

„ВОГНЕХРЕЩЕ” АБО НЕОЛОГІЗМИ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ВІЙСЬКОВОГО ПРОТИСТОЯННЯ

Ольга КИРИЛЮК (Кіровоград, Україна)

У статті здійснено дослідження неологізмів та okazіоналізмів, утворених на фоні суспільно-політичної ситуації в Україні кінця 2013 – початку 2015 року. Увага зосереджена на їхніх семантичних та словотвірних особливостях. Розглянуто вплив екстра- та інтралінгвальних чинників на творення таких лексичних одиниць.

Ключові слова: *неологізми, okazіоналізми, внутрішня семантика, пейоративи, меліоративи.*

The paper studies neologisms and occasionalisms formed on the background of socio-political situation in Ukraine in late 2013 – early 2015. The focus is on their semantic and word-building peculiarities. The influence of extra- and intralinguistic factors on the formation of lexical units is considered.

Key words: *neologisms, psycholinguistic features, internal semantics, pejoratives, melioratives.*

Постановка проблеми. Інформативність, оцінність та емоційна забарвленість є важливими складниками формування внутрішнього змісту лексичних одиниць. Оцінність в науковій літературі визначають як „семантичну категорію, яка, ґрунтуючись на протиставленні часткових значень негативної, позитивної чи нейтральної оцінки, передає ставлення мовця до названого предмета, явища чи поняття” [8]. Ця категорія є визначальною, оскільки відображає особливості світоглядної парадигми мовців, тобто певної „картини світу”. Поняття “картина світу”, за словами Т. А. Космеди, стало основним смисловим базисом, на якому тримається вся логіко-семантична система мови, а факт відображення у мові світогляду і світовідчуття як окремих індивідів, так і цілих людських груп дозволяє вважати мову специфічним знанням, поряд із знанням інтуїтивним, безпосереднім та науковим, теоретичним [5: 7].

Даючи оцінку певним об’єктам, закладаючи її в назву, мовці в першу чергу висловлюють своє ставлення до певних реалій відповідно до системи культурних концептів „добро-зло”, „любов-ненависть”, „хороше-погане” та ін. Існує кілька класифікацій оцінного тезауруса сучасного мовця. В основі класифікації Н. Д. Арутюнової лежить взаємодія суб’єкта оцінки з її об’єктом. Відповідно до цього виділено три групи частково оцінних значень: сенсорні; сублімовані; раціоналістичні оцінки [1: 75]. Три різновиди оцінок виділяє Т. І. Вендіна [3: 41–48]: оцінки-афективи, що відображають безпосереднє чуттєве сприйняття зовнішнього світу; оцінки-когнітиви: раціоналістичні, психологічні (емоційні та інтелектуальні) оцінки; оцінки-сублімати: естетичні та етичні оцінки. Залежно від критеріїв оцінювання О. Івін виділяє внутрішні (чуттєві) та зовнішні, або утилітарні оцінки [4: 31].

Політичне, культурне й військове протистояння в Україні кінця 2013 – початку 2015 років спричинило появу значної кількості неологізмів і фразеологізмів, які відображають рівень оцінювання мовцями політичної ситуації. Вивчення нових слів є актуальним з погляду інтралінгвальних особливостей. Зокрема, А. В. Янков зазначає, що „неологізми інтенсивніше входять в систему парадигматичних і синтагматичних відношень, більше відповідають мовному узусу і, очевидно, швидше ввійдуть до загального корпусу слів” [9: 5]. Однак не менш важливими є й екстралінгвальні чинники появи суспільно-політичних новотворів. Людські страхи, комплекси, сподівання, розчарування – це ті головні психологічні особливості, що формують конотативний аспект появи нових слів або слів з новим значенням, які в подальшому й стають зброєю в суспільно-політичному протистоянні.

