

УДК 316. 776: 316.752

Денисюк Жанна Захарівна,
кандидат культурології,
начальник відділу наукової
та редакційно-видавничої діяльності
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID: 0000-0003-0833-2993
jannet_d7@ukr.net

ЛІНГВІСТИЧНО-КОМУНІКАТИВНА ГРА ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ ЦІННІСНИХ ДОМІНАНТ У ТЕКСТАХ ПОСТФОЛЬКЛОРУ

Мета дослідження – виявити основні характеристики лінгвістично-комунікативної гри в постфольклорних текстах, за допомоги якої репрезентуються їх ціннісно-сміслові концепти. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні аналітичного, лінгвістичного, аксіологічного, культурологічного методів у вивченні поняття лінгвістичної гри у текстах постфольклору. **Наукова новизна** роботи полягає в тому, що вперше застосовано поняття комунікативно-лінгвістичної гри до аналізу постфольклорних текстів та виявлення їх ціннісно-сміслових домінант. **Висновки.** В результаті дослідження встановлено, що репрезентація ціннісно-сміслових концептів у текстах постфольклору значною мірою обумовлюється технологічними особливостями існування цифрового середовища, що впливає на способи вираження ідейно-сміслового наповнення. Варіативність текстів постфольклору як суто вербальних, так і з застосуванням полімодальних знакових систем обумовлює формування стилістично-змістових виражальних засобів, серед яких вирізняється загальний принцип ігровізації (лінгвокреативна гра) та креолізації. В межах карнавалізованого середовища інтернету та розважально-сміхових форматів постфольклору за допомоги лінгвістичної гри досягається формування нових способів осмислення повсякденної дійсності в площині аксіологічного оцінювання та сучасних ціннісних орієнтирів суспільства. Відтак численні постфольклорні твори, що постають в ході повсякденних комунікативних практик, містять актуальну поточну інформацію для широкого загалу, втілену в експресивних мовно-стилістичних та художніх образах.

Ключові слова: постфольклорні тексти, лінгвістична гра, комунікація, ігрові модуси, ціннісні домінанти.

Денисюк Жанна Захарівна, кандидат культурології, начальник отдела научной и редакционно-издательской деятельности Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Лингвистическо-коммуникативная игра как средство выражения ценностных доминант в текстах постфольклора

Цель исследования - выявить основные характеристики лингвистическо-коммуникативной игры в постфольклорных текстах, с помощью которой происходит репрезентация их ценностно-смысловых концептов. **Методология исследования** заключается в применении аналитического, лингвистического, аксиологического, культурологического методов в изучении понятия лингвистической игры в текстах постфольклора. **Научная новизна работы** заключается в том, что впервые применено понятие коммуникативно-лингвистической игры к анализу постфольклорных текстов и выявления их ценностно-смысловых доминант. **Выводы.** В результате исследования

установлено, что репрезентация ценностно-смысловых концептов в текстах постфольклора в значительной мере обуславливается технологическими особенностями существования цифровой среды, влияющими на способы выражения идейно-смыслового наполнения. Вариативность текстов постфольклора как сугубо вербальных, так и с применением полимодальных знаковых систем обуславливает формирование стилистически содержательных выразительных средств, среди которых выделяется общий принцип игрофикации (лингвокреативная игра) и креолизации. В рамках карнализированной среды интернета и развлекательно-смеховых форматов постфольклора с помощью лингвистической игры достигается формирование новых способов осмысления повседневной действительности в аспекте аксиологической оценки и современных ценностных ориентиров общества. Поэтому многочисленные постфольклорные произведения, возникающие в ходе повседневных коммуникативных практик, содержат актуальную информацию для широкой общественности, воплощенную в экспрессивных культурно-стилистических и художественных образах.

