

ВОПРОСЫ СТИЛИСТИКИ И МЕТОДИКИ

УДК 811.161.1'38(075.8)
<https://doi.org/10.23951/1609-624X-2022-2-135-143>

КРЕАТИВНАЯ СТИЛИСТИКА: ОНТОЛОГИЯ И ДИДАКТИКА

Елена Александровна Баженова¹, Татьяна Борисовна Карпова²

^{1,2} Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия

¹ bazhenova_e2000@mail.ru

² tatyana_2000@mail.ru

Аннотация

Введение. С функционально-стилистических позиций рассматривается содержание и лингводидактический потенциал креативной стилистики как нового лингвистического направления.

Цель – развитие идей Н. А. Купиной и Т. В. Матвеевой в плане расширения проблемного поля креативной стилистики.

Материал и методы. Теоретическим материалом для статьи послужили труды М. Н. Кожинной, Н. А. Купиной, Т. В. Матвеевой, М. П. Котюровой и др.; эмпирическим материалом – фрагменты текстов разной стилевой принадлежности, репрезентирующие креативность их авторов. В исследовании используются функционально-стилевый и междисциплинарный подходы, предполагающие анализ речевой креативности в ее экстралингвистической обусловленности.

Результаты исследования. В отношении онтологического содержания креативной стилистики показано, что ее выделение в самостоятельную область речеведения подготовлено идеями М. Н. Кожинной о разграничении языковой и речевой экспрессии. Обсуждаются связи креативной стилистики с рядом дисциплин, объединенных антропоцентрической парадигмой: стилистикой ресурсов, лингвопрагматикой, дискурсологией и др. С учетом концепции Н. А. Купиной и Т. В. Матвеевой конкретизируются задачи креативной стилистики. Рассмотрена специфика креативного компонента в функциональных разновидностях письменной речи: художественной, медийной, научной и деловой. Установлено, что креативность соотносится не только с поверхностно-речевой, но и с содержательно-смысловой стороной текста, по-разному проявляясь в зависимости от функционально-стилистических и дискурсивных параметров речи.

Приводятся примеры как продуктивного, так и непродуктивного использования креативных средств в текстах сетевой литературы, СМИ и рекламы. Отмечено, что в научных текстах специфика креативности связана с природой познавательной деятельности и проявляется в интеллектуальной экспрессии при изложении нового знания, на репрезентацию которого оказывает влияние индивидуальный стиль речи ученого. В деловой сфере креативность связана с появлением новых интерактивных форм коммуникации власти и общества и обнаруживается прежде всего в недокументных жанрах.

В отношении лингводидактического содержания креативной стилистики обсуждается необходимость формирования креативной языковой личности, востребованной в современном обществе. Утверждается, что решению этой задачи способствует комплексный подход к обучению языку, включающий вербально-семантический, когнитивный и прагматилистический компоненты лингводидактики.

Заключение. Интерпретация креативности с учетом экстралингвистических и дискурсивных факторов общения вписывается в парадигму современного речеведения и обуславливает широкие возможности креативной стилистики в изучении творческого компонента речевой деятельности во всем ее многообразии.

Ключевые слова: речевое творчество, креативная лингвистика, креативная стилистика, креативность функциональных стилей, языковая личность, лингводидактика

Для цитирования: Баженова Е. А., Карпова Т. Б. Креативная стилистика: онтология и дидактика // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2022. Вып. 2 (220). С. 135–143. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2022-2-135-143>

ISSUES OF STYLISTICS AND METHODS

CREATIVE STYLISTICS: ONTOLOGY AND DIDACTICS

Elena A. Bazhenova¹, Tat'yana B. Karpova²

^{1,2} Perm State University, Perm, Russian Federation

¹ bazhenova_e2000@mail.ru

² tatyana_2000@mail.ru

Abstract

Introduction. The contents and linguistic-didactic potential of the new linguistic trend are studied in the article from the viewpoint of functional-stylistics.

Aim and objectives – developing the ideas of N. A. Kupina and T. V. Matveeva, the founders of creative stylistics, and extending of its problematic.

