

власного імені зі значенням додаткової ознаки пов'язана з необхідністю називати другорядних персонажів. У цьому випадку дві конкретні характеристики особи – наявність імені та назва професії – додають оповіді відтінку розмовності, розширюють відомості про дійову особу.

Отже, система іменувань персонажів у творах М. Хвильового містить у собі різні способи номінації, добір яких залежить від необхідності вказати вік особи, рід занять, національність тощо, тобто побічно дати інформацію про дійову особу. У значній мірі номінація персонажів залежить від ситуації мовлення, ступеня значеннєвості особи в художньому творі й авторських уподобань.

ЛІТЕРАТУРА

1. Подольська Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Подольська Н.В. – Москва : Наука, 1988. – 198 с.

Любов Онасенко,
студентка 6 курсу

Факультету філології та соціальних комунікацій
Наук. керівник: **В. А. Ницета**, к. педаг. н., доцент (БДПУ)

ЛЕКСИЧНІ НОВОТВОРИ У СУЧАСНИХ ЗМІ

Суспільний, історичний і культурний розвиток народу відображається в національній мові, її словниковому складі та окремих номінативних типах. Значно вплинули на мову сучасних ЗМІ ті зміни, що відбулися в суспільстві протягом останніх десятиріч.

Актуальність. Тексти мас-медіа найбільш чутливі до змін суспільного характеру. Вони репрезентують процес становлення мовної норми, упровадження в загальний ужиток нових слів, а тому, потребують детального дослідження.

На інтенсивну модифікацію національного лексикону та активізацію певних словотвірних засобів звертали увагу такі дослідники: Б. Ажнюк, І. Каминін, А. Ломовцева, Д. Мазурик, Н. Попова, К. Городенська, Є. Карпіловська, Н. Клименко, О. Стишов та ін..

Мета – дослідити особливості лексичних новотворів у сучасних газетних текстах.

Методи дослідження: описовий метод, метод лінгвістичного спостереження.

Сутність дослідження. Медіатекст, на відміну від тексту – це твір масовоінформаційної діяльності та масової комунікації. Суть медіатексту – конкретна інформація, що виражена засобами мовлення з метою впливу на громадську думку, переконання тощо [2, с. 65–66].

Новотвір – це форма, елемент, слово і т. ін., що утворилися заново [1, с. 246].

Найпоширенішими серед усіх лексичних новотворів, які фігурують у сучасних публіцистичних текстах, постають іменникові. Іменникові новотвори, що позначають політичні події та їх учасників можна поділити

на такі типи: нові слова, що називають українців за спрямуванням їхньої політичної думки, представників інших національностей (**“украї”, “україни”, “кіборги”**); іменники на позначення членів нових організацій та партій (**“свободівець”, “регіонал”, “народофронтівець”**); нові лексеми на позначення учасників антитерористичної операції (**“атовець”, “атошник”**); слова, що виникли як найменування нової реалії, нового предмету, нового поняття, що з’явилися в політичному та суспільному житті (**“кравчука”, “кучкізм”, “тітушки”**). Для їх творення використовували морфологічні суфіксальний та префіксальний способи словотвору, лексико-семантичний, основоскладання. Так, поширеними в текстах мас-медіа стали новотвори для позначення політичних понять, створені за допомогою префіксів **анти-, нео-**: “Фестиваль збирає та гартує молодь, яка розділяє принципи соціальної справедливості, інтернаціоналізму, **антифашизму, антиглобалізму** та миру на всій землі” (“Киевский вестник”, 10.12.2015); “Те, що трапилося, викликає у нас, комуністів, у всіх тверезомислячих людей праведний гнів й обурення проявом **неофашизму**, який звив собі гніздо в українському політикумі з подачі чинної влади” (“Рабочая газета”», 11.12.2013).

Подібні типи новотворів і в позначеннях реалій економічного життя країни. Найпоширенішими способами творення таких нових слів є суфіксальний, префіксальний, сновоскладання та субстантивація. Наприклад, у публіцистичних текстах виявлено іменникові новотвори, що утворені за допомогою суфіксів **-к-, -ик-, -ник-**: “ПДФО платитимуть 59 тис. фізосіб-**“єдинників”**, які перейшли на загальну систему”; “За підрахунками АМУ, місцеві бюджети через реформування **“спрощенки”** втратять до 4 млрд грн.” (“Дзеркало тижня”, 11.12.2015).