Ключевые слова: *постфольклорные тексты, лингвистическая игра, коммуникация, игровые модусы, ценностные доминанты.*

Denysyuk Zhanna, Ph.D. of Cultural Science, Head of research and publishing department of National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

Linguistic communicative game as a means of expression of value dominant in the postfolklore texts

Purpose of Article. *The aim of the study is to identify the basis of the characteristics of the linguistic-communicative game in post-folklore texts, with the help of which the value-idea of the mentioned concepts are represented. The methodology of the research is to apply analytical, linguistic, axiological, cultural science methods in the study of the concept of a linguistic game in the texts of the post-folklore. The scientific novelty of the work is the notion of the communicative-linguistic game has been applied to the analysis of post-folklore texts and the identification of their value-semantic dominant for the first time. Conclusions.* *The study found that the representation of value-semantic concepts in the texts of post-folklore is primarily defined by technical features of the digital environment existence that affects the ways of expressing ideological and semantic content. The variability of texts of post-folklore as purely verbal, and with the use of polymodal sign systems determines the formation of stylistically-meaning expressive means, among which the general principle of immobilization (linguistic-play game) and creolization is distinguished. Within the framework of the carnivalized Internet environment and the entertaining and laughing formats of post-folklore, with the help of a linguistic game, new ways of comprehending everyday reality in the plane of axiological assessment and modern values of society are achieved. Consequently, numerous post-folklore works appearing in the course of everyday's communicative practices contain information for the general public and are embodied in the context of the expressive language-stylistic and artistic images.*

Key words: *post-folklore texts, linguistic game, communication, game modes, value domains.*

Актуальність теми дослідження. Сучасна інтернет-комунікація, яка для користувачів представлена соціальними мережами, відео-хостинговими ресурсами, форумами, можливістю коментування подій і новин на різних сайтах мережі, поширення уподобаної інформації шляхом репостів, спрямована, в переважній більшості, на те, аби розважити і відправника, і одержувача, а також підтримати комунікацію, додатково нагадати про свою присутність, отримати нову тему для розмови [13, 43]. Саме інтернет на сьогоднішній день є всесвітньо поширеною синкретичною формою єдиного

кіберпростору, цінність якого визначається комунікативними функціями. Структурно-функціональні характеристики інтернету конструюють його у вигляді «ризми», забезпечуючи миттєве і багаторазове поширення інформації, за законами синергетичних систем комунікацій, що реалізують своє упорядкування в якості власної самоорганізації [1, 59]. Тексти постфольклорного типу, що постають у процесі комунікативних актів, повністю визначаються ігровим та розважально-сміховим форматом, в межах яких і постають ціннісно-сміслові концепти, що мають власні засоби вираження, одним із яких є принцип лінгвістично-комунікативної гри.

Аналіз досліджень і публікацій. До питання вивчення засад лінгвістичної гри в межах різних дискурсів зверталися О. Дьолог, А. Євграфова, Т. Монахова, В. Самохіна, Серед дослідників ближнього зарубіжжя – О. Ворошилова, А. Єрусалимська, О. Карташова, А. Кислов, В. Красик, Н. Панченко, М. Рябова, О. Стрельник.

Мета дослідження – виявити основні характеристики лінгвістично-комунікативної гри в постфольклорних тестах, за допомоги якої репрезентуються їх ціннісно-сміслові концепти.

Виклад основного матеріалу. Тексти постфольклору інтернет-комунікації побудовані в межах гумористично-сміхового дискурсу, який в культурі першопочатково володіє ціннісними характеристиками і пов'язаний з ключовими життєвими орієнтирами. Гумор по своїй суті є одним із найзручніших способів адаптації людини до мінливих обставин, це реакція на несподіваний розвиток подій, певною мірою – примирення з дійсністю, причому з переживанням позитивних емоцій. Таким чином, гумор – це органічна захисна характеристика людської психіки, досить тонкий і складний емоційний феномен, пов'язаний з вітальними цінностями людини [4, 156].

