩАйся* ← *при[гоща]йся* + *[Гоща]* (реклама); *заСалений* ← *за[сал]ений* + *[Сал]о* [Дзеркало тижня, 42/13]; *гаЛЮЦИНАція* ← *га[люцина]ція* + *[Люцина]* [Березіль, 7–8/12, с. 154]; *блаЗЕнь* ← *бла[зе]нь* + *[Зе]ленський* (<https://www.facebook.com>); *ваЗЕлін* ← *ва[зе]лін* + *[Зе]ленський*. Слід зазначити, що виділений сегмент може становити або повну лексему, або усічену.

Переважно такі контамінати є ослівленнями відповідних словосполучень і не становлять складних семантичних утворень. Наприклад: *заСалений* «засалений (забруднений) О. Салом». Ідеться про колишнього голову Львівської ОДА): «*ЗаСалена Львівщина*»; цікавою є лексема *гаЛЮЦИНАція*, означає «галюцинація Люцини». Це назва збірки віршів харківської поетки Люцини Хворост. Ергонім *ПриГОЩАйся* є поєднанням дієслова *пригощатися* та назви міста *Гоща* й містить заклик скуштувати вироблені там продуктивні товари, зокрема солодощі, про що дізнаємося з контексту: ««*ПриГОЩАйся*» – солодка візитна картка Рівненщини».

Як зазначає А. Таран, чим більшою є відповідність / невідповідність між значенням виділеного слова і приписуваною їй семантикою, тим виразнішим є прагматичний і стилістичний ефекти [59:61]. Чесним бути *виГІДНО* (реклама Альфа-Банку); Нова *штУКа* від голоду (реклама печива

«Тук»); Тут працюють *далЕКОглядні* [Українська правда, 29.12.2019]; Нова доба. Газета ваших *упоДОБАнь*.

Унаслідок гібридизації постала також інновація *ТюльПан*. Так назвали салон гардин. Саме таке виділення у назві квітки спричиняє асоціативний зв'язок із лексемою *тюль* (прозора сітчаста тканина, яку використовують для фіранок), і словом *пан* (ввічлива форма згадування або звертання до осіб чоловічої статі).

Назва інформаційно-розважального порталу *«КомерСайт»* (комерційний сайт), утвореного внаслідок зближення чи поєднання частин двох подібних слів, ґрунтується на мовній грі – співзвучності зі словом комерсант.

Інколи графодеривація використовується з метою псевдомотивації, коли формується новий контекст, створюються нові зв'язки між словами. Псевдомотивацію насамперед спостерігаємо в одиницях, коли виділені частини є омонімічними з кореневою морфемою мотивувального слова (*масШТАБний підхід*).

Назва магазину парфумів *ПарфЮнон* становить графодериват, утворений унаслідок контамінації слів парфумерія та Юнона, яка супроводжується усіченням і графічним виділенням, на основі чого виникає мовна гра. Велика літера в середині слова актуалізує грецьку богиню Юнону. І це сприяє актуалізації ідеї високої якості косметичних і парфумних виробів: куплені в магазині парфуми допоможуть кожній жінці стати схожою на богиню. Можна говорити й про інший напрямок творення графодеривата: суміщення усіченого слова Юнона й усіченої всередині лексеми Парфенон (назви давньогрецького храму в Афінах, присвяченого богині Афіні).

Інновація *заМУНований* виникла внаслідок накладання твірних баз *замінований* та *Мун* («*ЗаМУНована територія!*») [Голос України, 24.11.2001, с. 3]. Розповідається про шкідливу діяльність відомого корейського проповідника Муна, яка поширилася і на Україну.

«То хто ж приСТУСовується?» [Літературна Україна, 23.09. 2004, с. 17] – стаття Дмитра Пічура про те, що про В. Стуса стало модно писати. Цим користуються псевдолітературні критики і літературознавці. Значення таких графічних гібридів, утворених із двох узуальних слів унаслідок суміщення, конденсації смислів в одному слові, залежить від широкого контексту.

