

## СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ НЕОЛОГІЗМИ ЯК ВІДДЗЕРКАЛЕННЯ МОВНОЇ КАРТИНИ ВОЄННОГО ПРОТИСТОЯННЯ

*У статті здійснено дослідження неологізмів та okazіоналізмів, утворених на фоні воєнного протистояння на Сході України. Визначено оцінні, семантичні та функціональні особливості досліджуваної групи лексем; з'ясовано роль екстралінгвальних чинників у формуванні неологізмів і okazіоналізмів суспільно-політичного і воєнного змісту; виявлено причини набування новою лексикою позитивних та негативних конотацій.*

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

### Вступ

Інформативність, оцінність та емоційна забарвленість є важливими складниками формування внутрішнього змісту лексичних одиниць. Оцінність у 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» (Шумейко, 2012). Ця категорія є визначальною, оскільки відображає особливості світоглядної парадигми мовців, тобто певної «картини світу». Поняття «картина світу», за словами Т. Космеда, стало основним смисловим базисом, на якому тримається вся логіко-семантична система мови, а факт відображення в 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 (Космеда, 2001, с. 7).

Даючи оцінку певним об'єктам, закладаючи її в назву, мовці передовсім 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. Арутюнової лежить взаємодія суб'єкта оцінки з її об'єктом. Відповідно до цього виділено три групи частково оцінних значень: сенсорні; сублімовані; раціоналістичні оцінки (Арутюнова, 1988, с. 75). Три різновиди оцінок виділяє Т. Вендіна (Вендіна, 1997, с. 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 (Івін, 1970, с. 31).

Політичне, культурне й воєнне протистояння в Україні, що почалося з листопада 2013 року, спричинило появу значної кількості неологізмів і фразеологізмів, які відображають рівень оцінювання мовцями політичної ситуації і зокрема воєнного протистояння на сході країни. Вивчення нових слів є актуальним з погляду інтралінгвальних особливостей. Зокрема, А. Янков зазначає, що «неологізми інтенсивніше входять в систему парадигматичних і синтагматичних відношень, більше відповідають мовному узусу і, очевидно, швидше ввійдуть до загального корпусу слів» (Янков, 2004, с. 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.

### Теоретичне підґрунтя

Асоціативні зв'язки між лексемою та сформованим нею образом неодноразово ставали предметом наукових досліджень. Ці питання порушено, зокрема, у працях Т. Ковалевської, Г. Сологуб, Н. Кутузи, О. Холода та ін. Оцінні характеристики позначуваного об'єкта вивчено в розвідках А. Совенка (Совенко, Дорда, 2012),

особливості суспільно-політичних неологізмів ґрунтовно проаналізовано в дисертаційному дослідженні А. Янкова (Янков, 2004). Потребує впорядкування і система використовуваних під час дослідження термінів. Зокрема, доцільним видається встановити критерії розмежування термінологією «суспільно-політичний неологізм» і «суспільно-політичний okazіоналізм». А. 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» (Янков, 2004, 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 денотата, а новизна okazіоналізмів – із незвичністю поєднання морфем та компонентів слів; 5) свіжість неологізмів згодом зникає внаслідок їхньої повної лексикалізації. Новизна okazіоналізмів хоч і зникає згодом, проте незвичність форми залишається (Янков, 2004, с. 8).

Вивчення оцінної характеристики новотворів, що виникли внаслідок воєнного протистояння на Сході України, нині набуває особливої актуальності.

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

### Методи та матеріал дослідження

Серед загальнонаукових методів у процесі дослідження обрано метод безпосереднього спостереження, який допоміг виявити основні екстралінгвальні чинники дискурсу воєнного протистояння. Серед філологічних основними обрано контекстуально-інтерпретаційний та описовий, за допомогою яких вдалося виявити лексеми, вживані для вираження оцінного ставлення до опонента, та здійснити їх опис.

### Результати дослідження

**1. Новотвори як засіб відображення воєнного протистояння.** 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.

Спіраючись 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*.

**1.1. Штучними новотворами** є лексеми, уведені в суспільне мовлення офіційною пропагандою для того, щоб сформувати відповідну оцінку стосовно певних подій чи осіб. Такі слова придумують у пропагандистських «штабах» і насаджують суспільству через потужну підтримку ЗМІ. До назв цієї групи можна зарахувати лексеми: *фашисти, бандерівці, нацики (Нацгвардія), хунта, карателі, ввічливі люди* та ін. Майже всі ці слова, як і позначувані ними поняття, давно становлять певну частину «картини світу» кожного українця. Однак у сучасних умовах є всі підстави вважати їх семантичними неологізмами, оскільки їм штучно надано нові значення.