Сміх, за визначенням В. Пивоева, виникає за універсальною схемою неузгодженості між прогнозованою і отриманою інформацією. Але в цьому випадку інформація, що отримана, не просто перевершує існуючий раніше прогноз, а скасовує, перекреслює його. Класичним прикладом є структура будь-якого анекдоту, що завжди складається з двох частин: помилкового прогнозу і скасування його кінцівки. Мотиваційну основу гумору становлять потреби пізнання й економії сил. Дотепний хід шукає не тільки наближення до істини, але і веде до вирішення логічної задачі несподівано коротким шляхом [9, 38].

У вербальних текстах постфольклору, основною одиницею яких є мовленнєвий жарт, характерологічними рисами, що обумовлюють структуру та виражальні засоби, є «малий обсяг, несподівана кінцівка (пуант), інконгруентність (невідповідність), що виявляється на всіх рівнях, стереотипність композиційної моделі, неускладнений синтаксис. Дискурсивні характеристики жарту залучають діалогічність, асоціативність, ігровий елемент комунікації, обмануте очікування, комунікативні цілі. Жарт побудований за динамічним комічним сценарієм, що формує соціальні ролі партнерів по комунікації. Основна мета жарту – потішити або розсмішити адресата. Інгерентною властивістю жарту є когнітивний механізм інконгруентності, суть

якого полягає в порушенні норм (онтологічних, логіко-поняттєвих, валоративних, жанрових, дискурсивних, мовних, мовленнєвих), що є джерелом комізму ситуації й маніфестується у парадоксі: відхилення від норми створює в жарті нову норму і є нормою сміхового сприйняття світу [12, 170]. В текстах постфольклору інтернет-мережі можемо спостерігати такі засоби і прийоми художньої виразності: - *Отче, мені здається, що дзвонар на дзвіниці п'яний! – Тю, а що тут такого! Вам не подобається «Металіка»?; Свідки Єгови, які подзвонили в квартиру п'яного викладача філософії, прийняли буддизм прямо біля домофону.*

Власне, такі лінгвістичні прийоми виразності, й особливо поєднані з іконічними засобами у креолізованих текстах, характерні для постфольклору інтернет-середовища, яке, зрештою, і визначає способи донесення і репрезентації ціннісно-сміслових конотацій постфольклору в інформаційному просторі.

Простір інтернет-комунікації, використовуючи і вільно оперуючи всіма культурними набутками і сенсами в довільному порядку, фактично виступає вторинною семіотичною системою, трансформуючи знайомі й усталені сенси і їх аксіологічне наповнення. У первинній семіологічній системі знак складається із єдності означника і означуваного, де означником є предмети або явища, що знаходять вираження в знакові, що позначає їх форму. Відтак сенс знака виростає із єдності означника і означуваного, форми і змісту [14, 65]. В умовах інтернет-середовища та загального контекстного поля постмодерної культури відбувається нове моделювання взаємодії між конотатом і денотатом шляхом накладення додаткових сенсів на вихідне повідомлення, що змінює і трансформує його. Якщо денотат є буквальним вираженням означника, то конотація призначена для вираження емоційних або оціночних відтінків висловлювання і відображає культурні традиції суспільства. Конотації є різновидом прагматичної інформації, що відображує не самі предмети і явища, а певне ставлення до них.

Акумуляування й інтерпретація аксіологічно-сміслових концептів в текстах постфольклору досягається за допомоги поєднання як лінгвістичних так і графічних (іконічних) засобів вираження їх змістових значень та сутності. Постфольклорні тексти фактично вибудовуються на засадах буденного мислення, що відбувається на рівні уявлень, а не логічних понять. Основною мотивуючою силою такого роду мислення виступає не логіка, а бажання і емоції. Відтак психічний продукт такого мислення - це образи, в яких виражається можливість, бажане майбутнє. З точки зору об'єктивності уявний образ може бути нереальним, але він абсолютно реальний з точки зору суб'єктивності та емоційності [14, 70]. У вираженні змістової сутності та ціннісних засад постфольклору значне місце відводиться ігровому модусу – як на рівні лінгвістичної гри, так і паралінгвістичних знакових систем, що втілюють іронічне ставлення автора до світу, та є особливою формою креативного мислення.