Графічне виділення компонента наприкінці слова. Прикладами таких новотворів є контамінати *адвоКАТ* ← *адво[кат]* + *[кат]* [Українська правда, 04.09.2003]; *таРИФ* ← *та[риф]* + *[риф]* [Дзеркало тижня, 1/13]; *СерйОЗНО* *бояЗНО?* Готуйся, поки не *ніЗНО* (сайт <https://znomathmlt.blogspot.com>). Кінцевий сегмент однієї лексеми може тоді виділятися, коли він за звуковим складом збігається з іншою лексемою:

Семантична структура неологізму *адвоКАТ* містить указівку на парадоксальне суміщення в одній особі двох ролей: захисника й ката (того, хто здійснює вирoki). Ідеться про В. Медведчука, який відіграв у долі В.Стуса роль і адвоката, і ката: «*Все могло бути зовсім інакше, якби у Стуса не було цього адвоКАТа*».

У графодериваті *неБЕЗПЕКА* виділяється частина, яка формально збігається з вихідним узуальним словом, що допомагає актуалізувати необхідність дотримуватися пожежної безпеки (*пожежна неБЕЗПЕКА*).

Контамінат на зразок *проРОСК* ← *про[рок]* + *[rock]* (*рок*) є назвою музичного фестивалю, на якому виконуються пісні в стилі рок на вірші Т. Г. Шевченка), становить гібридне утворення (власне український препозитивний формант й іншомовний компонент). Як бачимо, таке накладання твірних баз фонетично відповідає українському слову. В інновації *неREALний* графічне виділення також передано латиницею: *неREALні* (*канікули*) ← *REAL* (футбольний клуб) + *реальний*.

Кількаразове графічне виділення компонента можемо спостерігати на прикладах лексем *КаПКан* ← *капкан* + *[КПК]* (*Кримінально-*

процесуальний кодекс) [Український тиждень, 47/12]; *АВАНгардС* ← *Авангард* + [аванс] [Український футбол, 38/12, с. 12].

Аналіз такого типу контамінітів дає змогу зробити висновок, що особливістю таких є відсутність єдиного місця поєднання компонентів. Наприклад, другий компонент деривата *КаПКан* вичленовується в структурі першого компонента довільно, не відтворюючи послідовності написання. Наведена інновація характеризує особливості *КПК* (Кримінально-процесуальний кодекс) 2012 року, який узаконював переслідування владою своїх опонентів: «*КаПКан* для незгодних».

Трапляються контаміанти, які становлять собою виділення сегментів двох лексем у структурі третьої: *Козел* ← *козел* + [Ко]ломойський + [Зел]енський (стаття на сайті <https://enigma.ua>). Новотвір характеризується негативним емоційним забарвленням (співвідноситься з негативно конотованим словом *козел* – нерозумна, нахабна особа). Зазначимо, що наявність негативної чи позитивної конотації залежить від семантики стрижневого компонента, а зрідка – від контексту. Серед контамінітів цього різновиду фіксуємо здебільшого одиниці, які мають емоційно-експресивне й оцінне забарвлення.

Інновація *ЄВРОпоБАЧЕННЯ* демонструє накладання кінця основи першого компонента і омонімічної основи другого компонента: «*ЄВРОпоБАЧЕННЯ*» – *євробачення* + *побачення* [Україна молода, 14.01.2005, с.14] – про візит Сванте Стокселіуса, виконавчого директора «Євробачення» до Києва. У написанні таких інновацій доводиться використовувати графічне акцентування, оскільки вони формально й фонетично збігаються з одним зі своїх твірних слів, але мають інше значення, відмінне від мотивувальних баз. Зважаючи на такі особливості названих інновацій, їх можна кваліфікувати і як графодеривати, і як контаміанти.

Як засвідчує дібраний матеріал, контамінітів, супроводжуваних графічним виділенням окремих елементів, значна частина, що підтверджує

висновок про продуктивність сьогодні такого способу творення інноваційних контамінованих одиниць.

Як бачимо, такі лексеми не можуть сприйматися на слух. Лише їхнє прочитання допомагає правильно інтерпретувати значення новотворів: *ЗМі́ний* ← *ЗМІ* + *змі́ний*, *КРИМінальний* ← *Крим* (півострів) + *кримінальний*. Переважно в семантичній структурі таких дериватів наявні нарощені значення, супроводжувані пейоративною конотацією. Подекуди за допомогою виділення окремих літер автор сигналізує читачам про створення нового слова. Продемонструємо це положення ще й прикладом прикметника *ПіаРі́вський* ← *ПР* (Партія Регіонів) + *піа́рівський*: *ПіаРі́вські кандидати на виборах губернатора продемонстрували єдність* (<https://www.facebook.com>). Без такої вказівки мовцям було б важко інтерпретувати авторський новотвір.