Material and methods. M. N. Kozhyna, N. A. Kupina, T. V. Matveeva, M. P. Kotyurova and others served as the theoretical material for the article; fragments of texts, which represent the creativity of their authors, served as empirical material. The research uses functional-stylistic and interdisciplinary approaches that analyze speech creativity in its extralinguistic causality.

Results and discussion. The article reveals that the rise of creative stylistics as an independent area of speech studies was caused by M. N. Kozhina's ideas on the differentiation between linguistic and verbal expressions. The links of creative stylistics with a number of disciplines united by anthropocentric paradigm are discussed, that is: resource stylistics, linguistic-pragmatics, discourse theory, etc. The tasks of creative stylistics are specified with the authors taking into account N. A. Kupina's and T. V. Matveeva's conception.

In the article the authors present the specificity of creative component in functional varieties of written speech: artistic, media, scientific and official texts. The authors find that creativity relates not only to surface layer but also to the semantic layer of the text, that diversity of manifestation depends on the functional, stylistic and discursive parameters of speech. The authors provide the examples of both productive and non-productive use of creative media in the texts of network literature, media and advertising. The authors point out that creativity in scientific texts is connected with the nature of cognitive activity, that creativity manifests itself through intellectual expressiveness while presenting new knowledge, that the scientist's individual speech style influences the presentation. In the official sphere, creativity is associated with the emergence of new interactive forms of communication between administration and community and it is found primarily in non-documentary genres.

Based on the achievements of creative pedagogics, the objectives and contents of adjacent applied disciplines (didactics, speech culture etc.) are adjusted to the necessity of forming a creative linguistic personality (in demand in the modern society). It is stated that the complex approach to language teaching, including verbal-semantic, cognitive and pragmatic-stylistic components of didactics helps to respond to the challenge.

Conclusion. The interpretation of creativity with extralinguistic and discursive factors of communication being taken into account fits in the paradigm of modern speech studies and provides wide opportunities for creative stylistics in the research of the creative component of speech activity in all its diversity.

Keywords: *speech creativity, creative linguistics, creative stylistics, creativity of functional styles, linguistic personality, linguistic didactics*

For citation: Bazhenova E. A., Karpova T. B. Kreativnaya stilistika: ontologiya i didaktika [Creative Stylistics: Ontology and Didactics]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2022, vol. 2 (220), pp. 135–143 (In Russ.). <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2022-2-135-143>

Введение

Если термин *стилистика* используется в филологической науке с XVII в. [1, с. 9], то прилагательное «креативный» появилось в русском языке как новое модное заимствование в конце XX в. [2] и за три десятилетия прочно вошло в узус, породив такие дериваты, как *креативицик, креативищица, креативизм, креативчик, креативить, креативно,*

креатив-шоу, креатив-массаж, креатив-гель и др. На сайте www.udaff.com новое заимствование стало поводом для языковой игры: в частности, в языке «подонков» *креатифф* – это текст с нарочито искаженной орфографией.

Являясь семантическим дублетом русского слова *творческий*, прилагательное *креативный* стало компонентом лингвистических понятий *языковой*

креатив, вербальная креативность, лингвистика креатива, лингвокреативная деятельность языковой личности, креативные языковые техники и др. [3]. В 2013 г. Н. А. Купиной и Т. В. Матвеевой было введено понятие *креативная стилистика* [4; см. также: 5, 6]. Отмечая сложную организацию современной стилистики, Н. А. Купина правомерно подчеркивает, что все стилистические направления, хотя и различающиеся предметом изучения, связаны общностью исследования функциональной стороны языка, которая формируется в разных сферах коммуникации [5, с. 140].

В определении понятия *креативная стилистика* Н. А. Купина и Т. В. Матвеева опираются на идеи представителей русской формальной школы, разграничивающих практический язык (т. е. автоматическое использование языка, маркированное «автоматизмами») и поэтический язык (т. е. эстетически значимое языковое творчество, маркированное «креатемами») [7]. «Креатемы», в отличие от «автоматизмов», являются преднамеренно отобранными, преобразованными, изобретенными языковыми и речевыми средствами, нацеленными на создание стилистического эффекта и эмоционально-эстетического впечатления. Исследователи справедливо подчеркивают, что в современном мире востребованность текстов, отмеченных творческим своеобразием, возрастает.

