
Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології
та соціальних комунікацій
Кафедра журналістики та філології

Ministry of Education of Ukraine
Sumy State University
Faculty of Foreign Philology
and Social Communications
Department of Journalism and Philology

XII

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: СВІТОВІ ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ

ДВАНАДЦЯТА МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ

JOURNALISM EDUCATION IN UKRINE: WORLD-PROFESSIONAL STANDARDS

THE XIIth INTERNATIONAL
SCIENTIFIC CONFERENCE

Суми, 8–9 червня 2016
Sumy, 8–9 June 2016

МОВОТВОРЧИСТЬ КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ (НА ПРИКЛАДІ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ФЕЙСБУК)

Світлана Воропай,

к. ф. н., доцент, СумДУ

Дар'я Жидкова,

студентка 2 курсу, СумДУ, РК-41

В статті досліджуються групи okazіоналізмів, створені користувачами соціальної мережі Фейсбук. Такі мовні одиниці, в основному об'єднані політичною тематикою, слугують для вираження певних авторських інтенцій, як-то: дати оцінку, висловити ставлення, з'ясувати роль і місце того чи іншого явища, події чи особи в житті країни. Структура новотворів включає компоненти, завдяки яким відбувається реалізація оцінності, емоційності чи експресії в мовленні. Такими компонентом виступають різні словотворчі засоби та твірні основи, що впливають на словесне значення.

***Ключові слова:** мовотворчість, okazіоналізм, неологізм, похідні, творчий потенціал.*

LINGUISTIC CREATIVITY OF SOCIAL NETWORK USERS (BY EXAMPLE OF SOCIAL NETWORK FACEBOOK)

Svitlana Voropai,

associate professor, Sumy State University

Daria Zhidkova,

2nd year student, Sumy State University, PK-41

In the article the group of occasionalisms created by users of social network Facebook are considered. Such linguistic units are mostly of political theme, and they serve to express certain author's intentions, such as: to evaluate, to express attitudes, to clarify the role and place of a phenomenon, an event or a person in the country's life. The structure of the new words includes the components that implement evaluation, emotion or expression in speech. These components might be the different derivation means and generating bases, affecting verbal meaning.

***Keywords:** linguistic creativity, occasionalism, neologism, derivats, creative potential.*

Творчий потенціал людини може виявлятися у будь-якій діяльності. І мова не є винятком. Користуючись створеним людством протягом тривалого періоду словником, мовці, в певних ситуаціях і з певних причин, намагаються поповнити його власними винаходами, проявляючи мовну творчість у різних вимірах мовної системи. Найбільше таких проявів спостерігається у художній літературі, рекламі, мас-медіа та інтернет-дискурсі. Чимало їх у дитячій та розмовній мові.

Креативність як ментальний та культурний феномен довгий час була предметом міждисциплінарних досліджень, входячи до кола інтересів представників різних дисциплін (психологія, соціокультурологія та антропологія). Креативність у мові не достатньо висвітлена. Тому це поняття можна вважати відносно новим у лінгвістичних розвідках.

Сьогодні вітчизняні та зарубіжні лінгвісти активно звертаються до різних аспектів вивчення креативності у мові. Так питанню дефініції поняття «мовна креативність» та його специфіці приділяли увагу Д. Гайданка, Л. Ліпка, Г. Монастирецька. Лінгвокреативність у літературі вивчали Р. Фаулера, Г. Кук, П. Сток-

вел, П. Сімпсон та Дж. Холл, О. Ребрій, Г. Монастирецька. Побутове мовлення з його креативними виявами цікавило Р. Джонса, В. Батіа, Д. Крістал, Н. Норік, Дж. Мейбін, Дж. Свон, Е. Померанц, Н. Белл. Функційні особливості мовотворчості знайшли відбиток у працях С. Швачко, І. Кобякової. Лінгвокреативність також стала об'єктом соціолінгвістичних студій Р. Джонса, Р. Картера.

Т. Космеда й О. Халіман досліджують проблеми мовної гри як вияву креативності мовної системи. Л. Процак вивчає лінгвокреативний потенціал метафори, а Н. Струкова – лінгвокреативний аспект сучасного комп'ютерного сленгу. У полі зору дослідників – мовотворчість окремих письменників. Так, наприклад, лексичні новотвори, лінгвостилістичний аналіз та типологія синтаксичних інновацій В. Стуса знайшли своє відображення у роботах Т. Берест, Т. Беценко, А. Загнітка.

