

СЕМАНТИКА. ПРАГМАТИКА. ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ

УДК 811.161.2'373.43 І. Павлюк

Галина Максимчук

СЕМАНТИКО-СТИЛІСТИЧНЕ НАПОВНЕННЯ КОМПОНЕНТІВ-АТРАКТАНТІВ ЛЕКСИЧНИХ НОВОТВОРІВ І. ПАВЛЮКА

У статті проаналізовано місце паронімічної атракції в словотворчій практиці І. Павлюка. Наголошено на стилістичних особливостях функціонування новотворів-атрактантів. На основі лексико-стилістичного аналізу засвідчено розширення меж сполучуваності неологізмів-атрактантів та узуальних слів до паронімічних гнізд. Із застосуванням методу компонентного аналізу описано семантику складних слів, утворених за допомогою компонентів-атрактантів.

Ключові слова: авторський лексичний новотвір, паронімічна атракція, атрактант, паронім, мовна гра.

Поетична мова – багата й гнучка система, у якій функціують не лише загальнономовна лексика та стійка тропіка, а й система індивідуальних образів і сконструйованих тим чи тим письменником слів – авторських лексичних новотворів (АЛН). Версифікаційні потреби й фоностилістичні прийоми мовної гри стають потужним каталізатором появи АЛН.

Як стверджує В. Григор'єв, найпоширеніший прийом мовної гри – це паронімічна атракція – функціонування в синтаксичній конструкції різнокореневих паронімів, що мають значний ступінь подібності в плані вираження [Grigoryev : 188]. А. Білозуб слушно зауважує, що завдяки зближенню паронімів у певних контекстах «виникають різноманітні ефекти семантичної спорідненості або, навпаки, протиставлення» [Bilozub : 78].

Оскільки «паронімічний каламбур вкраплює у поезію перчик винятковості» [Росчупок] і «свідчить про високий рівень володіння мовою як творчим інструментом» [Bilozub : 80], вивчення функціонування цієї групи лексики в поетичних текстах є одним із пріоритетних завдань лінгвістів.

Дослідження парономазії (схиляємося до думки Ю. Полтавець про те, що терміни «паронімічна атракція» та «парономазія» – синоніми, які вказують на свідоме використання мовцем паронімів із певною стилістичною метою [Poltavets : 50]) як зближення далеких за походженням і значенням, але схожих за звучанням слів для створення певного стилістичного ефекту [Kovalchuk and Levun : 228] припало на 60-ті рр. ХХ ст. Паронімічну атракцію як окремий прийом слововживання й організації тексту в українській поезії 60–80 рр.

XX ст. вивчали А. Критенко, Л. Зубова, Н. Дашенко; Р. Ріжко досліджує це явище в українському поетичному дискурсі кінця XX – початку XXI ст.

Л. Шевчук стверджує, що вживання паронімів заслуговує на увагу не лише як літературний прийом, а й як мовне явище, оскільки «каламбурна парономазія може бути основою неологізмів, які синтезують у собі звукову оболонку в значення обох паронімів» [Shevchuk : 128]. Використання паронімів у контексті дослідження неологічної лексики також розглядала Ж. Колоїз, однак питання функціонування паронімічної атракції як компонента авторських лексичних новотворів досі залишається не вивченим, що зумовлює **актуальність** обраної теми.

Оскільки пароніми акцентують на звуковій формі слова й семантичних зв'язках між подібними лексемами [Kovalchuk and Levun : 230], то, увіходячи до складу інновацій, не просто розширюють семантику новотвору, а й формують цілісний образ, наділений низкою різноманітних ознак, унаслідок чого ускладнюються й оновлюються їхні семантичні зв'язки [Dashchenko 1996 : 4]. У зв'язку з цим слідом за О. Воронюк паронімічну атракцію розуміємо як «навмисне зближення в мовленнєвому ланцюжку подібних або тотожних у звуковому та/або орфографічному відношенні слів, між якими встановлюється несподіваний семантичний зв'язок» [Voroniuk : 1], а авторський лексичний новотвір із паронімічними компонентами – як результат творчих задумів письменника, спрямованих на збільшення виражально-зображальних можливостей номінації. Р. Ріжко акцентує на тому, що паронімічна атракція в поетичних текстах не лише засіб виразності й експресивності, а насамперед репрезентант креативної індивідуально-авторської мовної діяльності [Rizhko : 170]. Тому **мета** нашої статті – проаналізувати лексичні новотвори з компонентами-атрактантами в лексиконі І. Павлюка, одного з найпродуктивніших словотворців кінця XX – початку XXI ст.