Целью данной статьи является развитие идей Н. А. Купиной и Т. В. Матвеевой в плане расширения проблемного поля креативной стилистики с учетом функционально-стилистического варьирования речи, а также обсуждение лингводидактического потенциала креативной стилистики как учебной дисциплины.

Материал и методы

Источниками теоретического материала для статьи послужили труды одного из основоположников отечественной функциональной стилистики М. Н. Кожинной, учебные пособия Н. А. Купиной и Т. В. Матвеевой, работы представителей Пермской научной школы функциональной стилистики М. П. Котуровой, М. А. Ширинкиной и др. Эмпирический материал представлен фрагментами современных текстов разной стилевой принадлежности, репрезентирующими креативность их авторов.

Исследование проводится с использованием функционально-стилевого подхода, в рамках которого рассматривается креативность письменных текстов в аспекте их стилистического своеобразия. Отдельное внимание уделяется междисциплинарному подходу, предполагающему анализ экстралингвистической обусловленности креативного речевого поведения языковой личности.

Результаты и обсуждение

Онтологическое содержание креативной стилистики. Наблюдающееся сегодня активное развитие креативной стилистики подготовлено теоретическими постулатами М. Н. Кожинной, изложенными, в частности, в ее статье, посвященной вопросу о разграничении языковой и речевой экспрессии [8]. На наш взгляд, поставленные в этой статье проблемы имеют непосредственное отношение к определению предмета креативной стилистики, поскольку творческая сторона речи традиционно оценивается с точки зрения использования в ней экспрессивных средств.

М. Н. Кожина установила, что вне контекста коннотативные значения языковых единиц являются экспрессивными лишь потенциально, поскольку в речи, во-первых, коннотации нередко нейтрализуются, во-вторых, «может возникнуть приращение... экспрессивности по сравнению с суммой входящих в речь единиц» [8, с. 251]. Соглашаясь с Л. В. Щербой в том, что «речевая организация... не может просто равняться сумме речевого опыта... индивида, а должна быть своеобразной переработкой этого опыта» [9, с. 24–25], М. Н. Кожина подчеркивает значимость творческого начала и творческих способностей человека, которые проявляются в речи [8, с. 250]. Поэтому ученый акцентирует внимание на необходимости различать языковую и речевую экспрессию, определяя первую как совокупность внеконтекстуальных коннотаций языковых единиц, вторую – как наилучшую реализацию языковыми единицами задач общения в той или иной коммуникативной сфере. Речевая экспрессия, по мнению автора, имеет не статический (системно-языковой), а динамический характер, поскольку формируется лишь в процессе функционирования языка под воздействием экстралингвистических факторов. «При функционировании языка, – пишет М. Н. Кожина, – возникает особая, стилистико-речевая системность, взаимосвязь единиц которой в речевой цепи не только и не столько обусловлена значимостью этих единиц в языковой системе (ее парадигматике и синтагматике), сколько... комплексом экстралингвистических факторов, которые определяют и общую стилевую окрашенность речи» [8, с. 250].

Между тем функциональный аспект коннотативной сферы языка долгое время оставался неисследованным. Мы полагаем, что изучение функциональной стороны экспрессивности в ее экстралингвистической обусловленности, а также роли языковых единиц с коннотативными значениями в стилистико-речевой организации текста должно наряду с другими вопросами войти в проблемное поле креативной стилистики.

Креативная стилистика пересекается с рядом лингвистических направлений: стилистикой ресурсов (в плане отбора экспрессивно и стилистически окрашенных единиц языка), лингвопрагматикой и дискурсологией (в плане влияния на выбор речевых стратегий дискурсивных параметров коммуникативной ситуации: цели общения, интенций говорящих, типа адресата, социального статуса коммуникативных партнеров, жанра речи и др.), функциональной стилистикой (в плане соответствия/несоответствия речи нормам функциональных стилей). Креативная стилистика также связана с идиостилистикой, культурой речи, риторикой, психолингвистикой, социолингвистикой, когнитивной лингвистикой, лингводидактикой и другими науками (в том числе нелингвистическими), объединенными антропоцентрической парадигмой, в рамках которой изучается человек в языке и язык в человеке.