Так, лексема *фашист* функціонує з негативним значенням у свідомості мовців уже кількох поколінь. Маючи дефініцію за словником: «прибічник, прихильник фашизму; член фашистської організації», слово набуло додаткової пейоративної оцінки «той, хто чинить звірства, катує, вбиває людей». Цю негативну конотацію підхопила пропаганда, щоб розпалити міжетнічну ворожнечу (яку радше можна назвати міжсвітоглядною). Тому лексема набула нового значення, і *фашистами* почали називати будь-яких громадян України, які орієнтуються на проєвропейський шлях розвитку. Такий підхід є досить дієвим, оскільки ґрунтується на закладених у 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 оцінку вже штучно, свідомо сформували фахівці-пропагандисти.

Подібною є ситуація з функціонуванням лексеми *картелі*. У сучасному мовному протистоянні використовується зі значенням «учасники карального загону, каральної експедиції» на позначення українських військових, які беруть участь в антитерористичній операції на сході країни. Завдання пропаганди – укорінити у свідомості мас негативну оцінку самого поняття «української армії».

**1.2. Рефлексивні новотвори.** Враховуючи значення слова *рефлексивний* (який відбувається, проходить мимовільно, несвідомо), ці новотвори можна розцінювати як такі, що виникають унаслідок 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, кісільовщина, Лугандон, Лугандонія, кримтроль, Домбас, скримздити, зелені чоловічки, русскомірци, рашазмі, миротворчення* та ін.

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

Подібною є лексема *війномир'я*, якою позначають удаване офіційне перемир'я на сході країни, якого вороги насправді не дотримуються.

Лексема *відправосєчити* вживається зі значенням «фізично покарати». Виникнення цього неологізму пов'язане з надмірною пропагандистською «демонізацією» представників праворадикальної організації «Правий сектор».

*Путінг* (*Путін + мітинг*) – назва масових заходів на підтримку президента Росії Володимира Путіна. *Путіненд* (*Путін + президент*) – насмішка, що показує закріплення посади президента Росії виключно за однією особою.

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

*АТО (АнтиТуристична операція) в Криму* – фразеологізована сполука на позначення погіршення умов туристичного сезону в Криму після окупації.

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

**2.1. Оцінка-нівелювання.** До цієї групи належать слова на позначення понять, які штучно придумали пропагандисти, однак через їхню 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 створила російська пропаганда як гасло «Крим наш!» після окупації Росією півострова Крим. Однак українська спільнота відреагувала на нього значною кількістю жартів і згодом неологізм набув протилежних – пейоративних конотацій: фанатичний вияв патріотизму, викликаний сумнівними державними здобутками (*Прийшло протверезіння від кримнашу*).

**2.2. 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*. Сама лексема *кіборг* утворена від словосполучення «кібернетичний організм». У науковій фантастиці вона вживається зі значенням «фантастична істота, напівлюдина-напівмашина». У вересні 2014 року один із користувачів Фейсбуку описав реакцію «сепаратиста» на відвагу й професіоналізм українських військових, які захищають Донецький аеропорт: «...мы их три месяца выбить не можем. Я не знаю, кто 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 відчувають 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, позиціонує її як аббревіатуру від словосполучення «УКРАїнський Опір». Поєднання позитивних конотацій міститься й у новій лексемі – *кіборг-укроп*.

**2.3. Оцінка-облагородження** вживається для того, щоб приховати справжні наміри. Воєнне протистояння між Росією й Україною продемонструвало наявність слів війни, які «ховуються» за лексемами з мирною конотацією. Так, маючи за мету «відбілити» вторгнення в Крим, пропагандисти придумали евфемізм **ввічливі люди** (рос. *вежливые люди*) на позначення солдатів 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 у разі згадування слів *солдати, військові, армія* та однозначно викликали негативні асоціації. Для посилення позитивної оцінки і впливу на реципієнта придумано гасла із зазначеною лексемою: *Увічливість 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.

**2.4. Оцінка-насмішка.** Велика кількість новотворів мала за мету образити, висміяти, показати зверхність над опонентом.

**Ватник, вата** – інтернет-мем із такою назвою з'явився в російській соціальній мережі ВКонтакте у 2011 році. Він уособлював зневажливий збірний образ російського патріота, який не має самостійного мислення, спілкується гаслами, спеціально створеними для нього пропагандою, безініціативний, не здатний на серйозні рішення, йому потрібна сильна рука господаря, який і приведе до щасливого майбутнього. Слово активно використовували саме в російському інтернет-просторі з метою висміювання переважно так званого «квасного патріотизму» (безапеляційне схвалення всього, що «своє»), а також звички вживати алкоголь у надмірній кількості (типовий образ *ватника* завжди супроводжують гасла рос. «*Накатим!*», «*Квасим!*»). В українській світоглядній парадигмі лексема *ватник* набула популярності саме у 2014 році, що було пов'язано передовсім із проявами сепаратизму. Однак в українському мовному середовищі семантика лексеми *ватник* дещо змінилася. Зберігаючи попереднє значення, набуває додаткової конкретизації: проросійськи налаштована особа, яка люто ненавидить

усе українське, підтримує анексію частини території України, закликає до введення військ іншої держави, здатна зрадити країну в обмін на матеріальні блага.

