

**ЮКСТАПОЗИЦІЯ ЯК АКТУАЛЬНИЙ СПОСІБ ІННОВАЦІЙНОГО  
ТВОРЕННЯ ЗАГАЛЬНОВЖИВАНИХ СЛІВ І ТЕРМІНІВ  
(НОРМАТИВНИЙ АСПЕКТ)**

*Статья посвящена исследованию соответствия лексических инноваций в общеупотребительной лексике и терминологии словообразовательным и грамматическим нормам современного украинского литературного языка.*

**Ключевые слова:** юкстапозиция, общеупотребительная лексика, терминология, словообразование, терминообразование.

*Статтю присвячено дослідженню відповідності лексичних інновацій у загальноживаній лексиці та термінології словотвірним і граматичними нормам сучасної української літературної мови.*

**Ключові слова:** юкстапозиція, загальноживана лексика, термінологія, словотворення, термінотворення.

*The article studies the matching of lexical innovation in general used vocabulary and terminology word formation and grammatical rules of Ukrainian language.*

**The keywords:** a ukstaposite, general vocabulary, terminology, word formation, the terminology formation.

Розвиток мови є об'єктивним явищем, багато в чому зумовленим зовнішніми для неї чинниками. Відомо також, що різні рівні і підсистеми мови (зокрема загальноживана й термінологічна лексика) мають свої особливості щодо мовних змін.

Інноваційні процеси в лексико-семантичній й певною мірою словотвірній системі української мови вже достатньо глибоко опрацьовані лінгвістами передусім на матеріалі загальноживаної лексики. У той же час терміно-новотвори порівняно рідко є спеціальним об'єктом дослідження.

Аналіз лексикологічних досліджень свідчить про сталий інтерес вітчизняних науковців насамперед до динаміки загальнолексичного фонду сучасної української літературної мови (М. Бойчук, Д. Мазурик, Н. Стратулат, О. Стишов та ін.). Порівняно менше уваги приділено актуалізації способів і засобів творення загальноживаних слів, трансформації їхніх властивостей (Г. Віняр, В. Грещук, К. Городенська, Є. Карпіловська, Н. Клименко та ін.).

Зокрема за спостереженнями багатьох дослідників [1, 3, 4], в утворенні лексичних інновацій найактивніше використовується такий словотвірний тип, як юкстапозиція, що становить спосіб словотворення дво- або кількакореневих похідних шляхом поєднання окремих слів або словоформ [1, с. 14].

Відтак, за умови одностайної констатації вагомих змін лексичного фонду

української мови в останнє десятиліття, насамперед за рахунок інновацій-запозичень, серед яких численними є юкстапозити, проблема словотвірного й у подальшому граматичного освоєння цих нових номінацій в межах загальноновживаної лексики залишається в українському мовознавстві найдискусійнішою. Як слушно акцентує К. Городенська: «Це зумовлене очевидною фотографічністю виконаних досліджень. Вона виявляється в тому, що автори намагаються подати зафіксовані в різних джерелах всі похідні одиниці, серед яких чимало і псевдоваріантів – правописних, фонетичних, словотвірних, граматичних тощо» [2, с. 6].

Отже, на нашу думку, постає нагальна потреба проаналізувати нові деривати – загальноновживані слова й терміни – на відповідність традиціям українського словотворення, тобто словотвірним і граматичним нормам літературної української мови.

Мета пропонованої статті – дослідити юкстапозицію на прикладі інноваційних загальноновживаних слів і термінів у нормативному аспекті.

Об'єктом дослідження є, по-перше, загальноновживані неологізми, які увійшли до словника А. Нелюби, С. Нелюби «Лексико-словотвірні інновації (2004 – 2006)» (Х, 2007 р.) [5] та видання «Нові слова та значення: словник» (К., 2008 р.) [6]; по-друге, граматичні терміни – новотвори, що з'явилися у відповідній літературі останніх десятиліть.

У межах загальноновживаного словникового фонду виділяємо запозичення, які за останній час на ґрунті української мови перетворилися на слова-вершини потужних словотвірних гнізд, що свідчить про їхню високу словотвірну активність і продуктивність уже в межах українського словотворення. Зокрема було виявлено неологізми з першими частинами **бізнес-, інтернет-, медіа-, онлайн-, піар-, рейтинг-, фітнес-, фолк-, шоу-**.

Наприклад, іменник «бізнес» в українській мові закріпився зі значенням «комерційна, біржова чи підприємницька діяльність, яка дає прибуток» [6, с. 32] і ввійшов, за нашими спостереженнями, до складу таких номінацій: *бізнес-асоціація, бізнес-видання, бізнес-діалог, бізнес-еліта, бізнес-етикет, бізнес-захоплення, бізнес-ідея, бізнес-кола, бізнес-контакти, бізнес-кредит, бізнес-леді, бізнес-новини, бізнес-партнер, бізнес-планування, бізнес-проект, бізнес-освіта, бізнес-сайт, бізнес-середовище, бізнес-справа, бізнес-центр, бізнес-школа*.