Оставляя за рамками статьи развернутое обсуждение междисциплинарных связей креативной стилистики, подчеркнем, что ее онтологическое содержание на современном этапе развития речеведения не должно ограничиваться изучением лишь таксономии экспрессивно-эмоциональных, выразительных и стилистически окрашенных средств языка. Обобщенно и лаконично предмет креативной стилистики сформулирован Н. А. Купиной: «Проблемы речевого творчества, речевой творческой индивидуальности, результаты речевого творчества – предмет креативной стилистики» [5, с. 140]. Разделяя позицию автора, считаем возможным дополнить это определение с учетом вышеизложенных рассуждений.

На наш взгляд, к предмету креативной стилистики может быть также отнесено изучение экстралингвистических и дискурсивных факторов креативности; стереотипных, индивидуальных и окказиональных приемов использования в речи экспрессивных (эмоционально-оценочных, выразительных, стилистически окрашенных и др.) языковых средств и их роли в формировании стилистико-речевой системности текста; коммуникативного эффекта, создаваемого креативными стратегиями и тактиками; своеобразия типов креативной речи в зависимости от ее функционально-стилевой принадлежности; логико-понятийного и эмоционально-оценочного компонентов в креативной речевой деятельности.

Представляется, что перечисленными проблемами не исчерпывается богатое онтологическое содержание новой дисциплины, проблематику и контуры которой очертила М. Н. Кожина (правда, с использованием неудачного, по ее мнению, термина «экспрессивная стилистика») еще в 80-е годы прошлого века. О поиске наиболее точной номинации для зарождающейся науки свидетельствует

следующий фрагмент статьи, впервые опубликованной в 1987 г.: «Термин „экспрессивная стилистика“ неудачен, поскольку понятие стиля – и в структурном, и в функциональном, а также в нормативном плане – взаимосвязано с экспрессивностью... Более правомерным и точным оказалось бы наименование „стилистика экспрессивных языковых потенциалов“. Правда, при этом элиминируется речевой аспект... Видимо, настало время оформления особой лингвистической дисциплины – экспрессологии (термин А. Н. Васильевой) либо прагмалингвистики (термин Л. А. Киселевой) как дисциплины, специально изучающей всю коннотативную сферу языка. Если традиционное языкознание... было сосредоточено на изучении денотативной (в широком смысле), чисто логико-понятийной сферы языка... то теперь пришла пора специального изучения этой коннотативной сферы по всему „разрезу“ языковых уровней. При этом желательно, чтобы новая дисциплина не ограничивалась структурным аспектом, но включала также функциональный и речевой» [8, с. 258].

Спустя почти 30 лет термин был наконец найден профессорами Уральского федерального университета Н. А. Купиной и Т. В. Матвеевой, и креативная стилистика получила признание как перспективное направление современного речеведения.

Очевидно, что сферы коммуникации характеризуются разной степенью проявления творческого начала. В большей мере оно представлено в художественной, публицистической (медийной) и разговорной речи, в меньшей – в научной и официально-деловой. Кратко представим предварительные результаты наших наблюдений.

Креативность лежит в самой природе **художественного** творчества – от замысла автора до выбора приемов и средств реализации этого замысла. Иными словами, творческое начало пронизывает и содержание, и форму произведения. Совершенные художественные тексты, характеризующиеся золотым сечением, гармонией содержания и формы, оказывают сильное воздействие на читателя. И наоборот, избыточность креатива вряд ли доставит удовольствие человеку с эстетическим вкусом. Показателен в этом отношении феномен сетературы, пик развития которой пришелся на рубеж веков. Возможности Интернета позволили создавать тексты нелинейные, бессюжетные, многоавторские, интерактивные, когда сочиненный кем-либо фрагмент автоматически включается в коллективный текст.

