

brew and assume the same tendency in Ukrainian language. According to this problem, very important issue is appearance of new words – neologisms. Its purpose and functions in postmodern literature on the whole and in the novels by Evgen Pashkovsky has been analyzed in the article.

*Ніна Лозова*

## Моделі творення нових слів (на матеріалі словників «Нові і актуалізовані слова та значення»)

У статті робимо спробу дослідити новоутворення, що увійшли до складу словників «Нові і актуалізовані слова та значення» за 2010 [4] та 2011 [5] роки (останній – у рукописі).

Йдеться про лексеми, що є похідними до вже зафіксованих у словниках.

У створенні словникових матеріалів ми послуговувалися джерелами з пошукових систем Яндекс та Google та окремих сайтів, поряд з указівкою на які проставлено дату пошуку, а також творами письменників Ю. Андруховича «Дванадцять обручів» та Л. Дереша «Культ».

Розглядувані новотвори можна умовно поділити на такі лексеми, що є синонімічними до вже наявних, і такі, де за допомогою певної словотвірної моделі виникає слово з іншою семантикою.

До першого типу можна зарахувати слова *бейдж* («Виготовлені бейджі... можна отримати 16 березня 2011 р. з 12:00 до 16:00» – UFW, 17.04.11); *велемовство* («У трепеті замріяної тиші Чи в злеті велемовства гомінкого Здіймусь сльозою в небо, де у вишніх Оселі Бога» – УХП, 15.05.11); *домогосподиня* («Великий вибір .. – втілення мрій кожної домогосподині» – І-М меблів, 26.02.11) і подібні, що є синонімами до вже відомих (*бейджик*, *велемовність*, *домогосподарка*). Ці новотвори є, за Л. П. Дідківською і Л. О. Родніною, різносудіфнісними дериватами [2: 88], функціонують паралельно з уже наявними і не додають відтінків ні семантично, ні стилістично.

Другий тип лексем значно поширеніший і складений з групи слів, які набули нового семантичного компонента, залишаючись у межах тієї самої УДК 811.161.2:06.373

частини мови, що й вихідне слово, і таких, що утворені за допомогою афіксів і належать до граматичної категорії, відмінної від вихідного слова.

Розглянемо лексеми, де завдяки словотвірним компонентам змінено семантику, але деривати належать до тієї самої граматичної категорії, що й вихідне слово. Йдеться насамперед про морфологічний спосіб творення, найпродуктивніший в українській мові.

Словотвірні моделі залишаються тими самими, що й у попередні десятиліття.

Це дієслова (*дограбувати, вкуритися, жартанути* та ін.), іменники (*еміратець, креольство, лузерство* та ін.) тощо.

У монографії «Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі» [1: 151–173] автори, за І.Франком, наголошують на інтелектуалізації української мови, вираженій, зокрема, у творенні абстрактних іменників з суфіксами -аці(я), -ство(о). Прикладами такої інтелектуалізації, безумовно, є лексеми *коаліціада, колаборантство* і подібні.

Наведені нижче новотвори не є системними для мови. Це, зокрема, утворення *овдовити*, де дієслово обіграно за зразком *жона*→*оженити*, через що змінюється дієвідміна – і дієслово стає перехідним (на відміну від неперехідного дієслова *овдовіти*) – «*У вашого вчителя запалення легенів, і він себе зовсім не береже, хоче мене овдовити*» (Дереш).

Дещо нетрадиційним є творення слів шляхом депрефіксації. Іменник *формал* – утворення за допомогою нульового префікса – не є характерним явищем для українського словотворення: «*Деякі видатні світила .. сходяться на думці, що «пацан» та «чувак» є, відповідно, евфемізмами слів «формал» та «неформал»*» (Дереш). Обидві лексеми (*овдовити* і *формал*) є авторськими неологізмами, і, відповідно, уживані вони в контексті, де є протиставлення відомих раніше слів і новотворів. До подібних належить і перехідне дієслово *вовтузити* (за наявності неперехідного *вовтузитися*, де відкинуто постфікс («*І молодим поетам ніяково мовчати, проводять вебінари, вовтузять чати*» – Поезія).