Аналіз наукових досліджень. Асоціативні зв’язки між лексемою та сформованим нею образом неодноразово ставали предметом наукових досліджень. Ці питання порушені зокрема у працях Т. Ю. Ковалевської, Г. Д. Сологуб, Н. В. Кутузи, О. Холода та ін. Оцінні характеристики позначуваного об’єкта вивчені в розвідках В. О. Совенка [6], особливості суспільно-політичних неологізмів ґрунтовно вивчені в дисертаційному дослідженні А. В. Янкова [9]. Потребує впорядкування і система використовуваних під час дослідження термінів. Зокрема доцільним видається встановити критерії розмежування термінолексем „суспільно-політичний неологізм” і „суспільно-політичний okazіоналізм”. А. В. Янков наголошує на тому, що „оскільки у мовознавстві існує велика кількість концепцій стосовно слова як одиниці мови і мовлення і ще немає його єдиного усталеного всебічного визначення, то це ускладнює розмежування неологізмів та okazіоналізмів і їхню ідентифікацію” [9, с. 8]. Дослідник подає кілька критеріїв розмежування цих понять: 1) неологізми є лексичними одиницями мови і мовлення, а okazіоналізми – лише мовлення; 2) для неологізмів наявність автора не є суттєвою, а для okazіоналізмів – вона суттєва; 3) неологізми мають позатекстове і текстове значення, а okazіоналізми лише текстове; 4) новизна неологізмів пов’язана передусім з новизною денотату, а новизна okazіоналізмів – із незвичністю поєднання морфем та компонентів слів; 5) свіжість неологізмів з часом зникає внаслідок їхньої повної лексикалізації. Новизна okazіоналізмів хоч і зникає з часом, проте незвичність форми залишається [9: 8].

Вивчення оцінної характеристики новотворів, що виникли внаслідок суспільно-політичного протистояння в Україні кінця 2013 – початку 2015 року, ще не було предметом ґрунтовного дослідження в сучасній мовознавчій науці.

Мета статті – дослідити оцінний аспект творення та активного функціонування суспільно-політичних неологізмів і okazіоналізмів.

Завдання: 1) визначити оцінні, семантичні та функціональні особливості досліджуваної групи лексем; 2) з’ясувати роль екстралінгвальних чинників у формуванні неологізмів і

оказіоналізмів суспільно-політичного змісту; 3) виявити причини набування новою лексикою позитивних та негативних конотацій.

Виклад основного матеріалу. Щоб запрограмувати реципієнта на негативну реакцію стосовно певних подій, потрібно інформувати про них, використовуючи слова, які здатні задіяти відповідні негативні асоціати. Створюють їх переважно за допомогою використання тематичних пейоративів. Для порівняння: текст 1. „*Мирні протестувальники, так і не дочекавшись від влади рішучих кроків щодо врегулювання ситуації, були змушені вдатися до застосування „коктейлів Молотова”, аби нагадати, що народ має чіткі вимоги*». Текст 2. „*Радикально налаштовані молодики, забувши про дотримання будь-яких європейських норм і правил, за які самі ж нібито борються, вдалися до хуліганських методів і закидали беззбройних правоохоронців коктейлями Молотова*”. За допомогою мовних засобів у повідомлення уже вкладена потрібна оцінка. Читач отримує її разом з інформацією. У першому випадку він співчуває тим, хто кидає коктейлі Молотова, оскільки асоціації формують чіткий образ – „народ”, „мирні”, „не хотіли, але були змушені”, бо їх „не розуміють по-іншому”. У другому випадку реципієнт співчуває „беззбройним правоохоронцям”, які постраждали від радикально налаштованих молодиків”; до того ж автор встигає поставити під сумнів і ті цінності, за які виступають активісти.

Так само, спираючись на потужний агітаційний ландшафт, пейоративного відтінку можна надати будь-якій лексемі. Спостереження над такими мовними одиницями дає підстави умовно поділити їх на дві групи: *штучні та рефлексивні*.