Одним из первых творческих экспериментов такого рода стал широко известный «Роман» (1995), начатый филологом Романом Лейбовым. Примечательно, что в первый год своего виртуального существования этот продукт коллективного творче-

ства активно пополнялся новыми фрагментами, число которых выросло до 150. Однако эксперимент потерпел неудачу, поскольку «читателей у романа оказалось меньше, чем писателей» [10]. Исчезновение статусной дистанции между автором и читателем [11, с. 90], когда один человек мог быть и тем, и другим, а еще и третьим (критиком), привело к тому, что приоритетным порождающим механизмом сетературы стало игровое начало. Сетература начала восприниматься как виртуальная интерактивная игра, в которой сам процесс намного интереснее и важнее результата [12, с. 21]. Поэтому многие сетературные проекты (например, Д. Манина «Действительный штатский сонетник» и «Буриме», Д. Манина и Р. Лейбова «Сад расходящихся хокку» и др.) до сих пор продолжают свою «сетевую жизнь». Справедливости ради заметим, что среди тысяч подобных творений встречаются и вполне удачные, даже претендующие на художественность, однако все же большая их часть представляет собой «малоинтересные в художественном плане графоманские упражнения... часто используется просторечная и жаргонная лексика, обывательские умозаключения, порою несуразные и парадоксальные строки, вписанные ради рифмы, которая тоже нередко страдает» [12, с. 21].

Таким образом, эпоха постмодерна в сочетании с возросшими техническими возможностями, с одной стороны, открыла дополнительные каналы для реализации креативных способностей личности в сфере художественного творчества (значительно возрос объем массовой литературы; в «писатели», помимо профессионалов, устремилась армия интернет-пользователей; появился феномен многоавторства и т. п.). С другой стороны, анализ продуктов подобного творчества показывает, что даже самые смелые речевые эксперименты без глубокого содержания не приводят к рождению шедевров, способных оказать воздействие на интеллектуально-эмоциональную сферу читателя.

В **медиафере**, с ее способностью живо реагировать на новые вызовы времени и запросы аудитории, происходят еще более радикальные процессы, чем в художественной литературе.

В. Г. Костомаров, изучая язык и стиль средств массовой информации конца XX – начала XXI в., выявил тенденцию к взаимодействию и взаимопроникновению функциональных стилей [13]. Прежде всего эта тенденция проявилась в изменении сочетания экспрессии и стандарта как основного конструктивного принципа публицистического стиля. Под влиянием новых экстралингвистических факторов, среди которых не последнюю роль сыграла нацеленность СМИ на расширение круга читателей в надежде на получение прибыли для финансовой поддержки издания, баланс явно на-

чал смещаться в пользу экспрессии. Установка на креативность, доходящая до эпатажа, в массовых газетах, журналах и интернет-изданиях (особенно в желтой прессе) вытеснила традиционную для публицистических текстов аналитическую тональность, выдвинув на передний план их гедонистическую функцию в ущерб социально-оценочной и познавательной-просветительской. Е. Ю. Скороходова отмечает, что «публицистический пафос сменился тотальной иронией, а постмодернизм снабдил публицистику таким количеством приемов языковой игры, что иной текст воспринимается просто как ребус, который нужно не столько читать, сколько разгадывать» [14, с. 53].

Одним из показателей креативности публикации в СМИ является ее заголовок. По свидетельству Е. П. Черногрудовой, 80 % читателей получают информацию только из заголовков [15, с. 17]. Поэтому придумать заголовок, привлекающий внимание и одновременно легкий для восприятия, информативный и одновременно интригующий, – одна из важных задач журналиста. Удачный заголовок может обеспечить популярность даже посредственной публикации [16, с. 295]. Как правило, заголовок в сжатой, лаконичной форме отражает основную мысль публикации. Однако современная стилистика СМИ, по мнению Т. В. Шмелевой, выдвинула «на первое место задачу удивить читателя, если не шокировать его» [17, с. 579]. Стремление эпатировать читателя столь велико, что многие журналисты выносят в заголовочную конструкцию заведомо ложные сведения, которые не соответствуют содержанию текста статьи. Для решения этой задачи авторы заголовков активно используют языковую игру, построенную на нарушении языковых норм, с целью привлечения внимания читателя. «Вирус игры», по точному выражению С. И. Сметаниной [18, с. 179], проник во все жанры и форматы СМИ, включая информационно-новостные.

