

УДК 81'8127:316.472.4

Сеньків О.М., Петриця Л.І.

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

ЛІНГВОКРЕАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ (НА ПРИКЛАДІ СОЦМЕРЕЖІ ІНСТАГРАМ)

Анотація. У статті висвітлюється питання мовотворчості користувачів соцмережі Інстаграм. Розглянуто три основні прояви лінгвокреативності у даній соціальній мережі. Показано, що основними механізмами творення лексичних інновацій є: морфологічні та семантичні процеси. Встановлено, що продуктивним словотвірним способом творення неологізмів у соціальній мережі Інстаграм є телескопія (завдяки активнодіючому закону мовної економії). Продуктивним семантичним механізмом творення нових значень слів є метафоризація. Англомовні користувачі Інстаграму також продуктивно використовують прийоми мовної гри, насамперед у трансформації усталених виразів (виразів-кліше, крилатих висловів, прислів'їв та приказок).

Ключові слова: лінгвокреативність, мовна гра, метафора, нові слова, соціальна мережа, Інстаграм.

Sen'kiv Olha, Petrytsia Lyubov

Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

THE POTENTIAL OF SOCIAL NETWORKS IN LANGUAGE CREATIVITY (DESCRIBED ON INSTAGRAM DATA)

Summary. The article focuses on the problem of language creativity on a photo and video-sharing social networking service – Instaragram. Due to a great number Instagram users, (about 1 000 000) it has become a popular source of creating neologisms. English is the most widely used language for coining new words on Instagram not only by native speakers, but by non-native ones. It has been defined three most productive types of creative use of language on this social network. It has been shown that new words are mostly created because of morphological and semantic processes. It has been highlighted that the users of this social networking website apply to new words existing in the present-day English word formation processes. It means that nonce formation is very rare. It has been proved that blending is the most productive word-building process of creating neologisms on Instagram. These blends denote things related to Instagram (types of photos, ways of making pictures, people on social networks, who take different types of photos, pets that their owners be popular, Instagram promotion apps). This could be explained by the language economy principle. A productive semantic mechanism of creating new meanings is metaphorization. The English-speaking Instagram users also use play on words, mainly in transforming fixed expressions (like clichés, popular expressions, proverbs and sayings).

Keywords: language creativity, play on words, metaphor, new words, social network, Instagram.

Постановка проблеми. Людина здавна вдавалась до творчості, зокрема мовотворчості. Спочатку вона мала лише усну форму і передавалась з уст в уста. Згодом з появою писемності провідними творцями нових слів стали поети і письменники. З їх творів вони входили у загальне використання. Сьогодні ж із розвитком соціальних мереж ситуація змінилась, практично будь-хто, хто є їх користувачем може стати творцем нового слова.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання творчості, насамперед розвитку дитячої креативності, досліджувалось міждисциплінарно, зокрема у психології та педагогіці. Креативність у мові і мовленні вивчається відносно недавно, з кінця ХХ століття [17]. На сучасному етапі розвитку мовознавства особливу увагу приділяють питанням мовного варіювання, а також лінгвокреативній та словотвірній діяльності мовної особистості. Серед них варто зазначити праці таких науковців як: Б.Д. Ден Оуден [12], Р. Картер [11], І. Кобякова [6], О. Коваль [7], О. Маленко [8]. Водночас проблема мовної творчості тісно переплітається з лінгвоперсоналогією. Оскільки дослідження мовної особистості неможливе без вивчення її мовотворчості. У цьому руслі слід зазначити праці таких науковців як: А. Загнітко [4], Ж. Зосе, Л. Голдберг [16], Е. Саттір [15], А. Шаповал [10] та ін.

Хронологічні рамки дослідження – 2014-2018 рр.

Мета статті. Мета пропонованої статті – схарактеризувати семантичні групи неолексем, які є результатом лінгвокреативності користувачів соцмережі Інстаграм.

Виокремлена мета зумовила розв'язання наступних завдань:

- виділити нові слова, створені англомовними користувачами соціальної мережі Інстаграм;
- проаналізувати структурні та функціональні особливості виділених слів.

Виклад основного матеріалу. Поповнення словникового складу мови – закономірний процес, адже у кожній мові закладений потенціал для її вдосконалення та збагачення. Як засіб відображення об'єктивної реальності, мова перебуває у стані постійної зміни і розвитку, оскільки сама дійсність є динамічною і лабільною. Найбільш рухомою і проникною сферою мовної системи вважають лексичний рівень. Саме на цьому рівні найчастіше проявляється лінгвокреативність.