1. Штучними новотворами є лексеми, введені в суспільне мовлення офіційною пропагандою з метою сформувати відповідну оцінку стосовно певних подій чи осіб. Такі слова придумують „в кабінетах” і насаджують суспільству через потужну підтримку ЗМІ. До назв цієї групи можна зарахувати лексеми: *фашисти, бандерівці, нацисти, хунта, карателі, ввічливі люди* та ін.. Майже всі ці слова, як і позначувані ними поняття, давно становлять певну частину „картини світу” кожного українця. Однак в сучасних умовах є всі підстави вважати їх семантичними неологізмами, оскільки їм штучно надані нові значення.

Так, лексема *фашист* функціонує із негативними значенням у свідомості мовців уже кількох поколінь. Маючи дефініцію за словником: „прибічник, прихильник фашизму; член фашистської організації”, слово отримало додаткову пейоративну оцінку „той, хто чинить звірства, катує, вбиває людей”. Ця негативна конотація була підхоплена пропагандою з метою розпалити міжетнічну ворожнечу (яку радше можна назвати міжсвітоглядною). Тому *фашистами* почали називати будь-яких громадян України, які орієнтуються на проєвропейський шлях розвитку. Такий підхід є досить дієвим, оскільки ґрунтується на закладених в свідомості людини самоідентифікаціях: 1) загальнолюдській – „свій-чужий”; 2) радянській – „наші-фашисти”. Тому лексема *фашист* на позначення будь-кого, хто не підтримує проросійську ідеологію, успішно „запускається” в соціум за допомогою ЗМІ та Інтернету, а далі вже на основі згаданих самоідентифікацій мовці „додумують” потрібну негативну інформацію і відповідно оцінюють названий об’єкт. Хоча насправді оцінка вже була штучно, свідомо сформована фахівцями-пропагандистами.

Подібною є ситуація з функціонуванням терміна *хунта*. Серед зафіксованих у словнику значень увагу пропагандистів привернуло третє: „військовий уряд у деяких країнах, який прийшов до влади внаслідок державного перевороту”. Тому таку назву отримала „влада в Україні, яка прийшла на зміну владі попереднього президента Віктора Януковича”. Формування негативних конотацій у цьому випадку здійснюється через світоглядну ідентифікацію протиставлення „законна влада – хунта”. Лексема *карателі* використана в сучасному мовному протистоянні зі значенням „учасники карального загону, каральної експедиції”. В останні кілька місяців використовується прибічниками сепаратизму на позначення українських військових, які беруть участь в антитерористичній операції на Сході України. Завдання пропаганди – укорінити у свідомості мас негативну оцінку самому поняттю „української армії”.

2. Рефлексивні новотвори. Враховуючи значення слова *рефлексивний* (який відбувається, проходить мимовільно, несвідомо), ці новотвори можна розцінювати як такі, що виникають внаслідок природної реакції мовців, поширюються переважно через інтернет-мережу в коментарях, блогах, дописах, і, на відміну від штучних, не мають додаткової „інформаційної розкрутки” через ЗМІ. До таких можна зарахувати номени: *кулявлоб, миздобули, поребрик, вата, ватник, колорад, правосек, тітушки, лєнінопад, сепар, кісільовицина, Лугандон, Лугандонія, кримтроль, Домбас, скримздити, зелені чоловічки, русскомірци, рашизмі, миротворчення* та ін..

Заслугує на окрему увагу оказіоналізм *Вогнехреще*, який з'явився в мережі Фейсбук 19 січня 2015 року. Поява цієї лексеми була пов'язана із погравленням активності бойовиків на Сході України, які під час свята Водохреща „накривали вогнем” („хрестили”) багато українських населених пунктів у зоні АТО. Номен утворений від слів „вогнь + Водохреще”. Незважаючи на мотивованість назвою свята, спостерігається нівелювання позитивних сем „святості”, „святковості”. Слово набуває виключно негативної семантики.

Лексема *відправоссчити* – вживається зі значенням „фізично покарати”. Виникнення цього неологізму пов'язане із надмірною пропагандистською „демонізацією” представників праворадикальної організації „Правий сектор”.