Пожалуй, в максимальной степени речевая креативность проявляется в рекламных текстах, призванных повлиять на потребителя с такой силой, чтобы он приобрел рекламируемый товар или воспользовался услугой. В качестве рекламных креативом копирайтерами практически без ограничений используются единицы всех уровней языка: отдельные слова в переносном, в том числе символическом, значении, фразеологические и свободные словосочетания, словообразовательные и морфологические окказионализмы, аграмматизмы, прецедентные тексты и др. Н. А. Купина отмечает, что, «реализуясь в рекламных текстах, креатив усиливает „практическую“ (прагматическую) установку рекламодателя, а сама эта установка, скрытая под эмоционально-эстетической маской, становится привлекательнее» [5, с. 140–141].

В подтверждение сказанного воспользуемся примером из работы М. Ю. Авдониной, установившей, что слово *слон* в наименованиях коммерческих объектов современного города используется исключительно в сочетании с «цветовыми» и другими неожиданными прилагательными: *белый слон* (ресторан тайской кухни), *золотой слон* (ресторан тбилисской кухни), *желтый слон* (мебельный магазин), *розовый, черный слон* (турфирмы), *серебряный слон* (клуб), *синий слон* (дизайн-студия); *сытый слон* (магазин мясных и рыбных полуфабрикатов), *еловый слон* (дизайн-студия), *полосатый слон* (студия графического дизайна), *ночной слон* (арт-салон), *водяной слон* (магазин насосов) [19]. По свидетельству автора, эти креативные номинации, вызывая в сознании потребителей позитивные ассоциации, действительно способствуют продвижению товаров и услуг.

Если в СМИ и рекламе креативность связана главным образом с качествами «поверхностной ткани» текста, прежде всего использованием креатива, то в **сфере науки** она соотносится с творческим началом самой познавательной деятельности, результатом которой является новое знание. Дерзкие идеи, смелые гипотезы, новаторские теории, неизвестные ранее законы, прорывные открытия, способные изменить представления об окружающем мире, – все это свидетельства высокого творческого потенциала ученого.

Однако в рамках креативной стилистики важно выявить речевые показатели креативности. Эта проблема до сих пор остается малоизученной. Путь ее решения намечен М. Н. Кожинной, неоднократно высказывавшей идею об интеллектуальной экспрессии научной речи. По мнению исследователя, такая экспрессия выражается средствами категорий диалогичности и акцентности, которые реализуют связь автора с адресатом. «Хотя эмотивность не является специфической чертой научного стиля, – отмечает исследователь, – она отражает наличие чувственного компонента и немалую роль его в процессе получения нового знания, а также задачи коммуникации – стремление к выразительности речи как более убедительной» [20, с. 247].

На продвижение нового знания оказывает влияние индивидуальный стиль речи ученого. Это доказано в работах М. П. Котюровой [см., напр.: 21]. Авторскую индивидуальность она связывает не столько с отдельными языковыми единицами, явно свидетельствующими об индивидуальной речевой манере создателя текста, сколько с доминирующим стилем мышления автора. См.: «Понимание сущности текстообразования в сфере научно-познавательной деятельности не может быть достаточно глубоким, пока не учитываются особенности научного творчества и научного творческого мышления языковой личности автора» [21, с. 36].

Стиль мышления (когнитивный стиль) интерпретируется как всеобъемлющий фактор, лежащий в основе творческой индивидуальности языковой личности. Опираясь на новейшие работы психологов, М. П. Котюрова выявляет речевую репрезентацию дискретно-логического, континуально-психологического, метафорического и критического стилей мышления, которые, как оказалось, детерминируют индивидуальный стиль изложения научного содержания – «совокупность взаимосвязанных рече-текстовых единиц, фиксирующих как значимые, так и незначимые в познавательном отношении моменты когнитивного творчества ученого» [21, с. 68]. Идиостиль проявляется в притяжении, отборе и перестройке компонентов стереотипного языкового материала, в установлении новых логико-семантических связей этих компонентов, создании новых языковых единиц (прежде всего терминов) и тем самым в получении и оформлении нового научного знания [21, с. 68].