Слово «Інтернет» означає «всесвітня асоціація інформаційних комп'ютерних мереж, яка складається з різних комп'ютерних мереж, об'єднаних у єдину логічну архітектуру» [6, с. 92] й утворює в українській мові, зокрема, такі похідні: *інтернет-адреса, інтернет-версія, інтернет-видання, інтернет-візитка, інтернет-голосування, інтернет-залежність, інтернет-зв'язок, інтернет-кафе, інтернет-клуб, інтернет-конференція, інтернет-лекція, інтернет-магазин, інтернет-опитування, інтернет-переказ, інтернет-послуги, інтернет-представництво, інтернет-провайдер, інтернет-радіо, інтернет-спільнота,*

*інтернет-сторінка, інтернет-трансляція, інтернет-часопис.*

Номінація «медіа», що функціонує з лексичним значенням «засоби масової інформації» [6, с. 146], входить, за даними проведеного дослідження, до складу новотворів-юкстапозитів: *медіа-аналітика, медіа-група, медіа-життя, медіа-підтримка, медіа-піраміда, медіа-піратство, медіа-працівник, медіа-рейтинг, медіа-стиль, медіа-текст, медіа-технологія, медіа-трибуна, медіа-холдинг, медіа-центр, медіа-школа.*

Слово «онлайн» протягом останніх років увійшло до українського лексикону, означаючи «тип зв'язку, який забезпечує безперервне спілкування у режимі реального часу, переважно про мережу Інтернет» [6, с. 171] у складі таких виявлених похідних іменників: *онлайн-маркетинг, онлайн-навчання, онлайн-розмова, онлайн-спілкування.*

Неологізм «піар» поширився в мові зі значенням «особливий вид діяльності, спрямований на формування громадської думки з широкого спектру питань (політична акція, виборча кампанія, бізнес, виробництво тощо)» [6, с. 182], утворивши в поєднанні з уже наявними іменниками такі похідні: *піар-агентство, піар-акція, піар-витвір, піар-діяство, піар-досягнення, піар-заходи, піар-кампанія, піар-крок, піар-менеджер, піар-послуга, піар-пропозиція, піар-прорив, піар-публікація, піар-резонанс, піар-технолог, піар-технологія, піар-фахівець, піар-хитроці, піар-хід.*

Слово «рейтинг» номінує поняття «показник оцінки чиєї-небудь діяльності (спортсменів, музикантів, політиків, суспільних діячів), що встановлюється соціологічним опитуванням, голосуванням і визначається тим місцем, яке посідає дана особа серед собі подібних» [6, с. 211], входячи до складу номінацій: *рейтинг-лист, рейтинг-позиція.*

Номінація «фітнес» є однією з найновіших в українському лексиконі, вона означає «система заходів, спрямованих на покращення форми і зменшення ваги тіла людини» і функціонує, зокрема, у складі таких похідних: *фітнес-зал, фітнес-клуб, фітнес-програма, фітнес-тренер, фітнес-тренування, фітнес-центр.*

Запозичений іменник «фолк» в українській мові передає «музичний жанр, який поєднує народні мелодії з музичним супроводом» [6, с. 261] і має похідні: *фолк-гурт, фолк-фестиваль, фолк-шоу.*

Слово «шоу» має в українській мові значення «велика розважальна вистава, видовище розважального жанру» [6, с. 270] і є першою частиною похідних номінацій: *шоу-балет, шоу-бізнес, шоу-концерт.*

Підкреслимо, що в аспекті саме словотворення наведені номінації ніяких відхилень не мають. Вони є повноцінними юкстапозитами, тобто становлять поєднання двох іменників, утворені з двох самостійних в українській мові іменників без сполучного голосного.

Однак варто відзначити, що перший іменник при цьому виражає атрибутивне значення, що є наслідком перенесення на ґрунт української мови англійського

словотвірного типу. Тому наведені неологізми – складні іменники, як указує К. Городенська [2, с. 6], деформують граматичну традицію української мови передавати атрибутивність за допомогою прикметника та обмежують відіменникове творення прикметників. На наш погляд, вони цілком можуть розгортатися в типове для української мови підрядне словосполучення іменника з узгоджуваним прикметником, зокрема *бізнес-видання – бізнесове видання, бізнес-новини – бізнесові новини, інтернет-сторінка – інтернетівська сторінка, медіа-підтримка – медійне підтримання, рейтинг-позиція – рейтингова позиція, фолк-фестиваль – фольклорний фестиваль*.