Для досягнення поставленої мети використано такі загальнонаукові (індукція – для узагальнення підходів до розуміння паронімічної атракції, дедукція – для вивчення закономірностей функціонування атрактантів у поетичній мові) і спеціальні **методи**: описово-аналітичний – орієнтований на спостереження, аналіз й узагальнення мовних фактів паронімічної атракції, текстологічний – передбачає вивчення лексико-семантичних функцій неологізмів-атрактантів, компонентний аналіз – для опису семантики складних слів, утворених за допомогою компонентів-атрактантів. Неологізми-атрактанти дібрані методом суцільного вибору зі словника неолексем І. Павлюка.

У межах паронімічної атракції І. Кузнєцова вирізняє паронімічну неологію [Kuznetsova], насамперед маючи на увазі телескопічний спосіб словотвору, проміжний між основоскладанням і абрєвіацією. Утворений за допомогою телескопії неологізм «є поєднанням форми і семантики похідних одиниць з

певним додатковим смисловим навантаженням» [Poltavets : 50]), пор., напр., АЛН І. Павлюка: *варварити* (від *варвар* + *говорити*) – ‘говорити незрозумілою чужою мовою’: *І, немов шакали ті голодні, / По-своєму варварили знов...; таландіти* (від *талан(т)* + *триндіти*) – ‘переконливо (майстерно, натхненно) говорити дурниці’: *Ти мастак таландіти різне; шпалити* (від *шпали* + *шпарити*) – ‘швидко рухатися шпалами’: *А поїзд шпарив, шпалив; муз-чина* (*муза* + *мужчина*) – ‘муза чоловічої статі’: *Ми на морі сліди лишаєм. / Я – муз-чина і муза – ти; Ти – муза, музика, то ж я – / Муз-чина щертъ.* Як бачимо, така внутрішньослівна паронімічна атракція завдяки телескопії дає змогу сконденсовано висловити думку незвичайним для читача способом, зекономити мовний простір, зробити висловлювання більш емоційним і/або поетичним. Прикметно, що більшість АЛН, утворених за допомогою телескопії, – дієслова, адже контамінація паронімічних компонентів розширює семантику інновацій, зберігаючи мовний і фразовий простір і/або ритм.

Варто відзначити, що в поетичній мові І. Павлюка трапляються два різновиди паронімічної атракції: 1) коли атрактивну пару становить АЛН та узуальне слово; 2) коли слова-пароніми функціують як рівноправні компоненти інновації. Щодо першої групи новотворів-атрактантів, то їх автор найчастіше вживає для семантичної чи/і емоційної градації опису того чи того явища: *А душа моя сива над річкою віршить і вершить: / Їй же хочеться ритму, / А не залишати томи...* Попри те, що «паронімія тяжіє до протилежності диференційованістю значень компонентів» [Vishnyakova], чимало атрактантів у словотворчості І. Павлюка є рівноправними компонентами, що виконують експліцитну синтаксичну функцію: *Мені ж болить безвір'я і беззвір'я / В моїх краях, де пахне полином...; ...Вживають природні (нормальні) істоти і хочуть часово-просторового безміру, безвіру...* У деяких випадках І. Павлюк використовує пари атрактантів, у яких обидва слова – неологізми: *Все так чи інакше екстазувало, екстазмувало.*