Ігровий модус комунікації стає невід'ємною рисою постмодерного світовідчуття, розкриваючись в таких мовних варіаціях, як етимологічна гра, двозначність, злиття протилежностей, їх плутанина, подвійність, порушення структури. Такий модус, за визначенням М. Рябової, розуміється як інтерпретаційна, оцінна модальність учасника комунікації, що виражається в критичному епістимічному підході до змісту комунікації, її форми, учасників і т.д. При цьому ігровий модус може бути виражений за допомогою різних механізмів: пародії, іронії, комізму, сміху, сатири, гумору та інших, в основі яких закладена ідея перекодування, переоцінки, переосмислення, ідея творчості і новизни, тобто ідея культурного креативу. У зв'язку з цим, феномен мовної гри, тобто гри, здійснюваної засобами мовних знаків і символів, являє особливий інтерес, оскільки мова як саморегулююча семіотична система може виступати і як суб'єкт гри, і як її об'єкт (або засіб) [11, 112]. Прикладами постфольклорної творчості можуть бути наступні тексти: *У нашому містечку плітки доходять швидше, ніж СМС; Хлопчик кинув пару копійок в фонтан, щоб повернутися. І повернувся, тому що не вистачило грошей на автобус; Вчора на роботі шукали справедливості - сьогодні шукаємо роботу; Діста. Спочатку 3 дні їси одні овочеві салати, потім 4 дні сидиш на одному кефірі, потім 5 днів п'єш лише трав'яний чай, потім 7 днів п'єш тільки воду ... Потім дев'ять днів ... Потім сорок днів ...*

Трансформація вербальних форм постфольклору (порівняно з класичними) знаходить вираження в широкому застосуванні мовної (або лінгвістичної) гри як засобу підсилення емоційної виразності та досягнення комунікативної цілі, що, в свою чергу, відкриває можливості нових інтерпретацій вже відомих сенсів із застосування асоціативного мислення та *алюзій*. В цьому випадку «алюзивна суб'єктивація ціннісних концептів є одним із проявів метафори у вигляді натяків або навіть жартів. Сама алюзія є досить ємним видом текстової ремінісценції, який полягає у співвідношенні певного об'єкта мови із ситуацією або буттям, «увіковіченим» зазвичай в прецедентному тексті, без згадки останнього та без відтворення відповідної його частини [10, 90]. В даному контексті можна навести наступний текст інтернет-творчості: *І пішов Парасюк в землю Домбабвянську. / І перестріло його на кордоні воїнство Аброськіна. / І були це мужі міцні та загартовані битвами. / І кричав на них Парасюк і називав сепаратистами. / І був голос його, голосніший за труби Єрихонські. / І падали на землю вони. / І плакали мужі суворі, як діти малі. / І далі йшов Парасюк. / І знову перестріло його воїнство Аброськіна. / І були це мужі, ще міцніші і ще суворіші. / І знову кричав на них Парасюк, та не падали вони. / І взяв Парасюк у десницю посвідчення депутата. / І бив ним воїнство Аброськіна, як Самсон осячюю щелепою філістимлян. / І знову падали на землю вони. І плакали кривавими слізьми. / І молили Господа про порятунок.*

Засадами мовної гри, що активно знаходить застосування і в творах постфольклору, є використання знакових одиниць, що є актуальними і психологічно сприйнятними для даної спільноти в нестандартній комбінації їх

кодів, що, тим самим, порушує усталені норми і стереотипи. Мовна гра – це певний тип мовної поведінки, заснований на навмисному (свідомому і продуманому) порушенні системних відносин мови, тобто на деструкції мовної норми з метою створення неканонічних мовних форм і структур, які отримують в результаті цієї деструкції експресивне значення і здатність викликати у слухача / читача естетичний і, в цілому, стилістичний ефект [5, 54-55].