Більш за те, на нашу думку, подібне граматичне адаптування сприятиме й уникненню зайвого лексичного калькування. У таких словосполученнях легше побачити, що запозичувати зайве там, де є питомий український корінь або, у крайньому разі, давніше й більш узвичаєне запозичення: *бізнес-етикет – бізнесовий етикет – діловий етикет, бізнес-центр – бізнесовий центр – діловий центр, медіа-технологія – медійна технологія – масово-інформаційна технологія, онлайн-навчання – онлайнове навчання – електронномережеве навчання, фолк-гурт – фольклорний гурт – народно-музичний гурт*. Крім того, подібні граматичні перетворення дозволяють виявити змістову дублетність частин окремих широко вживаних неологізмів, а саме: *бізнес-справа – бізнесова справа – ділова справа* (що, безумовно, тавтологія).

Творення термінів у межах кожної окремої термінології або терміносистеми (а також у межах термінології мови в цілому) розглядають у контексті теорії термінологічної номінації. Дослідники відзначають, що «...номінація наукових понять має певну специфіку порівняно з номінацією загальноновживаних, побутових понять» [8, с. 45], а процес термінотворення має більш свідомий і регульований характер порівняно зі словотворенням у загальнолітературній мові. Також підкреслюється, що «...термінологічна номінація на відміну від мовної – це... цілеспрямований творчий процес, зумовлений взаємодією зовнішніх та внутрішніх мовних факторів» [7, с. 161].

У відповідній літературі усталилася думка, що терміни-юкстапозити, як правило, становлять незначну кількість терміноодиниць. Однак, на нашу думку, було б звернути увагу на певну активізацію цього способу термінотворення. Зокрема огляд праць у галузі граматики української мови дозволяє виділити такі терміни-юкстапозити: *власне-іменник, дієслово-зв'язка, ні-тенетивне речення, невласне-іменник*. Серед указаних номінацій тільки термін *дієслово-зв'язка* використовується у вітчизняній граматичній традиції достатньо давно; а юкстапозити *власне-іменник, ні-тенетивне речення, невласне-іменник* є новотворами в українській граматичній термінології.

Таким чином, юкстапозиція на сьогодні є актуальним типом творення інноваційних загальноновживаних слів і термінів. Поведене дослідження дозволяє, зокрема, виділити неологізми загального лексичного фонду з першими частинами

*бізнес-, інтернет-, медіа-, онлайн-, піар-, рейтинг-, фітнес-, фолк-, шоу-*, які на ґрунті української мови перетворилися на слова-вершини потужних словотвірних гнізд. В аспекті норм українського словотворення вони є саме іменниками-юкстапозитами, і відповідають цій нормі, оскільки дійсно є поєднанням двох самостійних іменників (*бізнес-планування, інтернет-послуги, медіа-стиль, піар-резонанс* тощо). Перший іменник в таких юкстапозитах виражає атрибутивне значення, що є наслідком перенесення на ґрунт української мови англійського словотвірного типу. Тому наведені неологізми – складні іменники деформують граматичну традицію української мови передавати атрибутивність за допомогою прикметника та обмежують відіменникове творення прикметників. Крім того, їхнє граматичне адаптування уникненню зайвого лексичного калькування, наприклад, *фолк-гурт – фольклорний гурт – народно-музичний гурт*. Певна активізація юкстапозиції спостерігається й у межах вітчизняної термінології.

#### Література:

1. *Віняр Г. М.* Творення нових іменників багатоосновними способами (на матеріалі газети «Україна молода» // Філологічні студії. – Вип. 3. – С. 14–21.
2. *Городенська К.* Нові запозичення та новотвори на тлі фонетичної та словотвірної підсистем української літературної мови // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. вип. VIII [відп. ред. проф. Л. О. Симоненко]. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 3–9.
3. *Карпіловська Є. А.* Конструювання складних словотворчих одиниць / Є. А. Карпіловська. – К.: Наук. думка, 1990. – 150 с.
4. *Климович С. М.* Структурно-семантичні типи аброутворень в українській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01 – українська мова / С. М. Климович. – Херсон. – 2004. – 19 с.
5. *Нелюба А.* Лексико-словотвірні інновації (2004–2006). Словник / А. Нелюба, С. Нелюба. – Х. : Майдан, 2007. – 144 с.
6. Нові слова та значення: словник / Ін-т укр. мови НАН України; уклали Л. В. Туровська, М. В. Василькова. – К. : Довіра, 2008. – 271 с.
7. *Панько Т. І.* Українське термінознавство : підручник / Т. І. Панько, І. М. Кочан, Г. П. Мацюк. – Львів : Світ, 1994. – 216 с.
8. *Цимбал Н. А.* Термінотворення в органічній хімії // Мовознавство. – 1997. – № 2–3. – С. 45–49.