Новотвори повністю відповідають висловлюванню З. Сікорської, яка зазначає: «Двома обов'язковими ознаками дериваційних відношень є похідність за формою і мотивованість за змістом, тобто словотвірна похідність завжди формально-семантична» [6; 89].

Основна частина досліджуваних слів, утворених за допомогою афіксації, належить до іншої частини мови, ніж твірні лексеми. Це найпоширеніші моделі творення відіменникових прикметників (*архетипний, безпековий, газотрейдерський, гіпівський, інтернетівський, мережевий, парковочний,*

*прометейський, сатиричний, секондхендівський, сімдесятиницький, Спасовий, фентезійний, цілительський*); відприкметникових прислівників (*довідково, корінно, корупційно, кулуарно, летючо, машинно, позабюджетно, світлоносно*); віддієслівних дієприкметників (*здеградований, ненавиджений, підкиданий, призбируваний, розвалюваний, скуповуваний*) та іменників (*весніння, віднайдення, вітражування, зарегульованість, колорування, накурка, пережиття, повертальник, похудіння, простежуваність, простоювання, султанування*); відприкметникових іменників (*заміжність, затратність, колористичність, компромісність, кулуарність, малоросійство, підвальник, природоохорона, ринковик, серіальність, советськість, сонцедайність, тіньовізм*); віддієприкметникових іменників (*навантаженість, наелектризованість*).

Дієслово *рейтингувати* утворено від дієслова *рейтингувати*. Цю лексему слід додати до гнізда, наведеного Є. А. Карпіловською (*рейтинговий, рейтингувати, рейтингування, рейтинговість*) [3: 29].

Деякі новотвори є вихідними від нереалізованих (потенційних) лексем. Так, дієслів *чипувати* і *оявнити* не зафіксовано, однак є іменники *чип* і *ява*. У досліджуваному матеріалі натрапляємо на *чипування*, яке має сему дії («*Чипування тварин – це новітня, нешкідлива і безболісна процедура ідентифікації вихованця*» – Гранд, 23.06.10). Іменник *оявнення* має значення дії і стану («*Смерть як оявнення сутності, чи то пак повернення до себе додому*» – Андрухович). Таким чином іменники походять від іменників опосередковано. Так само, як і *реалітетник* ← *реалітетний* ← *реалітет* – слова, які за семантикою далеко відійшли від іменника *реальність* (від *реальний*) – «*Про тверезих романтиків, наївних реалітетників та європейські поривання*» (назва) (УП, 14.02.2011).

Дієприкметники *зонований, напарфумлений* і *маргіналізований* походять відповідно від іменника та прикметника через відсутнє дієслово («*Моделі матраців заввишки 35 і 44 см на зонованому блоці Покет Спрінг*» (І-М меблів); «*Версія про заблукалого між трьох сосон віденського роззяву в чорному циліндрі й напарфумлених рукавичках*» (Андрухович); «*Однією із..., здавалося б, безнадійно маргіналізованої національно-культурної групи советських людей стало взаємне розчарування двох основних інших груп (спільнот) українських громадян*» (УП, 14.02.2011). У Ю. Андруховича в «*Дванадцяти обручах*» уживано також дієприкметник *здизайнований*.

Спосіб творення слів осново- або словоскладанням притаманний публіцистичній лексиці (*експортнозалежний, експортноорієнтований, книгорозповсюджувач, україножер*). Чимало таких лексем і в авторській неології

(врокознімач, інтернетрі, самокорисливий, самоправедний, цілопалення). Остання лексема (інтернетрі) – творче переосмислення компонентів складного слова – гра слів, на яку нерідко натрапляємо останнім часом у публіцистиці та художній літературі.

Наведені нижче словникові статті двох словотвірних гнізд є фрагментами матеріалів до словника нових слів за 2011 рік. На прикладі цих статей можна судити про словотворчі можливості лексем іншомовного походження.

ДЕМОТИВАТОР, а, ч. 1. Той, хто спричинює демотивацію. *Не останнім за значимістю демотиватором є суб'єктивізм керівництва при прийнятті рішень про переміщення співробітників* (Яндекс, 22.05.11).