У прозових текстах автор конструює новотвори-атрактанти з гумористичною метою, напр. *саломандра* (від *сало* + *саламандра*): *Він поміняв колір, як саламандра, сало в мандрах... Давно пора за К. Чапеком почати «війну із саломандрами»...* Для саркастичної характеристики тих українців, які в часи війни прагнули «вслужитися» будь-якою ціною, автор творить інновацію *саломандровий*, яка, з одного боку, вказує на код національної ідентичності *сало-*, з іншого – містить сему ‘слизький, верткий, безвідповідальний’, що ґрунтується на слові-мотиваторі *саламандра* – «хвостате земноводне, схоже на ящірку» [Slovnyk IX : 18]: *Німці таким саломандровим полковникам давали звання не вище ефрейтора-поліція – щоб вони вслужувалися, своїх дубасивши...*

Н. Дашченко зауважує, що прийом паронімічної атракції найчастіше виявляється в парах слів, «семантична кореляція між якими виявляє певну постійність і властивість до варіювання» [Dashchenko 2014 : 68]. Однак у словотворчості І. Павлюка засвідчено розширення меж сполучуваності атрактантів-неологізмів та узуальних слів до паронімічних гнізд: *Нехай вже без нього бунтують, бандують, бинтують. / Візьме свою зірку – і ніжно піде до воріт.* Як бачимо, звукосемантичні зв'язки беруть безпосередню участь у формуванні комунікативного ядра повідомлення, сприяючи поглибленню розуміння зв'язку між поняттями.

Попри те, що в академічній граматиці паронімію відокремлюють від омонімії і вважають різними явищами, нам імponує думка А. Критенко, що «омонімія – це крайній випадок паронімії, це паронімія, доведена до абсолюту, до свого заперечення, коли звукова подібність двох (кількох) слів перетворюється на повну їх тотожність» [Крутенко : 59]. Ю. Полтавець вирізняє інклюзивний підтип паронімічної атракції, в якому «початкова або кінцева частина одного з атрактантів повністю збігається з цілим другим членом паронімічної опозиції, омонімічна йому, тобто має тотожний консонантний та вокалічний склад» [Poltavets : 50], що своєю чергою завдяки звуковій близькості значеннєво-відмінних слів дає змогу розширити семантику інновації та змалювати яскравішу картину, насичену нетотожними образами, напр.: *Тепер він мав багато грошей і оті кляті вічні образи-обрáзи-образі¹, що мучили його вдень і вночі; Чисті сентенції... без душевної роботи, перемелювання мúки-мукí, пам'яті мозку, а не серця, останню людина записати не може – може лише хтось віщій вищій...*

Найчастіше, на думку Н. Дашченко, атрактантами є загальні назви, здатні «утворювати смислові центри із образним навантаженням» [Dashchenko 2014 : 70]. Натомість І. Павлюк нерідко вводить у паронімічну пару АЛН, мотивовані власними іменами: *Буянимо й боянимо із другом / І тишемо на продаж молитви; Сльозою рибини малюю вічність, / Бояню, бояню теж,* у якій інновації набувають рис апелятивів: *боянити* (від власного імені Боян – поет, співець [Slovnyk XI: 671]) – ‘співати, творити загалом’. Водночас власні імена, потрапляючи в один ряд зі співзвучними їм апелятивами, можуть утворювати образи на основі зіставлення [Dashchenko 2014 : 69]. Зокрема, І. Павлюк формує смислову опозицію на основі біблійних імен Петра та Юди (Іуди): *Бо ж Петрове іудство й Іудська петровість є...*, де *іудство* (від власного імені Іуда – зрадник, запроданець [Slovnyk IV: 57]) – ‘зрадливість’, а інновацію *петровість* – на основі стягнення смислу широкого контексту (пор. у Євангелії: *А Петро відповів і сказав Йому: Якби й усі спокусились про Тебе, я не*

¹ Наголоси І. Павлюка.

