

УДК 415.411.12=833

**ЛІНГВІСТИЧНА КРЕАТИВНІСТЬ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЯ У МОВІ
КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ
(на прикладі соціальної мережі Фейсбук)**

С. В. Воронай, канд. філол. наук
Сумський державний університет,
вул. Римського Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна
e-mail: voronaj@gmail.com

Стаття присвячена проблемі вивчення явища лінгвістичної творчості. Робиться спроба окреслити такі поняття як «креативність» та «лінгвокреативність», а також спроба з'ясувати яким чином і у яких контекстах найчастіше і найпотужніше реалізується лінгвокреативний потенціал мовців.

Погляд на мовотворчість як сприятливе підґрунтя для оказіонального словотворення, зумовило фокусування дослідження саме на цій групі слів. В статті вивчаються групи оказіоналізмів, 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. В статті виокремлюються семантичні групи індивідуально-авторських неологем, які є результатом мовної творчості користувачів соціальної мережі Фейсбук, та аналізуються структурні та функціональні особливості таких утворень.

Ключові слова: мовотворчість, оказіоналізм, неологізм, похідні, творчий потенціал.

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. Фаулер, Г. Кук, П. Стоквел, П. Сімпсон та Дж. Холла, О. Ребрій, Г. Монастирецька. Побутове мовлення з його креативними виявами цікавило Р. Джонса, В. Батія, 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.

Демократизація та лібералізація суспільства ХХІ століття, неабияк вплинула на якість продукції новітніх засобів масової інформації (ЗМІ). Сучасний читач (він же й мовець) орієнтований на креативні тексти, свіжі думки авторів публікацій та вільний від суспільних табу погляд на явища та події. Тому для сучасної мовознавчої науки дослідження нового типу мовної особистості тісно пов'язане з питанням мовотворчості або лінгвокреативності.

Поняття креативності – відносно новий предмет дослідження лінгвістики. Донедавна креативність була об'єктом переважно психологічних досліджень і тому її визначення лежало в площині психологічної науки.

Так, В. Шапар у «Сучасному тлумачному психологічному словнику» визначає креативність як здатність породжувати незвичайні ідеї, відхилятися від традиційних схем мислення, швидко вирішувати проблемні ситуації [1, с. 225-226]. О. Степанов розглядає креативність як рівень творчої обдарованості, здібностей до творчості, які проявляються в мисленні, спілкуванні, окремих видах діяльності й становлять відносно стійку характеристику особистості [2, с. 181].

Феномен креативності ґрунтовно вивчався в роботах С. Рапацевича, який запропонував широке та вузьке розуміння цього слова: «Креативність – це творчі можливості (здібності) людини, які можуть виявлятися в мисленні, почуттях, спілкуванні, окремих видах діяльності; це здатність породжувати множинність різноманітних оригінальних ідей у нерегламентованих умовах діяльності. У вузькому значенні креативність розглядається як дивергентне мислення, диференційною ознакою якого є різноспрямованість і варіативність пошуку різних однаково правильних рішень щодо однієї і тієї ж ситуації [3, с. 306].

Однак терміном «креативність» послуговуються не лише психологи. О. Ремчукова, дослідник RP-технологій, зазначає, що «сучасні мовознавці активно користуються терміном «креативний», виокремлюючи особливу креативну функцію мови. Йдеться про таку ситуацію, коли мовні сутності виявляються первинними щодо сутностей позамовних, тобто явищ об'єктивної дійсності. Назвемо цю функцію мови креативною, або творчою» [4, с. 39]. Природі мовотворчої функції та її статусу в текстах різних типів, а також способам та засобам її реалізації присвячені наукові розвідки І. Кобякової та С. Швачко.

Дослідники вважають, що «креативна функція мови – це окремий випадок прояву лінгвокреативності» [5, с. 42].