Відповідна візуалізація необхідна й під час інтерпретування інновацій, утворених від назв ергонімів, політичних партій, банків тощо: *ні́дРОСТаючі́ бізнесмени* ← *РОСТ* + *ні́дростаючий*, *УДА́Рний* ← *ударний*+*УДА́Р* (партія *УДА́Р*), *ПРИВА́Тний* випадок ← *ПРИВА́Т*банк + *приватний*. Уважаємо, що основною умовою творення таких одиниць є каламбурне накладання виділених елементів семантично різних лексем.

Інколи, щоб зрозуміти значення нової одиниці, потрібно мати різнобічні фонові знання. Так, структура графічного контаміната *заМО́ТТаний* співвідноситься із твірним вербативом *замота́тися* і прізвищем італійського футболіста *Тьяго Мотта*. Тільки за таких умов можемо кваліфікувати семантику новотвору як той, «якого замотав Мотта» [Український футбол, 66/12, с. 4].

Висновки до розділу II

Отже, можемо зробити висновок, що графодеривація є виявом новітніх словотвірних тенденцій, основною функцією якої є створення смислової багатоплановості слова – актуалізацію не тільки поверхневого значення, але й тих смислів, що зумовлені внутрішньою формою слова і його асоціативним потенціалом. Виражаючи авторські емоції, графодеривати беруть участь у

створенні оцінних значень. Їхня прагматична функція засвідчує породжувальні можливості української мови: гра слів на морфемному рівні сприяє переосмисленню компонентів, завдяки чому вони привертають увагу читачів і глядачів. Графічне обігрування слова на сьогодні в сучасній українській мові є високопродуктивним явищем, яке демонструє креативні можливості мовної системи, оскільки застосування різних прийомів графічної деривації, унаслідок якої виникають одиниці незвичної форми, допомагає наситити будь-який текст експресивно-емоційними елементами, сприяючи приверненню уваги читачів і спонукаючи їх до ознайомлення з відповідним текстом.

Графічне словотворення як реалізація мовної гри є засобом суміщення смислів, актуалізації окремих сем або внутрішньої форми вихідного слова, способом псевдомотивації. Активізація графічних новотворів у текстах ЗМІ спричинена особливістю сучасної мовленнєвої комунікації – візуалізацією сучасного спілкування.

ВИСНОВКИ

Постійний розвиток суспільства, нові історичні умови та соціальні відносини сприяють появі інноваційних слів та значень, що відображають нові факти життя людей. Найрізноманітніші внутрішньо- та позамовні чинники впливають на мову з різною активністю в різні періоди її функціонування.

Найбільш поширеними термінами на позначення нових слів є неологізм, потенційне слово, okazіоналізм тощо. Okazіоналізмами називаємо слова, які характеризуються незвичністю, експресивним забарвленням, здебільшого вони утворюються з порушенням законів словотворення чи мовної норми, існують лише в певному контексті, у якому вони виникли.

Неологізмом є будь-яке нове слово, незалежно від умов, причин та способів його виникнення. Від неологізмів okazіоналізми відрізняються тим, що, незважаючи на час їхнього творення, завжди зберігають свою новизну. Вони можуть формувати оригінальні образи, породжуючи нові відтінки значень, оцінні конотації, виявляючи приховані можливості мовної системи.

Okazіональні одиниці можуть утворюватися як за узуальними, так і за неuzuальними способами деривації. Неuzuальними називають нетрадиційні, нетипові, специфічні способи творення, які характеризуються експресивністю, креолізованістю і є потужним засобом поповнення експресивно-оцінної лексики. Найпродуктивнішими неuzuальними способами продукування інноваційної лексики є: емансипація афікса, субституція, контамінація, графодеривація, гендіадис, голофразис.

У мові засобів масової інформації, мові реклами останніх десятиліть спостерігається інтенсивне продукування й використання одного з неuzuальних способів продукування okazіоналізмів – графодериватів. Активізація графічного способу словотворення аргументується потребою економії мовних ресурсів, а також демонструє значний креативний словотвірний потенціал мовної системи. Крім того, використання

оказіональних лексем із нестандартним графічним оформленням створює ефект незвичності й новизни, креативності, підвищує ступінь експресивності мовних текстів, що в свою чергу викликає асоціативні зв'язки, призводить до посилення ефективності впливу та реалізації основної прагматичної мети – привернення уваги реципієнтів.