спокушуся ніколи. Промовив до нього Ісус: Поправді кажу тобі, що ночі цієї, перше ніж заспіває півень, відречешся ти тричі від Мене... Говорить до Нього Петро: Коли б мені навіть умерти з Тобою, я не відречуся від Тебе! Так сказали й усі учні (Матвія 26: 33–35) – ‘слабкодухість, через яку той, хто клявся у вірності, зраджує’. Отже, відонімна паронімічна атракція виконує характеристичну функцію.

На думку І. Дегтярьової, незважаючи на те, що «близькозвучні слова ще й мають антонімічні семи у своєму значенні», використання оксиморона в паронімічному композиті – рідкість [Dehtiarivova: 32–33]. І. Павлюк зрідка творить АЛН із компонентами-паронімами, які мають антонімічне значення (напр.: *окаянно-покаянний, пройдешньо-прийдешній*). Здебільшого семантика компонентів у таких словах нівелюється, як-от: *пройдешній* – «який минув, пройшов; минулий» [Slovnyk VIII: 191] і *прийдешній* – «який настане в майбутньому» [Slovnyk VII: 622] акумулюється в єдине значення ‘плинний’: *Хоче спати душа із задуманим вічним Стрибогом / На гончарному крузі пройдешньо-прийдешніх світів*. Також у новотворах І. Павлюка трапляються паронімічні компоненти, які є контекстними синонімами, напр.: *Моя ж епоха /.../ Декоративно-декларативна, / Де вже й скотина – / Раба машини: декоративний* – «розрахований на зовнішній ефект; показний» [Slovnyk II: 235], *декларативний* – «показовий» [Slovnyk II: 234] – ‘показовий; який все виставляє на огляд’; або *тваринний + травинний* – ‘природний, довершений’: *Ріст, гнучкість, сповнена протиріч душа, – усе було наближенням до абсолютної травинно-тваринної досконалості...*

Однією з прикметних рис поезії І. Павлюка є часте вживання епітетів, які трапляються в паронімічній атракції, поглиблюючи й інтенсифікуючи їхні семантичні межі, породжуючи креативні етимології окремих номінацій, напр.: *Свячену воду сивою сльозою / Хтось вишиває, ніжно-ножовий; Ножово-ніжний весняний сум. / Торішнє листя – як грішні гроші*. Закцентуємо на паронімічності новотворів-атрактантів *ніжно-ножовий* і *ножово-ніжний*, ужитих у різних контекстах, які мають інтертекстуальний характер і тяжіють до самоцитування. Принагідно відзначимо, що неологічне слововживання І. Павлюка, який створює стилістичні паронімічні алюзії, загалом близьке до інтертекстуальності, зіставлення з узуальними лексемами, пор. *струнноногий* і *струнконогий*: *Проїшла струннонога дівка; їй-чорту і їй-Богу: Жили любителі класних анекдотів і навіть їх складачі – їй-чорту! Генії тощо*.

Приєм мовної гри як подвійну мотивацію паронімічних компонентів складних слів зреалізовано в АЛН *винно-винний* та *винно-винуватий*, оскільки перша частина може походити як від іменника *вина*, так і від номінації *вино*: *Такі тихі, як сніг, / Як ніщо, винно-винні коси; І щось під серцем винно-винувате... / І щось – навік*. Подвійну мотивацію, а отже, й семантичні відтінки

має прикметник *каро-красний*, який, на перший погляд, називає відтінок кольору – *карий* (темно-брунатний (про очі) [Slovnyk IV : 105]) + рос. *красний* (*червоний*), або ж «прекрасний, чудовий; найкращий» [Slovnyk IV: 327], що підсилює ознаку першого компонента. Водночас складник *каро-* «притягує» сему 'кара'. Цей образ «постає семантично збагаченим «щохвилининими» відчуттями й почуттями, коли значення не відтворюються, а завдяки звуковій інкрустації тексту переживаються конкретно-чуттєво та збагачуються асоціативно» [Bondarenko : 157]. Загалом найчастіше епітет-атрактант читач сприймає як незамінний і найточніший ілюстрант художнього образу, репрезентант неоднорідних сутнісних ознак.