Термін «лінгвокреативність» за визначенням Г. Монастирецької є «новим для славістики» [9, с. 42]. Він складається з двох основ: лат. lingua (мова) + англ. creativity (креативність – від лат. creatio – створення). Тому термін розуміється як мовна творчість [там само]. Ось чому у даному дослідженні терміни мовотворчість і лінгвокре-

активність використовуються синонімічно. В англомовній літературі наявний термін 'language creativity'. Він «нерозривно пов'язаний з продуктивними процесами словотворення, але також включає інші аспекти динамічної лексикології, такі як метафора, метонімія та запозичені слова» [14, с. 5]. У сучасних мовознавчих дослідженнях українських науковців вивчення лінгвокреативності здійснюється у двох напрямках: лінгвокреативність у художній літературі та «у щоденному спілкуванні» [2, с. 39]. Представники першого напрямку досліджують дане поняття в ізольованих текстах, вивчаючи особливості їх стилю [там само]. Прихильники другого розглядають використання креативності у розмовній мові та її соціальні функції [там само]. Ж. Горіна визначає лінгвокреативність «як феномен мовленнєвого спілкування, що провокує мовця на відкриття нових смислових зв'язків у відомому» [3, с. 100].

Сьогодні мільярди людей користуються соціальними мережами, найпопулярнішими серед яких є: Фейсбук (30 червня 2017 року кількість користувачів досягла 2 млрд. чоловік) [13] та Інстаграм (за даними 2018 року кількість користувачів перевищила 1 млрд.) [5]. Спочатку Інстаграм був лише фотододатком до Фейсбук, але тепер це повноцінна соціальна мережа, з можливістю залишати коментарі і відповідно створювати нові слова. Незважаючи на таку велику кількість користувачів у зазначеній соціальній мережі, провідною мовою спілкування і водночас творення неологізмів є англійська. Це означає, що практично кожний користувач Інстаграму, навіть не будучи носієм англійської мови може створювати неолексеми.

Розділяємо погляд С. Воропай, що «мовотворчість інтернет-користувачів відбувається у двох площинах: 1) творення нової синонімічної назви до вже існуючої; 2) творення нових назв для нових понять» [1, с. 10]. Вважаємо також, що лінгвокреативність користувачів соціальної мережі Інстаграм зумовлена діючим законом мовної економії. Це обумовлено тим, що перед ними постає необхідність «економити» слова у коментарях чи створювати одне або декілька слів для позначення хештегом.

У ході аналізу емпіричного матеріалу встановлено, що користувачі соціальної мережі Інстаграм вдаються до наявних в англійській мові продуктивних словотвірних моделей. Встановлено, що найпродуктивнішим словотвірним способом творення неолексем є телескопія (75% серед виокремлених лексичних одиниць).

Серед виокремлених телескопічних одиниць можна виділити ті, котрі позначають:

а) види фотографій: *bothie, catfie, foodfie, foodporn, legfie, petfie, plandid, shoefie, shelfie, welfie*;

б) спосіб творення фото (відео): *insuta-bae, Instapan*;

в) людей, котрі роблять певні види фотографій у одній із соціальних мереж: *beautygrammer, fitstagrammer, healthygrammer, Instagirl, instamoron, kidfluencer, yogagrammer*;

г) тварин, які допомагають підвищити популярність профілю їх власників у соціальних мережах: *dogfluencer, instacat, instadog, petfluencer*;

д) програми для просування в Інстаграм: *instahamster, leogram*.

Більшість лексичних одиниць утворені англомовними користувачами Інстаграм позначають поняття, що використовуються у даній соціальній мережі. Рідше створюються оказіоналізми, тобто слова, спосіб творення, яких важко визначити. Наприклад слово *'geukyme'* (означає «інший стан»), створене репером XXXTentacion.

Мовотворчість користувачів даної соціальної мережі також виявляється у використанні прийомів мовної гри, зокрема у трансформації усталених виразів (виразів-кліше, крилатих фраз, прислів'їв та приказок). Наприклад, *'Always bee yourself'*, *'I miss you snow much'*, *'Having a gouda time'*, *'Ice to meet you'*, *'There's no one butter'*, *'There's snowplace like home'* та ін.

Користувачі Інстаграму здебільшого використовують наявні у англійській мові метафори. Однак наявні окремі випадки образних метафор, що із індивідуально-авторських вже стали загальномовними. Наприклад, *fish gape, food porn, hair curtain, planted in bed, selfie claw, selfie dragon* тощо.

Висновки і пропозиції. Таким чином, виявлено три прояви лінгвокреативності англомовних користувачів соціальної мережі Інстаграм. Тому мовотворчість користувачів цієї соціальної мережі виявляється у: створенні морфологічних неологізмів, використанні прийомів мовної гри та метафоризації. Тому основними механізмами утворення лексичних інновацій є: морфологічні та семантичні процеси.