2. Тс. демотиваційний постер. *Останні роки в інтернеті набули широко-го поширення демотиватори — зображення з відповідним, часто гумористично-іронічним підписом* (УХП, 27.02.11).

ДЕМОТИВАЦІЙНИЙ, а, е. Прикм. до демотивація. *Вони [надурочні роботи] можуть здійснювати як значний мотиваційний, так і демотиваційний вплив на працівника* (Яндекс, 22.05.11).

△ Демотиваційний постер – зображення, перев. чорного кольору, яке складається з картинок в рамці з написами-слоганами – коментарями до цієї картинки. *Демотиватор (демотиваційний постер) — зображення-макрос, що складається з картинки в рамці і напису-слогана, що коментує її* (Яндекс, 22.05.11).

ДЕМОТИВАЦІЯ, її, ж. Відсутність причиново-наслідкового зв'язку між якими-н. діями, явищами, учинками. *Досвід показує, що пропонувані нами дії дійсно допомагають боротися з демотивацією* (Яндекс, 22.05.11); *Демотивація – це «убивця» продуктивності працівника* (Google, 22.11.12).

ДЕМОТИВУВАЛЬНИЙ, а, е. Який демотивує кого-, що-н. *Демотивувальною виявляється робота, яка структурована таким чином, що кінцевий результат видно тільки в кінці довгого відрізка* (Яндекс, 22.05.11).

ДЕМОТИВУВАТИ, ую, уєш, недок. і док., що. Позбавляти (позбавити) мотивації кого-, що-н. *Мотивацією цього проекту є демотивувати безпідставні розмови про неспроможність випуску вільної студентської періодики* (Яндекс, 22.05.11).

FASHION [фешн]. Тс. фешн. *Як підказує досвід попередніх фестивалів «Київ fashion», переважна більшість учасників – це торговельні підприємства, що продають на українському ринку закордонні одяг та текстиль* (Яндекс, 29.05.11).

Fashion week – Тиждень моди. *Ukrainian Fashion Week (Український тиждень моди)* — єдиний в Україні визнаний *Тиждень прет-а-порте* у сфері моди (Вікіпедія, 29.05.11).

FASHION-... [фешн]... Тс. фешн-..., напр.: *fashion-ілюстра́тор, fashion-подія, fashion-портал, fashion-спільно́та* та ін.

FASHION-АКЦІЯ [фешн а́кція], ії, ж. Тс. фешн-а́кція. У 16 років – колекція вечірніх суконь «Мрак», без якої не обходиться жодна *fashion-акція* м. Харкова. У 17 років – колекція «Скажи ні наркотикам» (Google, 29.05.11).

FASHION-БІЗНЕС [фешн бі́знес], у, ч. Тс. фешн-бі́знес. Організатори фестивалю «KYIV FASHION» проводять спеціалізовану виставку *франчайзингу* у *fashion-бізнесі* «Купуй Fashion-Бізнес!» (Яндекс, 29.05.11).

FASHION-ДИЗАЙНЕР [фешн диза́йнер], а, ч. Тс. фешн-диза́йнер. Лавки створені за ескізами відомих українських *fashion-дизайнерів* (Яндекс, 29.05.11).

FASHION-ІНДУСТРІЯ [фешн інду́стрія], ії, ж. Тс. фешн-інду́стрія. Сьогодні «Майстерня моди» – це школа, де Ви можете .. сказати своє слово в українській *fashion-індустрії* (Яндекс, 29.05.11).

FASHION-КОНСУЛЬТА́НТ [фешн консу́льта́нт], а, ч. Тс. фешн-консу́льта́нт. Катерина Орехова – .. *баср, fashion-консультант, творець проекту* (Google, 29.05.11).

FASHION-РЕДАКТО́Р [фешн реда́ктор], а, ч. Тс. фешн-реда́ктор. Саме завдяки роботі *fashion-редактором* вона отримала неоціненний досвід і з успіхом дебютувала в українській модній індустрії (Google, 29.05.11).

FASHION-РИНО́К [фешн рино́к], нку, ч. Тс. фешн-рино́к. Торгова марка «andre TAN» була створена на Українському *fashion-ринку* у 2000 році (Google, 29.05.11).