У сучасних газетних текстах дуже мало іменникових новотворів на позначення реалій побутового життя нашого народу. Вони позначають їжу та її компоненти, реалії щодо хобі та інтересів суспільства, предмети, що прийшли з новітніми технологіями тощо. За утворенням цих лексем також використовують суфіксальний та префіксальний спосіб словотвору, словоскладання: “Але якщо про склад смакових добавок, згущувачів і стабілізаторів допитливий покупець може хоча б довідатися, розшифрувати значення **“ешок”**, то ароматизатори – інша річ” (“Пенсійний кур’єр”, 22–28.11.2013). Такий новотвір був утворений для простішого називання харчових добавок, позначених на етикетках товарів символом “Е”.

Прикметникові новотвори в сучасних газетних публікаціях створюються для увиразнення тексту. Вони формуються переважно лексико-семантичним або префіксальним способом словотворення: “Мета відповідного закону була благородна – зняти партії з **“олігархічної голки”**, повідомляє “Главком”” (“Наш день”, 15.03.–21.03.2017).

Дієслівні новотвори, як і прикметникові, присутні в сучасних газетних текстах рідше, ніж іменникові і так само створені лексико-семантичним способом словотвору. Такі новотвори часто вживаються в усному мовленні: “А ще, замість писати і приймати людяні закони, політики **“товчуть”** копійку, точніше, долари і євро, користуючись посадами і можливістю” (“Наш день”, 15.03.–21.03.2017).

Висновки. Основним джерелом поповнення словникового запасу є

утворення нових лексичних одиниць на базі рідної мови через використання різних способів словотворення. Найчастіше, у текстах сучасних ЗМІ зустрічаються іменникові, прикметникові та дієслівні лексичні новотвори. Вони позначають політичні події та їхніх учасників, реалії економічного та побутового життя народу і створюються переважно такими способами словотвору, як суфіксальний, префіксальний, лексико-семантичний, основокладання та субстантивація.

ЛІТЕРАТУРА

1. Словник української мови: в 11 т. / За ред. І. К. Білодіда. – К. : Наукова думка, 1970. – 1980. – Т. 5. – 436 с.
2. Яцимірська М. Г. Сучасний медіа текст : словник-довідник / М. Г. Яцимірська. – Львів : ПАІС, 2005. – 220 с.

Псарьова Марина,
студентка 4 курсу,
факультету філології та соціальних комунікацій
Науковий керівник: **О.А. Крижко,**
к. філол. н., доцент (БДПУ)

СЕМАНТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОМІНАНТНИХ ОБРАЗІВ ПОЕЗІЇ О. ОЛЕСЯ, П. ТИЧИНИ, М. РИЛЬСЬКОГО

Художні образи – це одна з найголовніших ознак стилю того чи іншого поета. Творча індивідуальність автора виявляється у виборі об'єкта зображення і в тому, як зображується цей об'єкт. Певний митець може свідомо чи підсвідомо переносити до свого поетичного світу образи, що створені іншими. Іноді збіг образів у різних поетичних системах пояснюється однаковою поглядом на предмети зовнішнього світу, іноді – впливом традиції тощо. У всякому разі зіставлення стилістичних домінант, дослідження функціонування одиниць мови у різних поетичних світах є важливою і цікавою проблемою лінгвостилістики. Про актуальність і необхідність таких студій писали В.П. Григор'єв [1], Ю.М. Караулов [2].

В українському мовознавстві компаративні дослідження функціонування стилем у поетичних світах різних митців не знайшли належного відображення, незважаючи на значну кількість праць, предметом розгляду яких були як індивідуальні стилі окремих поетів (С.Я. Ермоленко, В.С. Калашник, О. Мариніна, Л.О. Пустовіт, Л.О. Ставицька, Н.М. Сологуб, О.М. Тищенко), так і особливості поетичної мови певного історичного періоду (С.Я. Ермоленко, В.М. Русанівський, Л.О. Ставицька, З.Т. Франко).

Мета роботи – визначити особливості домінантних образів поезії О. Олеся, П.Г. Тичини, М.Т. Рильського через функціонування словесно-образних засобів.

У роботі використовується описовий метод з елементами контекстуального та лінгвостилістичного аналізу.