В сегменті українського інтернет-простору відомим феноменом лінгвістичної гри, що будувалася на порушенні мовних форм, та отримала розвиток в постфольклорній творчості стала так звана «азірівка» – говірка, що походить від своєрідної вимови колишнього прем'єр-міністра М. Азарова. Суспільною реакцією на це стали постмодерністські стьобові «узагальнення» особливостей ідіолекту М. Азарова та його висловлювань про українську мову. «Азірівка» як мовна гра перетворилася на гіпертекст, що дозволяє комунікантам включатися в гру в будь-який момент, продукувати тексти відповідно до заданих правил, тиражувати й поширювати свої та чужі тексти способом «перепосту» [7, 13-14]. Прикладами такої гри слугують сленгово-суржикові слова і вислови, що міцно утвердилися в постфольклорній творчості: *«криза мінет папізже»* – криза мине пізніше; *«патнякі»* – платники; *«вагіни»* – вагони; *«папереднікі»* – попередники; *«скігліті»* – скиглити, нити; *«кровосісі»* – кровопивці; *«прашарак»* – прошарок; *«асабістей»* – особистий; *«поцукавился»* – поцікавився; *«нецукаве»* – нецікаве; *«павінне»* – повинно.

Стрімкий розвиток інтернет-комунікації формує стратегії комунікативної поведінки, що зумовлюються специфікою віртуального простору. Середовище інтернет-комунікації слугує породженням особливого сленгу та експресивно забарвлених мовних одиниць, які слугують нормативними засобами спілкування і вираженням оцінного ставлення до осіб, подій і явищ оточуючої дійсності. На думку О. Дьолог, поширеними в мережі як англomовні сленгові вислови, переважно абрeвіатурні, типу ІМНО (In My Humble Opinion) – «На мою (скромну) думку)», використовується як закінчення довгого висловлювання, яке підкреслює, що це лише особиста думка автора, на яку має право кожна людина; LOL (Laughing Out Loud) – «Голосно сміюсь», використовується у випадку, коли співрозмовник сказав щось смішне або абсурдне; ROFL (Rolling On Floor Laughing) – «Катаюсь по підлозі та помираю від сміху», використовується, коли мова йде про щось дуже смішне. Також поруч з усталеними російськомовними популярними висловами все частіше з'являються українські відповідники: *Афтар жжот, пеши исчо* – *Афтор пече, що аж хочеться ще*; *Я плакаль* – *Я рюмсав*; *Баян* (відеоролики, статті, книги тощо, котрі вже є відомими значній кількості учасників обговорення тієї чи іншої теми – *Трембіта* (або *Цимбали*); *В Бобруйск, жевотное* – *В Жидачів, тварюко*; *Афтар, выпей йаду* – *Афтор, випий тріла*; *Чмоки, противный* – *Цьом, плюгавий*; *В газенваген!* – *Подавітьс я ви тим газом! Аццкий сотона* – *Пекельний дідько* (або *лихий москаль*); *Ниасилил* – *Ниподужав* [2, 22-23].

Механізм гри дозволяє відтворювати і засвоювати актуальні стереотипи культури і одночасно іронічно їх переосмислювати, навіть в парадоксальних формах. Таким чином, парадокси представляють собою функцію і результат гри в культурному аспекті. Мовна гра як прояв творчого начала в мові, заснована на порушенні звичних системних відносин, нерозривно пов'язана з категорією комічного. Гра слів сприяє досягненню гумористичного, іронічного, сатиричного і саркастичного ефектів. При цьому в основі комічного ефекту лежить принцип логічного протиріччя або алогізм, двозначність. Прикладами можуть слугувати такі афоризми: *Тепер про вічне. Вічно я без грошей ...; Я? Буду страждати? Ой, я благаю Вас, я можу страждати тільки фігньою.*