Термін «лінгвокреативний» вперше був вжитий у роботах Б. Серебрянікова, який пов'язував лінгвокреативне мислення з мовотворчою функцією словотвору [6, с. 5] і пізніше отримав поширення через праці В. Звягінцева, М. Алефіренка, В. Телії. У вітчизняних наукових джерелах перевага надається терміну «мовотворчий» [7].

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 мисленєво-мовленєву свободу сучасних людей, збагачують їхні знання, розвивають уподобання, розширюють наявні асоціації та сприяють загальній інтелектуалізації суспільства» [8, с. 28].

Серед засобів масової інформації 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 мовленєвої 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, розмішувати 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:

- 1) політичні діячі: *Миздобул, кацапутін, Юловище*;
- 2) особи або групи осіб, що виражають ставлення до політичних партій чи діячів: *медвепути, юлефани, юлефоби, кремлеботи, медведчукбот*;
- 3) групи осіб об'єднані за партійною приналежністю: *путіністи, правосекі, укропи*;
- 4) установи, об'єднання: *хренишаб, недофракція*;
- 5) особи за родом діяльності: *протипсіхи, миздобульці, піарчелядь, неотітушки, кремляді, бидлонардеп, партпахан, однотуровий, однотурівець, майданобандерівка*;
- 6) особи за певною ознакою чи дією: *зомбомавпи, недомавпи, Насслівайченки, Антімобілізчуки, жидогрузинобандерівці, любодрузь, котобандерівці, кримнаші, єдоруси, голоруси, кримватник, бандероалжирці, будобандерівці, донбасяни, єврогопники, чеченозомбі, укробандерівці, прем'єр-камікадзе, лінгвоінваліди*;
- 7) назви явищ та абстрактних понять: *зомбопрограми, мислевірус, руксолокшина, чепіногозавісімость, зомбопоп, ПУТріотизм, інфомотлох, квазідержавка, єврооптимізм, бюрократня, зомбі-апокаліпсис*;
- 8) назви предметів: *путинкарти, нанопласкогубці, євроовочі, дупад, СПИДометр, борзометр, креативометр, нафто-газо-гроші, нафто-газо-золото-алмазо-долари, путаник, бігморда, кретиноскоп*;
- 9) назви процесів, дій: *капіталізувати, кнопкодавити, наволонтерити, водохрецитися, лососеобеданіє, дедонбасизація, депутатизація, мифоложество, побогувати, ватовнушеніє, інтернетобструкція, подепутатствувати, поребрендингувати, обезмандатування, референдець, Крим нашів, шустеризація*;
- 10) локативи: *Домбавве, Луганда, Лугандонія, Буховель, терорусстан, кацапстан, недоімперія, Даунбас, алкомайдан, мордокнижка, Путинград, Путлерстан, Бандерстан, Гепадопінськ*;
- 11) назви ознак: *едальновидний, нерукопожатний*;
- 12) назви станів: *кримнаш-ейфорія, путАгонія*;
- 13) кількість: *задохріна*.

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

Оказіональний словотвір представлений найширше конфіксацією, суфіксацією та складанням. Менш продуктивним способом є префіксація.

Вибір мовних засобів вираження авторської інтенції користувачів соцмереж обумовлений головним чином функціональними особливостями розміщених матеріалів. Як елементи медіатекстів оказіональні 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.

Оказіоналізми належать до засобів вираження експресивності. Створення експресії на ґрунті okazіональної деривації характеризується певним рисами. В мовознавчій літературі okazіональна деривація може розглядатися і як номінативний і як комунікативний процес відповідно до її функціонального призначення [9, 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» [10, 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.

Як показує дослідження, 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 їхній структурі сприяють виконанню комунікативної функції неолексемами в медіатекстах. Детальне дослідження словотвірної структури та семантики таких дериватів створює ґрунт для подальших розвідок в сфері комунікативної деривації.