Інтерес лінгвістів до вивчення питання мовотворчості (лінгвокреативності) зумовлений різними причинами. Одна з них – погляд на мовотворчість як сприятливе підґрунтя для okazіонального словотворення, а також – спроба з'ясувати яким чином і у яких контекстах найчастіше і найпотужніше реалізується лінгвокреативний потенціал мовців.

Мова сучасних соціальних мереж знаходиться в центрі особливого інтересу лінгвістів, бо вона становить багатюще джерело для дослідження новітніх тенденцій у розвитку сучасної літературної мови. Постійне поповнення мови okazіональними утвореннями зумовлює стійкий інтерес науковців до їх вивчення як лінгвокреативного феномену. Динамічність і змінність цього мовного прошарку надає можливості для їх ґрунтового і різнобічного вивчення, що і зумовило *актуальність роботи*.

Метою дослідження є виділити семантичні групи індивідуально-авторських неолексем, які є результатом мовної творчості користувачів соціальної мережі Фейсбук, та проаналізувати структурні та функціональні особливості таких утворень.

Погляд на мовотворчість (лінгвокреативність) під різними кутами зору спричинило появу різних тлумачень цього поняття. В своїй роботі ми послуговуємося визначенням лінгвокреативності як можливості творчо переформатовувати існуючий мовний матеріал задля задоволення конкретної комунікативної мети. Лінгвокреативність мовців виявляється через певні засоби і прийоми, які «культивують мисленево-мовленеву свободу сучасних людей, збагачують їхні знання, розвивають уподобання, розширюють наявні асоціації та сприяють загальній інтелектуалізації суспільства [10, с. 28].

Серед ЗМІ вагоме місце займають соціальні медіа, специфіка яких полягає у поширенні інформації через соціальну взаємодію. Використовуючи Інтернет і веб-технології соціальні медіа перетворюють монологи на соціальний діалог, що забезпечує демократизацію знань та інформації. Новітні інтернет-медіа, на відміну від традиційних, характеризуються інтерактивністю, швидким обміном інформації, користувачі самі стають поширювачами контенту та новин.

Соціальні мережі – нові віртуальні форми соціального спілкування – за останні десять років стали невід'ємною частиною сучасного життя і перетворилися на один із основних елементів інфраструктури засобів масової інформації.

Сучасне комп'ютеризоване суспільство використовує соціальні мережі як альтернативу до традиційних засобів масової комунікації. Будь-які події в країні та світі, політичні, економічні, соціальні, активно обговорюються в соціальних мережах. Їхнє призначення, як форми мовленнєвої комунікації, – повідомляти про події, явища суспільного життя та сприяти вираженню поглядів стосовно цих подій, тобто давати оцінку суспільно-політичним процесам, діям та вчинкам їх учасників, позиціонувати себе, популяризувати шляхом інформування громадськості.

Соціальні мережі приваблюють в першу чергу можливістю вести публічний діалог, оперативно висловлювати свою думку, виражати власні погляди на події, ситуації, проблеми, створювати свій віртуальний імідж, розміщувати для обговорення статті та публікації.

Соціальні мережі – специфічні комунікативні платформи, які часто формують власні мовні норми, впливаючи на спілкування людей. Тому функціонування мови у соціальних мережах має певні особливості. Ці особливості стосуються в першу чергу вибору мовних засобів для вираження тієї чи іншої інтенції мовця. Як зазначалося, повідомлення в соціальних мережах не лише інформують, а й формують певне ставлення до предмету інформації, яке користувачі виражають у коментарях до постів, або у власних матеріалах. Для вираження цього ставлення автори часто послуговуються експресивними мовними засобами – власно створеними мовними конструкціями, які привертають увагу своєю нестандартністю, нетиповістю, оригінальною формою та влучним змістом. Такі елементи мовлення і є проявом індивідуальної авторської мовотворчості. Вони знаходять своє вираження в неологізмах та okazіоналізмах, трансформованих фразеологізмах, неосемантизмах, каламбурах тощо.

Серед різноманітних експресивних мовних засобів особливе місце в «мові мереж» належить індивідуальним авторським новотворам – okazіоналізмам. Okazіональний словотвір стає потужним засобом словотворчості в мережах. Okazіоналізми – активно використовуваний засіб творення комічного ефекту, сатиричного зображення подій та ситуацій, вираження глузування, зневаги, презирства, ненависті. Дуже рідко новотвори слугують для вираження нейтральної позиції або ж позитивного ставлення.

Мовотворчість інтернет-користувачів відбувається у двох площинах: 1) творення нової синонімічної назви до вже існуючої; 2) творення нових назв для нових понять. У першому випадку новотвори-синоніми виникають на базі вже існуючих в мові лексем і мають семантичні або ж стилістичні відмінності. У другому – функція неологізмів також не тільки номінативна та когнітивна, а й емоційно-експресивна також.