Графічна деривація – виділення в слові якого-небудь елемента з метою перерозподілу окремих сегментів словоформи, тобто це спосіб творення слів, за якого дериваційним формантом виступають графічні й орфографічні засоби. Одиниці, що постали внаслідок такого способу словотворення називаються **графодериватами**, або **графіксатами**, які характеризуються візуалізацією, стилістичною маркованістю, okazіональністю й новизною.

Головною причиною виникнення таких одиниць є вплив сучасної постмодерністської культури, яка має специфічне розуміння сутності світу, мови, тексту: ідей інтертекстуальності, неминучості мовної гри, рівноправності, неієрархізованості різних кодів під час створення тексту, варіативності й невизначеності світів, що оточують людину.

Одним із найпоширеніших способів творення графодериватів є **капіталізація**, тобто виділення певного сегмента слова великими літерами з метою увиразнення й привернення уваги. А самі одиниці, що постали внаслідок такого графічного виділення, називаємо **неографізмами**. Неографізми можуть виконувати або сигнально-апелятивну функцію (як і поліграфіксати), тобто графічні виділення не впливають на зміну значення слова (**візуальні плеоназми**), або можуть спричиняти різноманітні семантичні зрушення. Виділені структурні елементи можуть мати самостійні значення і містити позитивні або негативні конотації. Подекуди такі графічні виділення спричиняють творення каламбуру, графону, мовної гри.

Фіксуємо також використання таких графічних виділень, як математичні й пунктуаційні знаки, піктограми, грошові символи, дефісація,

курсив, шрифт, підкреслення, гра з кольором, іконічні елементи. Поєднання вербальних і невербальних засобів називають ідеографіксацією.

Продуктивним також у сучасному дериваційному процесі є творення інновацій унаслідок одночасного використання двох засобів: контамінаційне поєднання кількох лексем і графічне виділення структурних елементів (**графогібридизація**). Виділення великими літерами у структурі контаміната спричиняє появу різноманітних асоціативних зв'язків із відповідними співзвучними лексемами. У твірному слові наявний сегмент, що за звучанням і написанням збігається з іншим словом, унаслідок чого відбувається переосмислення структури. Звукові асоціації уможливають поєднання двох лексем у межах однієї без зміни їхньої зовнішньої форми.

Виділяємо такі **структурні типи** графогібридів: графічне виділення компонента на початку слова; графічне виділення компонента в середині слова; графічне виділення наприкінці слова; кількаразове графічне виділення компонентів; графічне виділення, супроводжуване накладанням омонімічних твірних баз.

І в межах цього різновиду графодериватів в одній лексемі можуть поєднуватися знаки різних графічних систем з різними трансформаціями: може усікатися кінець латинської основи; подекуди фонетична форма переважає над орфографічною, унаслідок чого новостворена одиниця є омографом до українського слова, що може сприйматися як орфографічна помилка.

Робимо також висновок, що велике значення для розуміння графіксатів має мовленнєва і культурна компетентність мовців, а також візуалізація написаного.

Творення графодериватів відображає загалом тенденцію сучасної деривації до нівелювання чітких меж морфеми в структурі слова. Такі одиниці мають особливий словотвірний статус, вони є емоційно й експресивно забарвленими, у переважній більшості вимагають

дешифрування новоствореного слова, оскільки часто таке продукування пов'язане з накладанням, змішуванням, симбіозом значень твірних.

Як засвідчує аналіз фактичного матеріалу, графодеривати характеризуються збільшенням семантичного обсягу, семантичною компресією, що досягається різними засобами паронімічної гри із внутрішньою формою слова. Це сприяє максимальній інформативності тексту, а також створює різний стилістичний ефект.

Графодеривати можуть бути джерелом реалізації таких стилістичних прийомів, як **оксюморон**, **алюзія**, **каламбур**. Незвичні зовнішня й внутрішня форми ігрових контамінатів дозволяють перетворювати широкі описи на однослівні найменування, завдяки чому реалізується компресивна функція. Подекуди контаміновані графодеривати можуть виконувати текстотвірну функцію, коли слугують, наприклад, назвою літературних творів.