Мовна гра спрямована також на досягнення комічного ефекту, що знаходить прояв як в окремо взятих, так званих малих жанрах постфольклору (жарти, анекдоти, фразеологізми, афоризми, паремії), так само і в складі доповнення до креолізованих текстів постфольклору, що складають єдине концептуальне ціле (меми, демотиватори, картинки-«фотожаби»). Разом з тим, дослідники відзначають, що комізм не міститься безпосередньо в мові як знаковій системі, але виникає як наслідок вживання мови, сам по собі сміх - елемент не мови, а поведінки, і саме термін «мовна гра», покликаний підкреслити, що говорити на мові – компонент діяльності або форма життя» [6, 107].

Одним із стилістичних прийомів розкриття сутності й змісту постфольклорних текстів є інконгруентність (невідповідність), яка в будь-якому жарті побудована на ефекті обману, що схожий на правду, ефекті обманутого очікування, який ґрунтується на сукупності стилістичних прийомів. Порушення передбачуваності становить основу експресивності, й тому інконгруентність у жарті пов'язана з емоційною стороною висловлювання: - *Миколо, іди вже поїси суп з куркою. Микола нервово відривається від телевізора, але жерти-то охота! Сідає, їсть. Щось не те... - Надя! А ти казала суп з куркою! - Дак вона вже поїла. Тебе поки дочекаєшся ...; УПА - українська паперова армія. Це найстрашніший підрозділ, їм навіть зброю не потрібно давати.*

Лінгвістична гра в текстах постфольклору, що відбувається на рівні фонетики, створюється, насамперед, шляхом поєднання слів, мають подібне звучання і внаслідок цього змішуються в мові. Так, зокрема, формуються okazіоналізми, які теж досить часто трапляються в текстах постфольклору, і є результатом утворення слова шляхом як контамінації, коди два слова зливаються в одне, так і субституції – коли нове слово утворюється за аналогією зі нормативним словом. Так, наприклад, утворене наприкінці 2014 р. Міністерство інформаційної політики дописувачі соціальних мереж «перейменували» на «Мінстець» або «Мінстецьтво» за прізвищем його очільника Юрія Стеця. Це, в свою чергу, зумовило численну інтернет-творчість, що відображені й у інших жанрах постфольклору інтернету.

Широко відображення в текстах постфольклору знаходить такий прояв мовної гри, як семантичне перетворення фразеологічних одиниць, різновидами

якого є подвійна актуалізація, фразеологічний каламбур або поєднання прямого і переносного фразеологічного значень: *Як сказав Путін лідерам західних країн, якщо ви не йдете на парад перемоги в Москву, то парад перемоги йде до вас; Український театр починається з вішалки, а закінчується - виборами глави Антикорупційного бюро.*

Серед виражальних засобів лінгвістичного типу в творах постфольклору можемо виокремити стьоб як загальний поширений стиль спілкування в соцмережах, в якому активно використовується іронія, глузування, насмішка для досягнення певної комунікативної мети, вираження власного оцінного судження. У «Словопедії» поняття стьобу подається у значенні «знущально-агресивне, до певної міри парадоксальне, мислення, ставлення до чогось; відповідна поведінка» та «Іронічний, насмішливий стиль в літературі, живопису, кіні» [15]. Стьоб, розглянутий у мовному аспекті, можна розуміти як стилістично маркований тип прагматичного мовлення з широкою конотативною палітрою, який обов'язково передбачає інтерпретативну спільноту. У стьобі простежуються елементи карнавального світогляду, трансформація іронічного в цинічне, обумовлена установкою на провокацію, скандал і ексцентрику, також досить помітними є елементи десакралізації, інверсія або позбавлення цінностей сенсу [8, 117].