Прояви лінгвокреативності комунікантів у соцмережах найчастіше торкаються теми політики в Україні та за кордоном. Серед аналізованих лексичних одиниць можна виокремити наступні лексико-семантичні групи:

політичні діячі: *Миздобул, кацапутін, Юловище;*

особи або групи осіб, що виражають ставлення до політичних партій чи діячів: *медвепути, юлефани, юлефоби, кремлеботи, медведчукбот;*

групи осіб об'єднані за партійною приналежністю: *путіністи, правосекі, укропи;*

установи, об'єднання: *хренштаб, недофракція;*

особи за родом діяльності: *протипсіхи, миздобульці, піарчелядь, неотітушки, кремляді, бидлонардеп, партпахан, однотуровий, однотурівець, майданобандерівка;*

особи за певною ознакою чи дією: *зомбомавпи, недомавпи, Насслівайченки, Антімобілізчуки, жидогрузиобандерівці, любодрузь, котобандерівці, кримнаші, єдоруси, голоруси, кривоватник, бандероалжириці, будобандерівці, донбасяни, єврогопники, чеченозомбі, укробандерівці, прем'єр-камікадзе, лінгвоінваліди;*

назви явищ та абстрактних понять: *зомбопрограми, мислевірус, руксолокшина, чепіногозавісімість, зомбопоп, ПУТріотизм, інфомотлох, квазідержава, єврооптимізм, бюрократня, зомбі-апокаліпсис;*

назви предметів: *путинкарти, нанопласкогубці, євроовочі, дупад, СПИДометр, борзомер, креативометр, нафто-газо-гроші, нафто-газо-золото-алмазодолари, путаник, бігморда, кретиноскоп;*

назви процесів, дій: *капіталізувати, кнопкодавяти, наволонтерити, водохрещитися, лососеоб'єднаніє, дедонбасизація, депутатнізація, мифоложество, побогува-*

ти, ватовнушеніє, інтернетобструкція, подепутатствувати, поребрендингувати, обезмандатування, референдець, Крим нашів, шустеризація;

локативи: *Домбабве, Луганда, Лугандонія, Буховель, терорусстан, кацапстан, недоімперія, Даунбас, алкомайдан, мордокнижка, Путинград, Путлерстан, Бандерстан, Гепадопінськ;*

назви ознак: *едальновидний, нерукопожатний;*

назви станів: *кримнаш-ейфорія, путАгонія;*

кількість: *задохріна.*

Реалізація лінгвокреативного потенціалу мовців відбувається за допомогою мовних засобів, зокрема словотвірних. Структура okazіональних утворень обов'язково містить компонент, завдяки якому відбувається реалізація оцінності, емоційності чи експресії в мовленні. Таким компонентом виступають різні словотворчі засоби. Оцінна семантика неолексем створюється за рахунок семантики твірної основи чи слова, або ж ненормативним поєднанням твірних з певними афіксами.

Вибір мовних засобів вираження авторської інтенції користувачів соцмереж обумовлений головним чином функціональними особливостями розміщених матеріалів. Як елементи медіатекстів okazіональні новотвори, окрім зазначених вище функцій (номінативної, когнітивної, експресивної, емотивної), виконують функцію впливу, формуючи суспільну думку інтернет-користувачів, впливаючи на їхнє бачення певних реалій і ставлення до них.

Okazіоналізми належать до засобів вираження експресивності. Створення експресії на ґрунті okazіональної деривації характеризується певним рисами. В мовознавчій літературі okazіональна деривація може розглядається і як номінативний і як комунікативний процес відповідно до її функціонального призначення [5, с. 4]. Однак, реалізація цих функцій виявляється не в однаковій мірі. Так, номінативна функція okazіоналізмів, порівняно із номінативною функцією загальноновживаних слів, виявляється слабо. Її переважає функція експресивно-стилістична. Експресивна функція «виявляється у вираженні адресантом суб'єктивного ставлення до певної ситуації та у бажанні викликати відповідні чуттєві реакції адресата, використовуючи форми з інтенсифікованою виразністю, які включають такі чинники психологічної мотивації, як іронія, пародія, гумор, оцінка, гіперболізація» [6, с. 14].

Аналізовані структури відзначаються незвичністю та яскравістю, мають високу впливову силу. Усі вони носять розмовний характер, вступають в синонімічні відношення не тільки з узуальними структурами, а й між собою. Мовотворчість користувачів соціальних мереж впливає на стан сучасної мови, бо інтернет-неологізми активно вживаються, стають модними.