ФЕШН (англ. fashion – мода, стиль), ім., невідм., с. Мода; те, що є модним. Простір українського фешн наполегливо розширюється по всьому світу завдяки безперечному таланту та неймовірній працьовитості вітчизняних дизайнерів (Яндекс, 29.05.11).

ФЕШН-... Перша частина складних слів зі значенням модний, напр.: *фешн-за́хід, фешн-по́каз, фешн-проє́кт, фешн-фотограф* та ін.

ФЕШН-АКЦІ́Я, ії, ж. Акція, пов'язана з модою, модними товарами, брендами і т. ін. *Український Тиждень Моди* .. став першою професійною *фешн-акцією* на території Східної Європи (UFW, 6.03.11).

ФЕШН-БІ́ЗНЕС, у, ч. Бізнес, пов'язаний з модою, модними товарами, брендами і т. ін. Раніше інвестувати у *фешн-бізнес* було недоцільно, адже він потребує «довгих» грошей (Яндекс, 29.05.11).

ФЕШН-ДИЗАЙНЕР, а, ч. Дизайнер модних речей: одягу, взуття, меблів і т. ін. *Vazaar Fashion Forward* – це проект для молодих (до 32 років) фешн-дизайнерів, стилістів, фотографів (UFW, 6.03 11).

ФЕШН-ІНДУСТРІЯ, іі, ж. Індустрія, пов'язана з модою, модними товарами, брендами і т. ін. *Своє головне завдання оргкомітет вбачає не так у просуванні українських брендів за кордон, як у побудові та розвиткові вітчизняної фешн-індустрії* (UFW, 6.03 11).

ФЕШН-КОНСУЛЬТАНТ, а, ч. Консультант з модних речей: одягу, взуття, меблів і т. ін. *На Український Тиждень Моди завітають спеціальні гості: Dji Dieng (Джі Дієнг) – супермодель світового рівня, .. Ronald Denis (Рональд Деніс) – засновник GFM, фешн-консультант (Бельгія)* (UFW, 6.03 11).

ФЕШН-РЕДАКТОР, а, ч. Редактор журналу мод. *На Український Тиждень Моди завітають спеціальні гості: Dji Dieng (Джі Дієнг) – супермодель світового рівня, .. Renata Fontanelli (Рената Фонтанеллі) – фешн-редактор журналу «La Repubblica» (Італія)* (UFW, 6.03 11).

ФЕШН-РИНОК, нку, ч. Ринок модних товарів. *Нові можливості у просуванні наших дизайнерів на зовнішні ринки будуть активно обговорюватися .. з учасниками міжнародної програми «Перспективи нових фешн-ринків у європейському модному просторі»* (UFW, 6.03 11).

Останнє гніздо є складним утворенням. Слова, що входять до нього, що характерне для новотворів, – поєднання написання слів кирилицею та латиною. Причому якщо слово фешн подано як латиною, так і кирилицею, то в складних словах другу – кириличну основу додано до обох форм написання – і кириличних, і латиною (*fashion-бізнес* і *фешн-бізнес*, *fashion-дизайнер* і *фешн-дизайнер*, *fashion-редактор* і *фешн-редактор*).

Як бачимо, якщо перше гніздо (демотивувати) адаптовано до системи словотворення української мови, то гніздо фешн перебуває в процесі адаптування.

Представлені гнізда є прикладом адаптування іншомовної лексики. Наведені лексеми досить активні у творенні похідних.

Таким чином, новоутворення активно залучені в словотворчі процеси за моделями, притаманними українській мові. Причому іншомовні лексеми теж стають вихідними для цілого ряду гнізд, адаптуючись до мови. Ті ж нетрадиційні словотвірні моделі, які ми наводимо, в основному спостерігаємо у творах художньої літератури, де вони саме служать художньому задуму автора.