За визначенням А. Євграфової, арго, жаргон, сленг мають нелітературну лексичну систему, становлять соціальний різновид мовлення, в той час як стьоб і просторіччя такими не є. Різницю складають і призначення: арго – для конспіративних потреб, жаргон – для самоідентифікації соціальних груп, сленг – для створення стилістично зниженої синонімії, в основному пейоративної конотації, стьоб- настанова на епатаж і культурний шок, яка має провокативний характер, спрямований на дискредитацію адресата, просторіччя – реальний спосіб спілкування для певної групи людей [3, 42-43].

В постфольклорних текстах стьоб може мати такі прояви: *Ти молодой и крепкий ватник, / I ищеш, где себя найти? / Купи себе большой лопатник / I к нам іді, нам по путі! / Жрать будеш рєпу із грїбами, / Лет через сто построи дом... / Ти щаслів будеш токо з намі: / Мічти збиваюцца. Газпром; Оголошення: Обменяю стайку убитых снегирей на 1 русско-мирского младенца. Или лугандонских рабов (в намордниках) по курсу СНБО. Вампирам и ополченцам просьба не беспокоить.*

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше застосовано поняття комунікативно-лінгвістичної гри до аналізу постфольклорних текстів та виявлення їх ціннісно-сміслових домінант.

Висновок. Таким чином, можемо підсумувати, що репрезентація ціннісно-сміслових концептів у текстах постфольклору значною мірою обумовлюється технологічними особливостями існування цифрового середовища, що впливає на способи вираження ідейно-сміслового наповнення. Формування постфольклорних текстів у просторі інтернет-комунікації

позначається впливом інтертекстуальних зв'язків та гіпертексту, напашаруванням семантичних означень та конотацій, акумулюючи при цьому смислові значення й оціночні судження. Варіативність текстів постфольклору як суто вербальних, так і з застосуванням полімодальних знакових систем обумовлює формування стилістично-змістових виражальних засобів, серед яких вирізняється загальний принцип ігрофікації (лінгвокреативна гра) та креолізації. В межах карнавалізованого середовища інтернету та розважально-сміхових форматів постфольклору за допомоги лінгвістичної гри досягається формування нових способів осмислення повсякденної дійсності в площині аксіологічного оцінювання та сучасних ціннісних орієнтирів суспільства. Відтак численні постфольклорні твори, що постають в ході повсякденних комунікативних практик, містять актуальну поточну інформацію для широкого загалу, втілену в експресивних мовно-стилістичних та художніх образах.

Література

1. Ворошилова Е. С. Интерактивность как выразительное средство эстетических практик в условиях киберпространства / Е. С. Ворошилова // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 332. – С.59–62.
2. Дьолог О. С. Интернет-сленг у сучасному українському медіа-просторі / О. С. Дьолог // Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ (5 березня 2016 р.). – К. : КНЕУ, 2016. – С. 20-24.
3. Євграфова А. О. Стъоб як мовна практика сучасного деідеологізованого суспільства / А. О. Євграфова // Філологічні трактати. – 2009. – №1. – С.42–50.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
5. Карташова Е. П., Иерусалимская А. А. Прецедентные феномены как стилистический прием создания экспрессии в интернет-коммуникации / Е. П. Карташова, А. А. Ерусалимская // Филология и культура. Philology and culture. – 2015. – № 2 (40). – С.53–58.
6. Кислов А. Смеховые «языковые игры»: подмена правил и эффект узнавания / А. Кислов // Дόξα / Докса: зб. наук. пр. з філософії та філології / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. – Одеса, 2004. – Вип. 5 : Логос і праксис сміху. – С. 107-113.
7. Монахова Т. В. Азірівка як соціолінгвістичний феномен / Т. В. Монахова // Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки. – 2014. – Т. 164. – С.11–15.
8. Панченко Н. Н. Жанровое своеобразие стеба в интернет-коммуникации / Н. Н. Панченко // Жанры речи. – 2016. – № 2. – С. 116–122.
9. Пивоев В. М. Ирония как феномен культуры / В. М. Пивоев. – Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2000. –106 с.
10. Приходько А. Н. Концепты и концептосистемы / А. Н. Приходько. – Днепропетровск: Белая Е. А., 2013. – 307 с.
11. Рябова М. Ю. Игровой модус коммуникации и креативность / М. Ю. Рябова // Международный журнал исследований культуры. – 2015. – № 2 (19). – С.110–118.
12. Самохіна В. О. Гумористична комунікація як компонент ігрової діяльності / В. О. Самохіна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. – 2014. – № 8. – Том 1. – С.170–174.
13. Соколова Е. В. Виртуальное пространство: новые феномены коммуникации / Е. В. Соколова // Антропологічні виміри філософських досліджень. – 2012. – Вип. 1. – С.41–47.