В індивідуальній мовній практиці авторів матеріалів у соцмережах функціонують лексеми, що виходять за межі традиційних моделей українського словотвору. Слова, що не встигли набути кодифікації, активно використовуються в розмовній мові.

Висновки. Okazіональні новотвори є сильними стилістичними засобами виразності, що активно використовуються в сучасних медіатекстах. Експресивність таких мовних одиниць забезпечується різними словотворчими засобами. Певна кількість новотворів створюється за моделями, що вже існують в мові. Експресивність таких дериватів зумовлена в основному семантикою твірних основ. Інша категорія – okazіоналізми, утворені за нерегулярними словотворчими моделями. В таких утвореннях емоційно-оцінне навантаження виявляє словотворчий формант. В окремих випадках контекст і мовленнєва ситуація уточнюють значення неолексеми. Спільною рисою для всіх типів okazіональних утворень є те, що словотворчі засоби в їх структурі сприяють виконанню комунікативної функції неолексемами в медіатекстах. Детальне дослідження словотвірної структури та семантики таких дериватем створює ґрунт для подальших розвідок в сфері комунікативної деривації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Воропай С. В. Індивідуально-авторські інновації як засіб експресивізації медіатексту (словотвірно-комунікативний аспект) / С. В. Воропай // Вісник Дніпропетровського університету. – № 11. – Т. 22. – Серія: Мовознавство. – Випуск 20 (2). – 2014. – С. 21–28.
2. Гайданка Д. В. Лінгвокреативність та її роль в оказіональному словотворенні / Д. В. Гайданка // Одеський лінгвістичний вісник. – № 5. – Т. I. – 2015. – С. 21–25.
3. Зайцева С. В. Інтернет-спілкування як нова форма міжособистісної комунікації // [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://ukrmova.com.ua/zmist-hurnalu/vipusk-11/internet-spilkuvannuyak-nova-forma-mizhosobistisnoi-komunikacii/>
4. Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: [монографія] / Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. – К. : Вид. дім Дмитра Бурого, 2008. – 336 с.
5. Колоїз Ж. В. Українська оказіональна деривація : [монографія] / Ж. В. Колоїз. – К. : Акцент, 2007. – 310 с.
6. Мариненко П. І. Лексичні новотвори в сучасній іспанській мові : структурний та семантичний аспекти : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.05 / П. І. Мариненко. – К., 2006. – 277 с.
7. Монастирецька Г. В. Креативність як лінгвістичний феномен / Г. В. Монастирецька // Лінгвістичні студії : зб. наук. пр. / Укл. А. Загнітко та ін. – Донецьк : ДонНУ, 2008. – Вип. 17. – С. 39–45.
8. Чабаненко В. А. Стилїстика експресивних засобів української мови : [монографія] / В. А. Чабаненко. – Запоріжжя : ЗДУ, 2002. – 351 с.
9. Швачко С. О. Про деякі аспекти мовотворчої функції / С. О. Швачко, І. К. Кобякова // Studia Germanica et Romanica. Серія : Іноземні мови. Зарубіжна література. Методика викладання. – 2004. – Т. 1. – № 2. – С. 21–30.
10. Torrance E. P. Guiding Creative Talent / E. P. Torrance. – Englewoodcliffs, N. Y. : Prentice-Hall, 1962.

МОВНІ ПОМИЛКИ У ПРОГРАМІ «НА ЧАСІ: РАНОК» ТРК «УА. СУМИ»

Діана Євстаф'єва,

студентка 5 курсу, Сум ДУ, МДм-51

Науковий керівник – Надія Подоляка,

канд. н. із соц. ком., ст. викладач, СумДУ

У статті розглянуто та проаналізовано мовлення ведучих у програмі «На часі: ранок» ТРК «УА. Суми», запропоновано варіанти поліпшення мовленнєвої ситуації в ефірі.

Ключові слова: засоби масової інформації, культура мовлення на телебаченні, ведучий, норма, аналіз.

LANGUAGE MISTAKES IN THE PROGRAM "AT THE TIME : MORNING"

Diana Yevstafieva,

5th year student, МДм – 51

Scientific supervisor – Nadiya Podolyaka,

PhD of social. com., p. teacher of Sumy State University

The article discusses and analyzes leading broadcast in the program «At the time : Morning» TRC «UA. Sumy» proposed options for improving the situation of speech in the air.

Keywords: media, culture, broadcasting on television, presenter, rule, analysis.