LINGUISTIC CREATIVITY AND ITS REALIZATION IN THE LANGUAGE OF SOCIAL NETWORK' USERS (by example of social network Facebook)

*S.V. Voropaj, PhD in Philology
Sumy State University,
2, Rymskogo-Korsakova Str., Sumy, Ukraine, 40007
E-mail: voropaj@gmail.com*

The article is devoted to the study of the phenomenon of linguistic creativity. An attempt to define such terms as «creativity» and «lingvocreativity» and to figure out how and in which contexts lingvocreative potential of native speakers is realized more often and more intensive.

The look at the linguistic creativity as a favorable ground for the occasional word formation, focused the research on this group of words. 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. The article distinguishes semantic groups of individual authors' neolexems which are results of linguistic creativity of social network Facebook users, and analyzed the structural and functional features of such entities.

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

**ЛІНГВІСТИЧЕСКАЯ КРЕАТИВНОСТЬ И ЕЕ РЕАЛИЗАЦИЯ
В ЯЗЫКЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ
(на примере социальной сети Фейсбук)**

С.В. Воронай, канд. филол. наук
Сумской государственной университет,
ул. Римского Корсакова, 2, г. Сумы, 40007, Украина
E-mail: voronaj@gmail.com

Статья посвящена проблеме изучения явления лингвистического творчества. Делается попытка определить такие понятия как «креативность» и «лингвокреативность», а также попытка выяснить каким образом и в каких контекстах чаще и сильнее реализуется лингвокреативный потенциал носителей языка.

Взгляд на творчество в языке как благоприятную почву для окказионального словообразования обусловило фокусировку исследования именно на этой группе слов. В статье изучаются группы неологизмов, созданные пользователями социальной сети Фейсбук. Такие языковые единицы, в основном объединены политической тематикой, служат для выражения определенных авторских интенций, таких как: дать оценку, выразить отношение, выяснить роль и место того или иного явления, события или лица в жизни страны. Структура новообразований включает компоненты, благодаря которым происходит реализация оценочности, эмоциональности или экспрессии в речи. Такими компонентами выступают различные словообразовательные средства и основы, влияющие на словесное значение. В статье выделяются семантические группы индивидуально-авторских неологизмов, которые являются результатом языкового творчества пользователей социальной сети Фейсбук, и анализируются структурные и функциональные особенности таких образований.

Ключові слова: мовотворчество, окказионализм, неологизм, творческий потенциал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шапар В. Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. – Х.: Прапор, 2005. – 640 с.
2. Психологічна енциклопедія / Автор-упорядник О. М. Степанов. – К.: Академвидав, 2006. – 424 с.
3. Психолого-педагогический словарь / Сост. Е. С. Рапацевич. – Минск: Современное слово, 2006. – 928 с.
4. Ремчукова Е. Н. Креативный потенциал русской грамматики / Е. Н. Ремчукова. – М.: Изд-во РУДН, 2005. – 329 с.
5. Монастирєцька Г. В. Креативність як лінгвістичний феномен / Г. В. Монастирєцька // Лінгвістичні студії: зб. наук. пр. / укл. А. Загнітко та ін. – Донецьк: ДонНУ, 2008. – Вип. 17. – С. 39–45.
6. Серебренников Б. А. К проблеме сущности языка // Общее языкознание: формы существования, функции, история языка / ред. Б. А. Серебренников. – М.: Наука, 1970. – С. 11–95.
7. Яворська Г. М. Нові аспекти у розробці функцій мови / Г. М. Яворська // Мовознавство. – 1989. – № 5. – С. 12–16.
8. Torrance E. P. Guiding Creative Talent / E. P. Torrance. – Englewoodcliffs, N.Y.: Prentice-Hall, 1962.
9. Колоїз Ж. В. Українська окказиональна деривація: [монографія] / Ж. В. Колоїз. – К.: Акцент, 2007. – 310 с.
10. 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.
11. Воронай С. В. Індивідуально-авторські інновації як засіб експресивізації медіатексту (словотвірно-комунікативний аспект) / С. В. Воронай // Вісник Дніпропетровського університету. – № 11. – Т. 22. – Серія: Мовознавство. – Випуск 20 (2). – 2014. – С. 21–28.
12. Гайданка Д. В. Лінгвокреативність та її роль в окказиональному словотворенні / Д. В. Гайданка // Одеський лінгвістичний вісник. – № 5. – Т. 1. – 2015. – С. 21–25.
13. Зайцева С. В. Інтернет-спілкування як нова форма міжособистісної комунікації // [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://ukrmova.com.ua/zmist-hurnalu/vipusk-11/internet-splikuvannayak-nova-forma-mizhosobistisnoi-komunikacii/>
14. Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: [монографія] / Н. Ф. Клименко, С. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. – К.: Вид. дім Дмитра Бурого, 2008. – 336 с.
15. Чабаненко В. А. Стилїстика експресивних засобів української мови: [монографія] / В. А. Чабаненко. – Запоріжжя: ЗДУ, 2002. – 351 с.
16. Швачко С. О. Про деякі аспекти мовотвірної 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.