Оскільки «співзвучність лексичних елементів забезпечує музичність, ритмомелодіку тропів, надає їм поетичності» [Koloiz : 28], найбільшу групу неологізмів із компонентами-паронімами становлять лексеми без виразного семантично-сислового навантаження, утворені як елемент мовної гри, напр.: *діло-тіло, паня-баня, світ-цвіт, віршиник-вершиник, питися-битися, астрономічно-гастрономний, церковно-цирковий* та ін. : *То й людина, якщо вона здорова, / саме весною всі діла-тіла свої запліднює; Щось астрономічно-гастрономне / В запахах, у звуках, кольорах...; І воском задумливо скрикне біленька свіча / Над віршиком-вершиком.* Фонових знань вимагає розуміння новотвору *рай-онно-рай-ський*, головна сема якого апелює до «райського» життя в СРСР: *А колгосп – рай-онно-рай-ська зона – / Будував і щастя, і мене* (пор. у пресі: Нині ми живемо у дуже непростий і напружений період, але я в жодному разі не хочу повертатися у те «райське життя», де була «лікарська» ковбаса за 2,20, кілограм картоплі за 25 копійок і поїздка на тролейбусі за 4 копійки [Kaspruk]). Крім того, І. Павлюк використовує «зворотну» паронімію, членуючи узуальну лексему на два складники та надаючи їй нової конотації: *Дзвонив до колишнього секретаря рай-кому (кому?) Книрика та голови сільпо – Шила.* Такі лексеми, безсумнівно, є елементами мовної гри, спрямованої не лише на сприйняття зовнішньої форми слова, а й актуалізацію певних фонових знань реципієнта.

Подекуди в текстах І. Павлюка трапляються графічні пароніми – нарізно написані слова, які, проте, мають тотожне значення: *Бо він вчиться не-думати, а не думати, коли інші, нормальні, – навпаки; Свята неправда... Свята неправда... Свято неправди...* Такі оказіональні утворення, на нашу думку, покликані підкреслити семантичну єдність заперечної частки й прямого значення слова, а також слугують для привернення уваги читача.

Висновки. Аналіз лексичних новотворів І. Павлюка, які містять компоненти-пароніми, засвідчив, що паронімічна атракція актуалізує художній образ, репрезентує авторське бачення, додає нові семантичні значення в комунікативне ядро повідомлення.

АЛН, які входять до паронімічної пари як один із атрактантів, мають відтінок градації, доповнюючи фоносемантичну основу художнього повідомлення. Значно більшу групу становлять інновації, компоненти яких є словами-атрактантами. У таких АЛН значення окремих складників нівелюється, утворюючи єдину семантику складного слова.

Перспективи подальших студій убачаємо в можливості зіставного аналізу неологізмів-атрактантів у слововжитку різних авторів ХХ–ХХІ ст., вивченні співвідношень омонімно-паронімічної атракції в АЛН, розгляді синонімів, антонімів, омонімів як компонентів інновацій.

References

Bilozub, A. I. “Paronimichna atraktsiia yak fonosemantychnyi pryiom movnoi hry v prozi predstavnykiv stanislavskoho fenomena (Paronymic Attraction as a Phonosemantic Reception of Speech Game in the Prose of Representatives of the Stanislav Phenomenon)” *Linhvistychni doslidzhennia (Linguistic researches)* 33 (2012) : 77–82.

Bolshoy tolkovyy slovar russkogo yazyka (A Large Explanatory Dictionary of the Russian Language) (2017). Retrieved from : <http://www.xn--80aacc4bir7b.xn--p1ai/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B8/%D0%B1%D1%82%D1%81%D0%B1%D0%BB%D1%8F%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE>. Web (Date 10.09.2017)

Bondarenko, A. I. *Khudozhnii tekst v interpretatsiinomu vymiri: lnhvostylistychnyi aspekt (Artistic Text in the Interpretive Dimension: the Linguistic-Stylistic Aspect)*. Nizhyn : NDU im. M. V. Hoholia, 2008.