14. Стрельник О. Н. Деформация языка и мифологизация сознания в культуре постмодерна / О. Н. Стрельник // Вестник РУДН. Серия: Философия. – 2006. – №2. – С.63–72.
15. Стъоб [Електронний ресурс]. – (Електрон. дан. 1 файл). – Режим доступу: slovopedia.org.ua/57/53409/375965.html.

References

1. Voroshilova, E.S. (2010). Interactivity as an expressive means of aesthetic practices in cyberspace. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta, 332, 59-62 [in Russian].
2. Dyolog, O. S. (2016 Internet sleng in the modern Ukrainian media space. Strategies for intercultural communication in the language education of modern high schools). K.: KNEU, pp.20-24 [in Ukrainian].
3. Eugrafova, A.O. (2009). Stoob as a linguistic practice of a modern deedeo-logized society. Filologichni traktaty, 1, 42-50 [in Ukrainian].
4. Karasik, V. I. (2002). Jazykovej krug: lichnost', koncepty, diskurs. Volgograd: Peremena [in Russian].
5. Kartashova. E.P., Jerusalimskaya, A.A. (2015). Precedent phenomena as a stylistic device for creating expression in Internet communication. Filologija i kul'tura, 2 (40), 53-58 [in Ukrainian].
6. Kislov, A. (2004). Laughter "language games": substitution of rules and recognition effect. Doksa: zb. nauk. pr. z filosofiji ta filologiji, 5, 107-113 [in Ukrainian].
7. Monakhova, T. V. (2014). Azirivka yak sociolinguistic phenomenon. Naukovi zapysky NaUKMA. Filologichni nauky, 164, 11-15 [in Ukrainian].
8. Panchenko, N.N. (2016). Genre peculiarity of banter in Internet communication. Zhanry rechi, 2, 116-122 [in Russian].
9. Pivoyev, V. M. (2000). Irony as a phenomenon of culture. Petrozavodsk: Izd-vo PetrGU [in Russian].
10. Prihodko, A.N. (2013). Concepts and concept systems. Dnepropetrovsk: Belaja E. A. [in Russian].
11. Ryabova, M. Yu. (2015). The game mode of communication and creativity. Mezhdunarodnyj zhurnal issledovanij kul'tury, 2 (19), 110-118 [in Russian].
12. Samokhina, V.O. (2014). Humorous communication as a component of gaming activity. Naukovyj visnyk Mizhnarodnogo gumanitarnogo universytetu. Ser.: Filologiya, 8 (vol.1), 170-174 [in Ukrainian].
13. Sokolova, E.V. (2012). Virtual space: new phenomena of communication. Antropologichni vy`miry` filosofsk`yx doslidzhen`, 1, 41-47 [in Ukrainian].
14. Strelnik O.N. (2006). Deformation of the language and the mythologization of consciousness in a postmodern culture. Vestnik RUDN. Serija: Filosofija, 2, 63-72 [in Russian].
15. Stoob. Retrived from: slovopedia.org.ua/57/53409/375965.html. [in Ukrainian].