Перспективним вбачаємо дослідження мовотворчості знаменитостей, зокрема тих, котрі є активними користувачами Інстаграму. Оскільки знамениті особистості здебільшого являються взірцем лінгвокреативності.

Список літератури:

1. Воропай С. В. Лінгвістична креативність та її реалізація у мові користувачів соціальних мереж (на прикладі соціальної мережі Фейсбук) / С. В. Воропай // Філологічні трактати. – 2016. – Т. 8, № 4. – С. 7–14. – Режим доступу: <http://tractatus.sumdu.edu.ua/Arhiv/2016-4/3.pdf>
2. Гайданка Д. В. Оказіональне словотворення у сучасному англомовному кінодискурсі: лінгво-когнітивний і комунікативно-когнітивний аспекти: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 – германські мови / Діана Володимирівна Гайданка; Херсонський держ. ун-т. – Херсон, 2018. – 238 с.
3. Горіна Ж. Д. Лінгвокреативність у мовленнєвій репрезентації елітарної мовної особистості / Ж. Д. Горіна // Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка (Педагогічні науки). – 2011. – № 15(226). – С. 94–102.
4. Загнітко А. Теорія сучасної лінгвоперсонології: рівні й категорії / Анатолій Загнітко, Надія Загнітко // *Studia Ukrainica Posnaniensis* / [red. Anna Horniatko-Szumilowicz (red. naczelny), Tetiana Kosmeda (red. naukowy) i inne]. – Poznań: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, 2016. – Zeszyt IV. – S. 23–33.
5. Кількість користувачів Instagram перевищила 1 мільярд. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/science/10161641-kilkist-koristuvachiv-instagram-perevishchila-1-milyard.html>
6. Кобякова І. К. Креативне конструювання вторинних утворень в англомовному художньому дискурсі / І. К. Кобякова: монографія. – Вінниця: Нова Книга, 2007. – 128 с.

7. Коваль О. В. Мовотворчість поетів-«неокласиків» та її роль у збагаченні виражально-зображальних засобів української мови: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01– українська мова / Оксана Володимирівна Коваль; Запорізький нац. ун-т. – Запоріжжя, 2008. – 14 с.
8. Маленко О. Лінгво-естетична інтерпретація буття в українській поетичній мовотворчості (від фольклору до постмодерну) / О. Маленко. – Харків, 2010. – 488 с.
9. Монастирецька Г. В. Креативність як лінгвістичний феномен / Г. В. Монастирецька // Лінгвістичні студії. – 2008. – Вип. 17. – С. 39–44.
10. Шаповал А. С. Лінгвокультурологічна характеристика мовної особистості персонажа художнього твору (на матеріалі романів Перл Бак «Імператриця» та Павла Загребельного «Роксолана»): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 – загальне мовознавство / Анна Сергіївна Шаповал; Південноукраїнський нац. пед. держ. ун-т. – Одеса, 2015. – 22 с. – Режим доступу: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/221/1/Шаповал%20Анна%20Сергіївна%20%281%29.pdf>
11. Carter Ronald. Language and Creativity: The Art of Common Talk / Ronald Carter. – Routledge, 2015 p. – 288 p.
12. Den Ouden Bernard D. Language and Creativity: An Interdisciplinary Essay in Chomskyan Humanism / Bernard D. Den Ouden. – John Benjamins Publishing, 1975. – 107 p.
13. Facebook. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Facebook>
14. Munat Judith. Lexical Creativity, Texts and Contexts / Judith Munat. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing, 2007. – 294 p.
15. Sapir E. Culture, Language and Personality: Selected Essays / E. Sapir. – University of California Press, 1956 p. – 207 p.
16. Saucier G. The five-factor model of personality: Theoretical perspectives / G. Saucier, L. R. Goldberg // The language of personality: Lexical perspectives on the five-factor model. edited by J. S. Wiggins. – New York, NY, US: Guilford Press, 1996. – Pp. 21–50.
17. Swann Joanne. Creativity in Language and Literature: The State of the Art / Joanne Swann, Rob Pope, Ronald Carter. – 2017. – 345 p.