Dashchenko, N. L. “*Paronimichna atraktsiia v ukrajinskii poezii 60–80 rokiv XX stolittia (Paronymatic Attraction in Ukrainian Poetry 60–80 years of the 20th century)*”. Diss. Kyiv, 1996. Abstract.

Dashchenko, N. L. “Semantychna koreliaciia u hrupakh paronimichnykh atraktantiv (Semantic Correlation in Groups of Paronymatic Attractants)” *Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka (Scientific Notes of Ternopil National Pedagogical University named after Volodymyr Hnatiuk)* 1 (23) 2014 : 66–70.

Dehtiariv, I. O. “Stylistychni zasoby movnoi ekonomii u postmodernistskomu teksti (Stylistic Means of Language Economy in the Postmodern Text)” *Doslidzhennia z leksykologii i hramatyky ukrainskoi movy (Research on Lexicology and Grammar of the Ukrainian language)* 12 (2012) : 133–141.

Grigoryev, V. P. “Paronimiya (Paronymia)” *Yazykovye protsessy sovremennoy russkoy hudozhestvennoy literatury (Language Processes of Contemporary Russian Fiction)*. Moskva: Nauka, 1977. 186–239.

Kaspruk, V. *Mify pro shchaslyve zhyttia v SRSR – halmo dlia ukrainskoho maibutnioho (Myths about a Happy Life in the USSR – Brakes for the Ukrainian Future)*. 2012. Retrieved from : <https://www.radiosvoboda.org/a/24729169.html>. Web (Date 10.09.2017)

Koloiz, Zh. “Zadlja khudozhnioi vyraznosti (For Artistic Expression)” *Urok ukrainskoi*

(Ukrainian lesson). 1 (2003) : 28–29.

Kovalchuk, M. S., and N. V. Levun. “Stylistychni vlastyvosti paronimiv u movi poezii (Stylistic Properties of Paronyms in the Poetry’s Language)” *Kultura narodov Prichernomorya (Culture of the Peoples of the Black Sea Region)*. 49/1 (2004) : 228–230.

Krytenko, A. P. “Paronimiia v ukrainskii movi (Paronymy in the Ukrainian language)” *Movoznavstvo (Linguistics)* 3 (1968) : 48–59.

Kuznecova, I. N. “Paronimicheskaya neologiya vo frantsuzskom yazyke (Paronymical Neology in French)” *Ritorika ↔ lingvistika (Rhetoric ↔ Linguistics)* 2 (2008) : 100–108.

Pochynok, Ju. Toi, khto ne vmiie vpasty! (The One Who Cannot Fall!). 2009. Retrieved from :<http://maysterni.com/user.php?id=3523&t=3&sf=1>. Web (Date 10.09.2017)

Poltavets, Ju. S. “Typy paronimichnoi atrakcii v suchasni ukrainskii hazetnii periodytsi (Types of Paronymatic Attraction in Modern Ukrainian Periodicals)” *Naukovyi chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova (Scientific Journal of M. P. Drahomanov NPU)* 11 (2014) : 49–58.

Rizhko, R. L. “Paronimichna atrakciia yak dominanta ukrainskoho poetychnoho dyskursu kincia XX – pochatku XXI stolittia (Paronymic Attraction as the Dominant Ukrainian Poetic Discourse of the late XX – early XXI century)” *Linhvistyka (Linguistics)* 1 (22)/2 (2011) : 169–182.

Shevchuk, L. V. “Lingvo-kreatyvnyy fenomen kalambura v tvorchestve M. M. Zhvanetskogo (Lingvocreative Phenomenon of the Punin M. M. Zhvanetsky's Work)” *Aktualni problemy prykladnoi linhvistyky (Actual Problems of Applied Linguistics)* 1 (2014) : 124–130.

Slovnyk ukrainskoi movy (The Dictionary of the Ukrainian Language). Ed. by Ivan Bilodid. Vol. I–XI. Kyiv: Naukova dumka, 1970–1980.