Путінг (*Путін + мітинг*) – назва масових заходів на підтримку президента Росії Володимира Путіна.

Окупендум (*окупація + референдум*) – оказіональна назва референдумів, проведених в Криму та на території Луганської і Донецької областей під час їхньої окупації російськими військами.

Показовим є приклад розповсюдження лексеми *тітушки*. Вона позначає хлопців спортивної статури, яких використовують для провокацій у місцях проведення громадських акцій з метою залякати, розігнати активістів. Слово є результатом апелювання прізвища Вадима Тітушка, який під час акції протесту скоїв напад на журналістів. Слово вживалося спочатку тільки в множині, оскільки *тітушки* становлять як правило групові об'єднання і ніколи не діють поодиночці. Однак з часом лексема почала вживатися й у формі однини. Існують різні думки щодо її граматичного роду. О. Д. Пономарів пояснює доцільність вживання цього номена у формі середнього роду – *тітушко* (Н.в. і Р.в. множини: *тітушки, тітушків*). Однак визнає, що „можливо, із саркастичних міркувань це слово перейшло до категорії жіночого роду”: *тітушка* (Н.в. і Р.в. множини: *тітушки, тітушок*) [Пономарів]. Про рефлексивність появи цього слова можна говорити на підставі його неабиякої популярності, швидкої адаптації до семантичних та граматичних мовних особливостей. Показовою є і здатність утворювати похідні лексеми: *тітушковод* (людина, яка організовує участь тітушок у заходах), *тітушковоз* (автобус, яким привозять тітушок), *тітушня* (збірне поняття), *айтітушки* (від „айті” + „тітушки” – хакери, які здійснюють DOS-атаки на сайти).

Відповідно до характеру оцінки, яку мовці надають певному явищу, в результаті проведеного аналізу виділені такі оцінні маркери:

1. Оцінка-нівелювання. До цієї групи належать слова на позначення понять, які були штучно придумані пропагандою, однак через їх очевидну абсурдність патріотично налаштовані мовці вдалися до нівелювання приписуваних якостей шляхом іронічної гіперболізації. У таких випадках „насаджувані” якості або повністю нівелюються, або замінюються іншими. Найвідомішим прикладом такої оцінки є неологізм *кримнаш*, який був створений російською пропагандою як гасло „Крим наш!” після окупації Росією півострова Крим. Однак українська спільнота відреагувала на нього значною кількістю жартів і з часом неологізм набув протилежних – пейоративних конотацій: фанатичний прояв патріотизму, викликаний сумнівними державними здобутками (*Прійшло протверезіння від кримнашу*).

У листопаді 2014 року російські ЗМІ ввели до світоглядної парадигми українців поняття, на яке інтернет-спільнота відреагувала хештегом *#двараба*. У мережевому просторі з'явилися нові тематичні фразеологічні одиниці, крилаті вислови: *каталог рабів; караван рабів з Домбаса; додати в раби* (подібно до „дати в друзі” – функція у соцмережі); „*Карти. Гроші. Два раба*” (від назви фільму „Карти. Гроші. Два стволи”); *хто хлопчика не розтинав, за рабами не займайте*. Ще один популярний хештег *#зняливНацгвардію*, викликаний інформацією російських ЗМІ про те, що нібито чоловіків знімають з потягів і відправляють в Нацгвардію, спричинив появу великої кількості крилатих висловів: *потяг „Київ – Нацгвардія”; Любиш кататися – люби й в Нацгвардію; Слово не горобець – вилетить і в Нацгвардію; Без труда не знімеш і людину з потяга; Скільки вовка не годуй – все одно знімуть в Нацгвардію*.