Утворено чимало похідних, напр.: **ватна паличка** (жінка, що дотримується відповідних поглядів), **ватомна бомба** (антиукраїнська пропаганда).

**Вишиватник** – (*вишиванка* + *ватник*) лексема, яка виникла на противагу «ватнику» і позначає малоосвіченого українського патріота, який не здатний аналізувати суспільно-політичні процеси, агресивно налаштований до всього російського, а його патріотизм зводиться тільки до носіння вишиванки. Однак можна припустити, що використання цієї лексеми має значно глибше підґрунтя. В основу образу покладено 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.

Лексеми **зрада** й **перемога** використовують на позначення панічного або безпідставно піднесеного стану патріотів, які легко піддаються розпалюваній у мережі антиурядовій пропаганді або, навпаки, надмірному бажанню владних сил показати здобутки своєї діяльності. Нині відповідні гештеги використовують уже лише з іронічним значенням (*За прогнозами Світового банку, у 2018 році економіка країни зросте на 4 %, і це #зрада! – А минулого року, за їхніми ж прогнозами мало бути 4 %, а вийшло менше двох, і це #перемога!*; *Що сепару #зрада, для нормальної людини #перемога; Акції українських компаній стали найприбутковішими в світі, і це #зрада!*).

Наявність значної кількості слів із 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 підвищення соціальної напруги є помітним явищем в Україні з кінця 2013 року і до сьогодні; мова активно реагує на політичні процеси появою значної кількості неологізмів та оказіоналізмів, а також збільшенням кількості лексичних значень наявних номінативних одиниць.

**Список використаної літератури**

- Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений : Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – Москва : Наука, 1988. – 336 с.
- Вендина Т. И. Семантика оценки и ее манифестация средствами словообразования / Т. И. Вендина // Славяноведение. – 1997. – № 4. – С. 41–48.
- Ивин А. А. Основание логики оценок / А. А. Ивин. – Москва : Изд-во Москов. ун-та, 1970. – 230 с.
- 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.
- 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.
- 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](http://redactor.in.ua/ru/language/6400.Kult_movi_Slova_v%D1%96yni_ta_slova_miru). – Назва з екрана.
- 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/shumeiko.pdf](http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_1014/content/shumeiko.pdf). – Назва з екрана.
- 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.

*Olha Kyryliuk*

**SOCIAL AND POLITICAL NEOLOGISMS AS THE REFLECTION  
OF THE LANGUAGE OF MILITARY CONFRONTATION**

**Background.** Political, cultural and military confrontation in Ukraine in recent years has led to the emergence of a significant number of neologisms and phraseologisms, which reflect the level of evaluation by the speakers of the observed situation. The study of such words is relevant from the standpoint of intra- and extralinguistic peculiarities.

**Purpose.** The purpose of the paper is to investigate the evaluation aspect of the creation and active functioning of social and political neologisms and occasionalisms.

**Methods.** The method of *direct observation*, which helped to identify the main extralinguistic factors of the discourse of military confrontation. *Contextual-interpretative and descriptive* methods provided an opportunity to identify lexemes used to express the evaluative attitude to the opponent, and to make a description of them.

**Results.** The linguistic units under study can be conditionally divided into artificial and reflexive. Artificial innovations are lexemes that are introduced into public speech with official propaganda in order to form an appropriate assessment for certain events or individuals. They are imposed on society through the strong media support. The names of this group include the following lexemes: *fascists, banderivtsi, Natsyky (National Guard), karатели (punishers), polite people*. Reflexive innovations appear due to the natural reaction of the speakers, which are distributed predominantly through the Internet and have no additional “informational propagation” through the media. They include the following names: *kuliavlob, porebryk, vatnyk, pravosek, leninopad, separ, Lugandon, okupendum, little green men, etc.*

**Discussion.** The use of linguistic units as one of the means of inflaming social tension is a prominent phenomenon in Ukraine from the end of 2013 to the present day; language actively reacts to political processes with the appearance of a significant number of neologisms and occasionalisms, as well as an increased quantity of lexical meanings of ready-made nominative units.

**Keywords:** linguistic image of the world, neologisms, occasionalisms, internal semantics, pejoratives, melioratives.

*Матеріал надійшов 15.01.2018*