Фіксуємо також інші функції графіксатів – видільна, актуалізаційна, акцентна, а також сигнальна й інформативна. Крім того, такі новотвори можуть створювати смислову багатоплановість, посилювати авторські емоції, оцінки, брати участь у створенні іронії, таким чином підсилюючи образотворчість тексту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы /Л. П. Амири, С. В. Ильясова. – М. : Флинта, 2009. – 296 с.
2. Анісімова А. І. Лексична та семантична структура полілінгвальності англійської мови / А. І. Анісімова. – Дніпро : Вісник Дніпропетровського університету. Сер. : Мовознавство. – 2014. – Т. 22, вип. 20(1). – С. 3–8.
3. Бабенко Н. Г. Оказиональное в художественном тексте. Структурно-семантический анализ: Учебное пособие / Н. Г. Бабенко. – Калинингр. ун-т. – Калининград. – 1997. – 84 с.
4. Баранник Д. Х. Українська мова на порозі ХХІ століття / Д. Х. Баранник // Дослідження з лексикології і граматики української мови. –Д. : Навч. книга, 2000. С. 6–15.
5. Беданкова З. Е. Графическая игра в современной российской рекламе с позиций прагматики / З. К. Беданкова // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. — Пятигорск: ПГЛУ, 2009. — № 3. — С. 64–69.
6. Березовенко А. Інноваційні процеси: чинники / А. Березовенко. – К.: Ранок, – 2008. – 116 с.
7. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографічний і функціональний аспекти: монографія. Ніжин: ТОВ «Вид-во «Аспек Поліграф», 2005. 552 с.
8. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке/ А. А. Брагина // Пособие для студентов и учителей. – М.: Просвещение, 1973. – 224 с.
9. Брітікова К. В.Узуальне та окаяіональне в інноваціях сучасної української мови: тенденції оновлення лексико-словотвірної категорії назв особи: автореф. дис. ... канд. філол..наук: спец. 10.02.01 «Українська мова»/ К. В. Брітікова. – Харків, 2007. – 25 с.
10. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод., допов. та СД) [Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К.: Ірпінь: ВПФ «Перун», 2003. – 1440 с.

11. Віняр Г. М. Словник новотворів української мови кінця ХХ століття / Г.М. Віняр, Л.Р. Шпачук. – Кривий Ріг, 2002. – 181 с.
12. Волков С. С., Сенько Е. В. Неологизмы и внутренние стимулы языкового развития / С. С. Волков, Е. В. Сенько // Новые слова и словари новых слов. – Л.:Наука, 1983. – С. 40–58.
13. Гамерська І. І. Контамінація як спосіб словотвору / І. Гамерська // Молодий вчений. – 2018. – № 3 (55). – С. 27–31.
14. Гетьман З.О. Тексти з іконічним компонентом як результат креолізації комунікації // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Т. Г. Шевченка. – К.: КНУ, 2006.– № 40. – С.6–7.
15. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. пед. ун-та, 1996. 225 с.
16. Грищева Е. С. Элокутивный аспект изучения графической окказиональности в современной лингвистике: к постановке проблемы / Е. С. Грищева // Вестник Военного университета. — М.: Наука, 2011. – С. 82–87.
17. Гугунава Д. В. Специфика словопроизводства в литературной критике произведений постмодернизма [Электронный ресурс] : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Д. В. Гугунава. – Нижний Новгород, 2003. – Режим доступа : <http://cheloveknauka.com/spetsifika-slovoproizvodstva-v-literaturnoy-kritike-proizvedeniy-postmodernizma#ixzz3RI9o1BPr>.
18. Дюкар К. В. Інноваційні одиниці: оказіоналізми чи потенціалізми? / К. В. Дюкар // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Філологія. – 2012. – №1014. – Вип. 65. – С. 10–15.
19. Едлічка А. Інноваційні процеси та тенденції в сучасній мові. А. Едлічка // Слов'янська. – Варшава. 1976. – С. 11–22.
20. Ємчура Н. Р. Неологізація чеської суспільно-політичної лексики кінця ХХ – початку ХХІ століть.: дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. / Н. Р. Ємчура. – Київ. 2005. – 201с.