Vishnyakova, O. V. *Paronimiya v russkom yazyke (Paronymy in Russian)*. Moskva, 1984.

Voroniuk, O. M. “Paronimichna atraktsiia v zaholovku tekstiv anhlo movnoi masovoi komunikatsii (Paronymatic Attraction in the Title of the Texts of English-language Mass Communication)”. Diss. Odesa, 1998. Abstract.

Abstract

Halyna Maksymchuk

SEMANTIC AND STYLISTIC FILLING OF THE ATTRACTION COMPONENTS IN IHOR PAVLIUK’S NEOLOGISMS

Using many stylistic and artistic trails is a significant feature of poetic language. Paronymic attraction is one of the brightest stylistic trails. Now scientists analyze paronymic attraction only as phenomena of literature. However, the paronymic attraction in poetic texts is not only a means of expressiveness, but primarily a representative of the creative individual and author's linguistic activity. Neologisms also are the exponents of the author's individual speech activity. The **aim** of our article is analysis of Ihor Pavliuk’s neologisms with paronymic components.

In the research author used generally scientific **methods** (induction, deduction). For the analyzing of semantics and functions of the neologisms, such special methods as descriptive-analytical, textual, and component analysis were used.

The **results** of the research have shown that in I. Pavliuk’s poetic language, there are two types of paronymic attraction: 1) when the attractive pair consists of a neologism and a usual word;

2) when paronyms function as equal components of innovation. It is noteworthy that I. Pavliuk often introduces a paronymic pair of neologisms, motivated by their own names. The distinctive paronymic attraction performs a characterization function. The author's epithets with paronymic components present a large group of I. Pavliuk's neologisms. In the compound words, each paronymic component has not eigenvalue, because semantics of the components is united. The prospects for further research are the possibility of a comparative analysis of neologisms with paronymic components in the modern Ukrainian poetry.

The perspectives of further studies are the comparable analysis of neologisms with paronymic components in different poetries of XX–XXI centuries; research of correlation of homonymic and paronymic attraction in the neologisms; and description of synonyms, antonyms, homonyms as components of innovations.

Keywords: neologism, paronymic components, paronymic attraction, semantics, component analysis, paronymic pair, expressive-figurative possibilities.

УДК 811.161.2'01"16"

Юлія Олешко

ГОНОРАТИВНІСТЬ У ПЕРЕДМОВАХ ДО ПРОПОВІДНИЦЬКИХ ЗБІРНИКІВ А. РАДИВИЛОВСЬКОГО

У статті розглянуто особливості реалізації мовленнєвої категорії гоноративності в передмовах до проповідницьких збірників А. Радивиловського – «Огородку Марії Богородиці» (1676) і «Вінці Христовому» (1688), зокрема проаналізовано відмінність у вияві гоноративності до різних адресатів: Господа, Богородиці, читача та царських осіб.

Ключові слова: гоноративність, передмова, А. Радивиловський, староукраїнська літературна мова XVII ст.

Суспільні норми й культурні цінності, якими керуються люди в повсякденному житті, зокрема й у мовленнєвій діяльності, засвідчують специфіку національного світогляду в певний історичний період. Соціальні взаємини між співрозмовниками визначаються двома основними чинниками – дистанцією та статусом – і варіюються залежно від різного ступеня дистантності/інтимності і симетричності/асиметричності, тобто вимірюються за показниками «ближче – далі» та «нижче – вище». Домовленість про суспільну дистанцію та ієрархію втілюється в категорії ввічливості, яка є індикатором культури поведінки індивідів. Так, гоноративність – це вербалізована шанобливість, етикетність, яка відповідає усталеним правилам ведення діалогу. У мовленні ввічливість виявляється як постійний пошук оптимальних засобів оформлення ідей відповідно до традиційних уявлень про такт, з урахуванням соціальної ролі та статусної належності адресанта й адресата, комунікативної ситуації загалом.