### Література

1. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі /Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. – К., 2008. – 336 с.
2. Дідківська Л П., Родніна Л. О. Словотвір, синонімія, стилістика. – К., 1982. – 170 с.
3. Карпіловська Є. А. Тенденції розвитку сучасного українського лексикону: чинники стабілізації інновацій // Українська мова. – 2008. – №1. – С. 24–35.
4. Нові і актуалізовані слова та значення. Словникові матеріали 2002–2010 / В.О. Балог, Н.Є. Лозова, Л.О. Тименко, О.М. Тищенко. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. – 280 с.
5. Нові і актуалізовані слова та значення. Словникові матеріали 2010–2011 / В.О. Балог, Н.Є. Лозова, Л.О. Тименко, О.М. Тищенко. – у рукописі.
6. Сікорська З. Словотворчі частини похідного слова //Актуальні проблеми українського словотвору /за ред. В. Грещука. – Івано-Франківськ: Плай, 2002 – С. 89–97.

### Джерела

Андрухович	Юрій Андрухович Дванадцять обручів. – Режим доступу: <a href="http://lib.aldebaran.ru">http://lib.aldebaran.ru</a> .
Вікіпедія	Вікіпедія. – Режим доступу: <a href="http://uk.wikipedia.org/wiki">http://uk.wikipedia.org/wiki</a> .
Гранд	Ветеринарний центр «Гранд». – Режим доступу: <a href="http://grandvet.kiev.ua">http://grandvet.kiev.ua</a> .
Дереш	Любко Дереш Культ. – Режим доступу: <a href="http://lib.aldebaran.ru">http://lib.aldebaran.ru</a> .
I-M меблів	Інтернет-магазин меблів. – Режим доступу: <a href="http://www.all-mebli.com.ua">http://www.all-mebli.com.ua</a> .
Поезія	Поезія та авторська пісня України. – Режим доступу: <a href="http://poezia.org/ua">http://poezia.org/ua</a> .
УП	Українська правда. – Режим доступу: <a href="http://www.pravda.com.ua">http://www.pravda.com.ua</a> .
УХП	Українська християнська поезія. – Режим доступу: <a href="http://vavgunyuk.com.ua">http://vavgunyuk.com.ua</a> .
UFW	Ukrainian Fashion Week. – Режим доступу: <a href="http://www.fashionweek.com.ua">http://www.fashionweek.com.ua</a> .

### Nina LOZOVA

#### **Formation models of new words (on the base of the dictionaries materials «New and actualized words and meanings»)**

In this article we explore neoformations, which are entered to the dictionaries materials «New and actualized words and meanings» by 2010 and 2011 years (the last

one – as the manuscript). Viewed lexemes are derivatives of the already fixed words in dictionaries.

There are two of world-building families of neoformations taken from the dictionaries materials of new words by 2011.

*Оксана Олійник*

## Вивіски Києва: деякі аспекти номінації

Вивчення мови міста на сьогодні є перспективним напрямком розвитку науки про мову, найяскравіше традиції та тенденції номінації відображені в писемних текстах міського простору, наприклад, вивісках, які унаочнюють та фіксують динамічні процеси в мовному житті суспільства, дають уявлення про співвідношення мов у просторі міста й важливу інформацію про мовну картину міста загалом, а також дають змогу отримати певні висновки й узагальнення за зіставленнями з іншими мовами.

Об'єктом дослідження в цій статті є надземні вивіски українською мовою у м. Києві. Завдання нашої роботи – дослідити особливості номінації закладів саме українською мовою. У деяких випадках через спільний для української й російської мов кириличний шрифт важко визначити напевно, якою мовою написана вивіска, у такій ситуації послуговуємося словами на тому самому знаку або іншим текстом на тому самому закладі.

На думку М. В. Китайгородської, назву міського об'єкта слід аналізувати в контексті всього інформативного простору вивіски, включно з вербальним, графічним (типи шрифтів та їхнє взаємопідпорядкування) й зображувальним рядом [6: 148]. Специфіка нашого дослідження передбачає зосередження на власне текстовому матеріалі вивіски, невербальний складник враховувати-мемо лише тоді, коли він необхідний для інтерпретації самої назви.

Загалом вуличні тексти, зокрема рекламні, є вагомим складником мовного простору міста. Головним завданням імен міських об'єктів – урбанонімів – є виділення об'єкта серед низки йому подібних [4: 128], а реклама не тільки інформує про продукт, привертає увагу споживача до нього, мотивує покупця до придбання товару, а також встановлює й підтримує тривалі відносини між споживачем і компанією.

УДК 811.161.2'373