21. Завадська О. В. Феномен креолізованого тексту: актуальна проблема сучасних лінгвістичних досліджень. Лінгвістичні дослідження. 2016. Вип. 43. С. 163–169. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_lingv_2016_43_24)
22. Земская Е. А. Словообразование как деятельность / Е. А. Земская. – М.: Изд-во КомКнига, 2005. – 224 с.
23. Изотов В. П. Неузואальные способы словообразования: Конспекты лекций по спецкурсу / В. П. Изотов, В. В. Панюшкин. – Орел, 1997. – 40 с.
24. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. — М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 296 с.
25. Карпіловська Є. А. Неузואальне словотворення : правила «гри без правил» / Є. А. Карпіловська // Вісник Київського національного лінгвістичного ун-ту : Серія : Філологія. – 2005. – Т. 8. – № 1. – С. 106–117.
26. Кашуба. З. Інноваційні процеси в сучасній українській літературній мові та їх віддзеркалення у прозі Лариси Денисенко / З. Кашуба. К.: Наук. конференції, 2014. – 40 с.
27. Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі [монографія] / Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк; НАН України. Інститут мовознавства імені О. О. Потебні. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго. 2008. – 335 с.
28. Колоїз Ж. В. Українська окаяональна деривація: [монографія] / Ж. В. Колоїз. – К. : Акцент, 2007. – 311 с.
29. Колоїз Ж. В. До питання про диференціацію основних понять неології / Ж. В. Колоїз // Вісн. Запорізьк. ун-ту. Філол. науки. – 2002. – № 3. – С. 81–87.
30. Колоїз Ж. В. Основні підходи до визначення лінгвістичного статусу неологізму / Ж. В. Колоїз // Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету: Філологічні студії. – 2008. – Випуск 1. – С. 27–36.
31. Колоїз Ж. В. Неузואальне словотворення : [монографія] / Ж. В. Колоїз. – Кривий Ріг : НПП Астерікс, 2015. – 156 с.

32. Космеда Т. Мовна гра у системі лінгвістичних термінів / Т. Космеда // *Культура слова*. – 2011. – Вип. 74. – С. 137–141.
33. Кочерган М. Українська мова:Енциклопедія. / М. Кочерган // – До.:Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана. 2000. – С. 422–423.
34. Крутько Т. В. Телескопія як різновид компресійного словотвору (на матеріалі рекламних текстів) // *Сучасні проблеми гуманітаристики: світоглядні пошуки, комунікативні та педагогічні стратегії* : Зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф. (Рівне, 6 грудня 2012 р.). – Рівне : РІ КУП НАН. 2012. – С. 110–112.
35. Мазурик Д. В. Інноваційні процеси в лексиці сучасної української літературної мови (90-і роки ХХ ст.): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова» / Д. В. Мазурик. – Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л., 2002. – 19 с.
36. Мариненко П. І. Лексичні новотвори в сучасній іспанській мові: структурний та семантичний аспекти: Автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.05 / П. І. Мариненко. // Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ. 2006. 15 с.
37. Мартінцова О. Актуальні проблеми неологізмів та неологізації / О. Мартінцова // *Філологічні студії*. – Прага: Кароліnum. 1978. – С. 11–28.
38. Мельник С. М. Графодеривація в українській постмодерністській прозі / С. М. Мельник // *Наук. записки Нац. ун-ту «Острозька академія»*. – Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2013. – Сер. : Філологічна. – Вип. 35. – С. 213–215.
39. Назаренко І. Графодеривація як соціолінгвальний маркер сучасної української мови. *Діалог мов – діалог культур. Україна і світ: мат-ли V Міжнародної наукової Інтернет-конференції з україністики*. 2014. С. 142–148.
40. Наугольных Е. А. Графическое словообразование в авторском словотворчестве: особенности перевода // *Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики*. – 2017. – № 1. – С. 43 – 50.