2. Оцінка-героїзація. До цієї групи належать слова з позитивними конотаціями, які героїзують певних осіб чи поняття, приписуючи їм надприродну силу і виключно позитивні якості. Найяскравішим прикладом таких неологізмів є слово *кіборги*. Сам термін *кіборг* утворений від словосполучення „кібернетичний організм”. У науковій фантастиці ця лексема вживається зі значенням „фантастична істота, напівлюдина-напівмашина”. У вересні 2014 року один з користувачів Facebook описав реакцію „сепаратиста” на відвагу й професіоналізм українських військових, які захищають Донецький аеропорт: „...мы их три месяца выбить

не можем. Я не знаю, хто там сидит, но это не люди – это киборги!” Слово набуло популярності і використовується нині тільки з одним значенням: узагальнена назва відважних воїнів – захисників Донецького аеропорту, які не відчують страху, зайвих емоцій і чітко виконують поставлене завдання.

Лексема *укропи* виникла виключно зі зневажливим значенням, але в процесі використання відбулося розширення семантики і українські патріоти, зважаючи на ідентифікаційно-ототожнювальні характеристики, вдалися до „героїзації” цієї лексеми, позиціонуючи її як аббревіатуру від словосполучення „УКРАїнський ОПір”. Поєднання позитивних конотацій міститься й у новій лексемі – *кіборг-укроп*.

У квітні 2014 року „героїчні” оцінні реакції викликав хештег *#візиткаЯроша*. За інформацією російських ЗМІ, візитки керівника організації „Правий сектор” Дмитра Яроша були знайдені у згорілому автомобілі на місці перестрілки у м. Слов’янську. Українська спільнота одразу відреагувала на цей факт новими крилатими висловами, які приписували візитці надприродну силу: *візитки Яроша, як і рукописи, не горять; абітурієнти можуть не складати ЗНО, якщо у них є візитка Яроша; не падіння астероїда знищило динозаврів, а візитка Яроша; мою сторінку охороняє візитка Яроша*.

3. Оцінка-облагородження вживається з метою приховати справжні наміри. Воєнне протистояння між Росією й Україною продемонструвало наявність слів війни, які „ховаються” за лексемами з мирною конотацією. Так, в надії „відбілити” своє вторгнення в Крим, пропагандою був придуманий евфемізм *ввічливі люди* (рос. *вежливые люди*) на позначення солдат російської армії. *Ввічливі люди* мали стати для проросійських громадян образом воїнів-визволителів, які приїхали захищати мирні міста і села від фашистів-бандерівців. Вони ввічливі, привітні, усміхнені, охоче фотографуються з дітьми й молодими жінками. У свідомості мовців не подразнюються канали пам’яті, які виринули б при згадці слів *солдати, військові, армія* і однозначно викликали негативні асоціації. Для посилення позитивної оцінки і кращого впливу на реципієнта були придумані гасла із зазначеним терміном: *„Ввічливість міста бере”* (рос. *Вежливость города берет*). Цей вислів працює на підміні понять – „агресія – ввічливість”: коли міста беруть армії – це сприймається, як агресія, але ніхто не бачить нічого поганого в тому, що частину території іншої країни відібрали „ввічливо”. Адресат, на якого розрахована ця мовна маніпуляція, сприймає подію як благородний вчинок.

4. Оцінка-насмішка. Велика кількість новотворів виникла з метою образити, висміяти, показати свою зверхність над опонентом. *Ватник, вата* – слова, якими українські патріоти позначають проросійськи налаштованих осіб, які люто ненавидять усе українське, підтримують анексію частини території України, закликають до введення військ іншої держави, здатні зрадити країну в обмін матеріальні блага (*місцева вата в Криму зможе один сезон без туристів пережити*). Утворено чимало похідних: *ватна паличка* (жінка, що дотримується відповідних поглядів), *ватомна бомба* (антиукраїнська пропаганда).

Вишиватник – (*вишиванка* + *ватник*) лексема, яка виникла на протигагу „ватнику” і позначає малоосвіченого українського патріота, який не здатний аналізувати суспільно-політичні процеси, агресивно налаштований до усього російського, а його патріотизм зводиться тільки до носіння вишиванки. Однак можна припустити, що використання цієї лексеми має значно глибше підґрунтя. В основу образу покладений національний символ – вишиванка. Поєднання із завідомо негативним поняттям „ватник” спричинює стирання ціннісних для кожного українця характеристик. У результаті суспільству нав’язується негативний ярлик-насмішка, який „вішають” на кожного, хто використовує національну символіку.