References:

1. Voropai S. V. Lihvistychna kreatyvnist ta yii realizatsiia u movi korystuvachiv sotsialnykh merezh (na prykladі sotsialnoi merezhi Feisbuk) [Language creativity and its realization in the language of social media users (on Facebook)] / S. V. Voropai // Filolohichni traktaty. – 2016. – Т. 8, № 4. – Pp. 7–14.
2. Haidanka D. V. Okazionalne slovotvorennia u suchasnomu anhlovnomomu kinodyskursi: lnhvo-kohnityvnyi i komunikatyvno-kohnityvnyi aspekty [Nonce formation in modern English cinema discourse: lingvocognitive and cognitive-communicative aspects]: dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04 – hermanski movy / Diana Volodymyrivna Haidanka; Khersonskiy derzh. un-t. – Kherson, 2018. – 238 p.
3. Horina Zh. D. Lihvokreatyvnist u movlennievii reprezentatsii elitarnoi movnoi osobystosti [Language creativity in the speech of an elitist personality] / Zh. D. Horina // Visnyk Luhanskoho natsionalnogo pedahohichnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka (Pedahohichni nauky). – 2011. – № 15(226). – Pp. 94–102.
4. Zahnitko A. Teoriia suchasnoi lnhvopersonolohii: rivni y katehorii [The theory of modern language personology: levels and categories] / Anatolii Zahnitko, Nadiia Zahnitko // Studia Ukrainica Pos-naniensia / [red. Anna Hor-niatko-Szumilowicz (red. naczelny), Tetiana Kosmeda (red. naukowy) i inne]. – Poznań: Uniwersytet im. Adama Mickewicza w Poznaniu, 2016. – Zeszyt IV. – Pp. 23–33.
5. Kilkist korystuvachiv Instagram perevyschyla 1 miliard [The number of Instagram users is more than 1 billion]. – Available at: <https://www.unian.ua/science/10161641-kilkist-korystuvachiv-instagram-perevishchila-1-milyard.html>
6. Kobiakova I. K. Kreatyvne konstruiuvannia vtorynnykh utvoren v anhlovnomomu khudozhnomu dyskursi [Creative coinage of secondary formations in English art discourse] / I. K. Kobiakova: monohrafiia. – Vinnytsia: Nova Knyha, 2007. – 128 p.
7. Koval O. V. Mовотворчист poetiv-«neoklasykiv» ta yii rol u zbahachenni vyrachalno-zobrazhalnykh zasobiv ukrainskoi movy [Language creativity of 'neoclassical' poets and their role in the expressive and figurative means enrichment of the Ukrainian language]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.01– ukrainska mova / Oksana Volodymyrivna Koval; Zaporizkyi nats. un-t. – Zaporizhzhia, 2008. – 14 p.
8. Malenko O. Lnhvo-estetychna interpretatsiia buttia v ukrainskii poetychnii movotvorchosti (vid folkloru do post-modernu) [Linguistic and aesthetic interpretation of existence in the Ukrainian poetic language (from folklore to postmodern)] / O. Malenko. – Kharkiv, 2010. – 488 p.
9. Monastyretska H. V. Kreatyvnist yak lnhvistychnyi fenomen [Creativity as a linguistic phenomenon] / H. V. Monastyretska // Lnhvistychni studii. – 2008. – Vyp. 17. – Pp. 39–44.
10. Shapoval A. S. Lnhvokulturolohichna kharakterystyka movnoi osobystosti personazha khudozhno-ho tvoru (na materialі romaniv Perl Bak «Imperatrytsia» ta Pavla Zahrebelnogo «Roksolana») [Linguistic and cultural characteristics of a linguistic personality of the character (based on the novels of Pearl S. Buck 'Imperial Woman' and Pavlo Zagrebelnyi 'Roksolana')]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.15 – zahalne movoznavstvo / Anna Serhiivna Shapoval; Pivdenoukrainskyi nats. ped. derzh. un-t. – Odessa, 2015. – 22 p. – Available at: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/221/1/Шаповал%20Анна%20Сергіївна%20%281%29.pdf>
11. Carter Ronald. Language and Creativity: The Art of Common Talk / Ronald Carter. – Routledge, 2015 p. – 288 p.
12. Den Ouden Bernard D. Language and Creativity: An Interdisciplinary Essay in Chomskyan Humanism / Bernard D. Den Ouden. – John Benjamins Publishing, 1975. – 107 p.
13. Facebook. – Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Facebook>
14. Munat Judith. Lexical Creativity, Texts and Contexts / Judith Munat. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing, 2007 – 294 p.
15. Sapir E. Culture, Language and Personality: Selected Essays / E. Sapir. – University of California Press, 1956 p. – 207 p.
16. Saucier G. The five-factor model of personality: Theoretical perspectives / G. Saucier, L. R. Goldberg // The language of personality: Lexical perspectives on the five-factor model. Edited by J. S. Wiggins. – New York, NY, US: Guilford Press, 1996. – Pp. 21–50.
17. Swann Joanne. Creativity in Language and Literature: The State of the Art / Joanne Swann, Rob Pope, Ronald Carter. – 2017. – 345 p.