41. Нелюба А. М. Лексико-словотвірні інновації (1983-2016): Словник / А. М. Нелюба // Харківський національний ун-т ім. В. Каразіна; Харківське історико-філологічне товариство. – Х.: ХНУ, 2016. – 270 с.
42. Нелюба А. Потенційні і нові слова в контексті словотвірної номінації / А. Нелюба // Науковий вісник Херсон. держ. ун-ту. – Херсон, 2008. – Серія : Лінгвістика. – Вип. 6. – С. 58–63.
43. Нелюба А. М. Сучасна ідеологія в дослідженні явищ словотвірної номінації / А. М. Нелюба // Вісник ХНУ. – 2004. – №627. – Серія: Філологія. – Вип. 40. – С. 14–18.
44. Нелюба А. М. Явища економії в словотвірній номінації української мові. / А. М. Нелюба. – Харків: «Майдан». 2007. – 276 с.
45. Олексенко О., Тимченко І. Емоційно забарвлені інновативні деривати в сучасному політичному дискурсі / О. Олексенко, І. Тимченко // Ритми сучасної філології: до 50-річчя професора Т. А. Космеди: Збірник наукових статей /// Упоряд. Ф. С. Бацевич. – Львів: ПАіС, 2007. – С. 117–125.
46. Поліщук Н. Активність інноваційних процесів у словниковому складі сучасних мас-медіа / Н. Поліщук // Вісник нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології». – 2016. – № 842. – С. 146–150.
47. Попова Т. В. Графиксация как способ визуализации современной письменной коммуникации / Т. В. Попова // Лингвистика креатива-2: коллективная монография / под общ. ред. проф. Т. А. Гридиной. — 2-е изд. – Екатеринбург : ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед.ун-т, 2012. — С. 199–234.
48. Попова Т. В. Современные графо-орфографические игры: Коммуникативные удачи и неудачи (на материале графиксатов русского языка рубежа XX-XXI вв.) / коллективная монография «Лингвистика креатива – 2» под ред. проф. Т. А. Гридиной / Т. В. Попова. – Екатеринбург : ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2012. – С. 199 – 233.

49. Руденко С. М. Мовна гра як інструмент творення ергонімів. Тенденції та перспективи формування професійної лексики. Вип. 9. Ірпінь, 2019. С. 45 – 49.
50. Русин М. И. Виды языковой игры в рекламном тексте на фонетическом и графическом уровнях (на материале польского и русского языков) / М. І. Русін // Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур : пам'яті академіка Л. Булаховського. – К. : Київськ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2007. – Вип. 7. – С. 200–211.
51. Самыличева Н. А. Особенности графического словообразования в современных СМИ. Вести Волгоградского гос. ун-та. Серия 2 Языкознание». 2010. № 2 (12). С. 192.
52. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля; Київ, 2006. – 716 с.
53. Словник іншомовних слів за ред. О. С. Мельничука. – 2-е видання, випр. і доп.– Київ: Головна редакція «Українська радянська енциклопедія» (УРЕ), 1985 – 966 с.
54. Словник української мови : в 11 т. / АН УРСР, Ін-т мовозн. ім. О. О. Потебні; [голов. ред. І.К. Білодід]. – К.: Наукова думка, 1970. – 1980 с.
55. Сметанина С. И. Медиа-текст, в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века / С. И. Сметанина. – СПб : Михайлова В. А., 2002. – 383 с.
56. Смущинська І. В. Фігури слова і сучасний дискурс. Мовні і концептуальні картини світу : збірник наукових праць / відп. ред. О. І. Чередниченко. Вип. 29. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2010. С. 284–289.
57. Стишов О. А. Українська лексика кінця XX століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) / О. А. Стишов. – [2-ге вид., переробл.]. – К.: Пугач, 2005. – 388 с.

58. Стратулат Н. В. Інноваційна лексика як результат соціальних умов мовного існування (на матеріалі тлумачного словника української мови в 20-ти томах) / Н. В. Стратулат // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 8: Філологічні науки (мовознавство) : зб. наук. праць. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2014. – Вип. 6. – С. 207-213.
59. Таран А. А. Мовна гра як засіб створення вторинної номінації. С. 87–91. URL: ling-ejournal.cdu.edu.ua
60. Тищенко О. Мова Помаранчевої революції / О. Тищенко // Українська мова. – 2005 – № 4. – С. 77–87.
61. Томашевский Б. В. Теория литературы. Поэтика / Б. В. Томашевский. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 231 с.
62. Турчак О. М. Оказіоналізми в мові української преси 90-х років ХХ ст.: дис. канд. філол. наук / О. М. Турчак. – Дніпропетровськ, 2005. – 256 с
63. Українська мова: Енциклопедія / Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України. – 3-є видання. – К.: Українська енциклопедія, 2007. – 852 с.
64. Улуханов И. С. Окказиональные способы словообразования в современном русском языке/ И. С. Улуханов // Известия АН : Серия литературы и языка. – М.: Наука, 1992. – С. 3 – 18.
65. Федурко М. В. Оказіональні словозрощення в сучасному художньому мовленні: функції та структурні типи / М. Федурко // Рідне слово в етнокультурному вимірі: зб. наук. праць / Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка. – Дрогобич: Посвіт, 2015.– С. 273–284.
66. Фельдман Н. И. Окказиональные слова и лексикография / Н. И. Фельдман // Вопросы языкознания. – Москва, 1957. – № 4. – С. 64–73.
67. Хоменко Г. Є. Функціонування графону в інформаційних текстах. Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія № 8 «Філологічні науки (мовознавство)» : збірник наукових праць / відп. ред. О. І. Леута, С. В. Шевчук. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012. Вип. 4. С. 199–205.