Всепропало, насзливають – лексеми на позначення панічного стану патріотів, які легко піддаються розпалюваній в мережі антиурядовій пропаганді та інформаційним провокаціям. Лексеми виникли шляхом лексикалізації часто вживаних фраз „нас зливають”, „все пропало”, якими дописувачі соціальних мереж характеризують дії найвищих посадових осіб держави. Закономірно, що для позначення таких панікерів з’явився іменник *всепропальці*.

Алкооборона – слово, яким називають представників так званої „самооборони ДНР/ЛНР”, аргументуючи це надмірною увагою останніх до алкогольних напоїв.

Список суспільно-політичних неологізмів з оцінкою-образою досить широкий і систематично поповнюється новими лексемами (*кримнашівці, рашисти, Лугандон (Луганськ + Донецьк.), Домбабве (До-нецьк + Зі-мбабве), Гейрона (геї + Єв-ропа), майдауни (май-да-н + да-уни), КРИМіналітет (Крим + крим-іналітет), Кримль (Крим + Кр-емль)* – вживається у значенні

„півострів Крим, окупований Росією”; *Дондурас* (Д-он-ецьк + Г-он-дурас), *Луганда* (Лу-ган-ськ + У-ган-да), *правосек* (*правосек*) – від назви організації „*Прав-ий сек-тор*”).

Наявність значної кількості слів з пейоративним відтінком, а також швидкість, з якою виникають і поширюються ці номени в суспільстві, вказує на надмірну соціальну напругу.

Висновки. Отже, здійснене дослідження дає підстави визначити такі результати: використання мовних одиниць як одного із засобів розпалювання соціальної напруги є помітним явищем в Україні з кінця 2013 – початку 2015 років; мова активно реагує на політичні процеси появою значної кількості неологізмів та okazіоналізмів, а також збільшенням кількості лексичних значень готових номінативних одиниць.

БІБЛЮГРАФІЯ

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений : Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 336 с.
2. Блог професора Пономарева: тітушок чи тітушків? [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/blogs/2014/01/140121_ponomariv_blog7_ko.shtml?utm_source=BBC.ua&utm_medium=twitter
3. Вендина Т. И. Семантика оценки и ее манифестация средствами словообразования / Т. И. Вендина // Славяноведение. – 1997. – № 4. – С. 41–48.
4. Ивин А. А. Основание логики оценок / А. А. Ивин. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1970. – 230 с.
5. Космеда Т. А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики : засоби вираження категорії оцінки в українській та російській мовах : автореф. дис... доктора філол. наук : 10.02.01 – українська мова, 10.02.02 – російська мова / Т. А. Космеда. – Харків, 2001. – 32 с.
6. Совенко А. М. Реалізація позитивної оцінки в англійському та американському сленгу / А. М. Совенко, В. О. Дорда // Філологічні трактати. – 2012. – Т. 4, № 2. – С. 100–107.
7. Хаддад-Розкладай К. Культ мови. Слова війни та слова миру [Електронний ресурс] / К. Хаддад-Розкладай. – Режим доступу : http://redactor.in.ua/ru/language/6400.Kult_movi_Slova_v%D1%96yni_ta_slova_miru
8. Шумейко О. А. Лексичні засоби творення комічного у творчості В. Стуса [Електронний ресурс] / О.А.Шумейко. – Режим доступу: http://www.philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_1014/content/shumeyko.pdf
9. Янков А.В. Соціально-політичні неологізми і okazіоналізми в американському варіанті англійської мови: структура – семантика – функціонування: автореф. дис. на здобуття наук ступеня ... канд. філол. наук : 10.02.01 – „Українська мова” / А. В. Янков. – Львів, 2004. – 22 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Ольга Кирилук – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

Наукові інтереси: психолінгвістика, соціолінгвістика.