REFERENCES

1. Shapar V. B., 2005, *Modern psychological interpretative dictionary*. Kharkiv: Prapor, 640 p.

2. *Psychological encyclopedia*, 2006, Stepanov O. M., Kyiv : Akademvydav, 424 p.
3. *Psycho-pedagogical dictionary* , 2006, E. S. Rapacevych, Mynsk: Sovrem. slovo, 928 p.
4. Remchukova, E. N. 2005, *The creative potential of the Russian grammar*, Moscow, : Yzd-vo RUDN, 329 p.
5. Monastyrecz`ka G. V., 2008, Creativity as a linguistic phenomenon. *Lingvistychni studiyi*. Donecz`k : DonNU, Vol. 17, pp. 39–45.
6. Serebrenny`kov B. A., 1970, On the problem of the essence of language . *Obshhee yazykoznanie: formy sushhestvovaniya, funkcy`y, y`story`ya yazy`ka*, Moscow, Nauka, pp. 11-95.
7. Yavors`ka G. M., 1989, New aspects in the development of language functions. *Movoznavstvo*, N 5, s. 12-16.
8. Torrance E. P., 1962, *Guiding Creative Talent*. Englewoodcliffs, N.Y. : Prentice-Hall.
9. Koloyiz Zh. V. 2007, *Ukrainian occasional derivation*. Kyiv : Akcent, 310 p.
10. Marynenko P. I. 2006, *Lexical neologisms in modern Spanish: structural and semantic aspects* : Diss. PhD: specz. 10.02.05, Kyiv, 277 p.
11. Voropaj S. V., 2014, Author's individual innovations as a mean of expressiveness of a mediatext (derivative and communicative aspect). *Visnyk Dnipropetrovs`kogo universytetu. Movoznavstvo* , Vol. 22, Vyp. 20 (2), S. 21–28.
12. Gajdanka D. V., 2015, Lingvocreativity and its role in occasional derivation . *Odes`kyj lingvistychnyj visnyk*. N 5, T. I, S. 21–25.
13. Zajceva S.V. *Internet communication as a new form of interpersonal communication*. [Elektronnyj resurs] - <http://ukrmoiva.com.ua/zmist-hurnalu/vipusk-11/internet-spilkuvannyayak-nova-forma-mizhosobistisnoi-komunikacii/>
14. N. F. Klymenko, Ye. A. Karpilovs`ka, L. P. Kyslyuk, 2008, *Dynamic processes in modern Ukrainian vocabulary*. Kyiv, 336 s.
15. Chabanenko V. A., 2002, *The stylistic of expressive means of Ukrainian language* . Zaporizhzhya, ZDU, 2002, 351 s.
16. Shvachko, S. O., Kobyakova, I. K., 2004, Some aspects of lingvocreative function, *Studia Germanicaet Romanica. Seriya : Inozemni movy. Zarubizhna literatura. Metodyka vykladannya*. T. 1, N 2, S. 21–30.

Надійшла до редакції 8 листопада 2016 р.