68. Цонева Л. М. Языковая игра как проявление креативности в медиатексте / збірник наукових праць «Лінгвістика» №3 / Л. М. Цонева. – Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2011. – 172-178 с.
69. Чемеркін С. Г. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси. Київ, 2009. 240 с.
70. Черемхівка Г. Є. Тропи і фігури у медіатекстах початку ХХІ ст. : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Кривий Ріг, 2015. 213 с.
71. Щурина Ю. В. Игровые стратегии в дискурсе современной массовой коммуникации. Современная филология: актуальные проблемы, теория и практика. Красноярск, 2007. С. 82–87.

АНОТАЦІЯ

Кресніна Ю. М. *Графодеривація як спосіб творення інноваційної лексики в сучасній українській мові* / Ю.М.Кресніна. – Харків, 2022. – 71 с.

Кваліфікаційну роботу присвячено структурно-семантичним та функційним особливостям графодеривації як неuzuального способу творення інноваційної лексики. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури (71 позиція).

У першому розділі здійснено теоретичне осмислення досліджуваного явища: розглянуто внутрішньомовні та позамовні чинники формування інноваційних одиниць, проаналізовано погляди вчених на класифікацію інновацій, розмежування термінів «неологізм», «оказіоналізм», окреслено основні підходи мовознавців до класифікації неuzuальних способів деривації.

У другому розділі з'ясовано сутність графічної деривації, на матеріалі української мови встановлено структурно-семантичні різновиди графодериватів, а також їхні функційні особливості.

Узагальнення напрацювань мовознавців та аналіз фактичного матеріалу виявили, що унаслідок графодеривації продукуються одиниці, які характеризуються візуалізацією, стилістичною маркованістю, оказіональністю і новизною. Графодеривація може бути окремим способом творення інноваційної лексики, найпоширенішим різновидом якого є капіталізація (виділення певного сегмента слова великими літерами з метою увиразнення й привернення уваги), а також може супроводжувати інші способи продукування інновацій, зокрема контамінацію (графогібридизація). Графодеривація є виявом новітніх словотвірних тенденцій, демонструє креативні можливості мовної системи. Графодеривати можуть виконувати інформативну, текстотвірну, актуалізаційну, компресивну тощо функції.

Ключові слова: дериват, інноваційна лексика, графодеривація, графіксат, капіталізація, контамінат.

SUMMARY

Kresnina Yu. M. Graph-derivation as a way of creating innovative vocabulary in the modern Ukrainian language / Yu.M. Kresnina. – Kharkiv, 2022. – 71 p.

The qualification work is devoted to the structural, semantic, and functional features of graph-derivation as a non-usual way of creating innovative vocabulary. The work consists of an introduction, two chapters, conclusions, and a list of references (71 items).

In the first chapter, a theoretical understanding of the researched phenomenon is carried out: the intra-linguistic and extra-linguistic factors of forming innovative units are considered, the views of scientists on the classification of innovations, the distinction between the terms “neologism”, “occasionalism” are analysed, the main approaches of linguists to the classification of non-usual methods of derivation are emphasised.

In the second chapter, the essence of graphic derivation is clarified, and structural and semantic varieties of graphic derivatives and their functional features are established on the material of the Ukrainian language.

The generalisation of the linguists’ work and the analysis of actual material revealed that units produced as a result of graph-derivation are characterised by visualisation, stylistic markedness, occasionality and novelty. Graph-derivation can be a particular method of creating innovative vocabulary, the most common type is capitalisation (highlighting a specific segment of a word with capital letters to emphasise and attract attention). It can also accompany other methods of producing innovations, particularly contamination (graph-hybridisation). Graph-derivation manifests the latest word-formative trends, demonstrating the language system’s creative possibilities. Graph derivatives can perform informative, text-creating, updating, and compressive functions.

Keywords: derivative, innovative vocabulary, graph-derivation, grapheme word, capitalisation, telescope word.