Анализируя собственно языковую сторону стилей речи ученых, М. П. Котюрова обращает внимание на то, что индивидуальность, неповторимость использования языковых единиц в том или ином контексте сопряжена с устойчивостью, стереотипностью текста. Более того, лишь на фоне стереотипного изложения, осознаваемого автором как эталонное, и можно говорить об индивидуально-стилевой специфике целого текста или наиболее типичных его фрагментов.

Креативность в **официально-деловом стиле** проявляется весьма ограниченно. Так, документы ядерных жанров (указ, приказ, постановление, регламент, положение и под.) характеризуются высокой степенью стандартизованности. Вместе с тем, как показало исследование М. А. Ширинкиной [22], в периферийных и пограничных областях делового стиля наблюдается трансформация имеющихся и возникновение новых форм деловой коммуникации, которые обуславливаются преобразованиями в политической, правовой, экономической жизни общества, а также стремительным продвижением информационных технологий [22, с. 3].

В большей степени креативность свойственна информационному типу деловых текстов, представленному документными и недокументными жанрами. Документные тексты (заключение, извещение, отчет) «составляются по принятому образцу, содержат обязательные реквизиты, имеют жесткую структуру и стандартное речевое оформление» [22, с. 21]; недокументные тексты (памятка, информационные материалы) «составляются в свободной форме, характеризуются отсутствием обязательных реквизитов, не имеют жесткой структуры, демонстрируют индивидуальность автора при передаче информации» [22, с. 21].

М. А. Ширинкина приходит к выводу, что креативность в рамках деловой речи связана прежде всего с появлением новых жанровых форм коммуникации субъекта речи и адресата. В частности, собственно документный жанр отчета преобразуется в публичный отчет – относительно свободный по структуре речевой продукт (например, в формате презентации Microsoft Power Point), ориентированный на широкую аудиторию, размещаемый, как правило, на официальном сайте организации, имеющий целью привлечь внимание, а также сформировать и поддержать позитивный имидж органа власти в глазах общественности. Аналогичные трансформации претерпевает жанр памятки, преобразованный из традиционного вербального текста в поликодовое речевое произведение (например, буклет, брошюру или видеоролик), в котором активно используются разнообразные нетипичные для деловой сферы средства выразительности: средства словесной образности, стилистические фигуры, вопросительные и восклицательные предложения, вопросно-ответные комплексы, диаграммы, блок-схемы, инфографика, типографика, иллюстрации и фотографии, цветовые решения, видеоэффекты и др.

Лингводидактическое содержание креативной стилистики. Обоснование статуса креативной стилистики закономерно приводит к необходимости обращения к смежным прикладным дисциплинам, таким как культура речи, литературное редактирование, общая и частная дидактика. Очевидно, что их задачи должны быть скорректированы с учетом востребованности у современной языковой личности креативных речевых умений. Далее обозначим некоторые направления этих корректировок.

Овладение культурой речи предполагает, как известно, две ступени: правильность и речевое мастерство. При изучении ортологического аспекта языка, в частности стилистических норм, следует учитывать, что различные функциональные разновидности текстов обладают своими стилевыми нормами. Что хорошо в одном типе текстов, может оказаться неуместным в другом. То же самое можно сказать и о явлении креативности. С одной стороны, деформированный текст (содержащий разного рода погрешности) не может быть креативным (если только он не пародийного жанра). С другой стороны, подлинная (не формальная) креативность проявляется только тогда, когда создатель текста обладает лингвостилистической культурой, т. е. умеет отбирать и сочетать языковые средства, учитывать содержание, ситуацию, сферу общения, особенности жанра и многое другое.

Иными словами, у языковой личности должны быть сформированы языковые, лингвистические, коммуникативные, культурологические компетенции, и на их основе – креативные компетенции. Эта речеведческая сверхзадача, по нашему мнению, должна быть целью обучения родному языку.

Очевидно, что сформировать креативное сознание ученика может только креативная личность педагога, поэтому важно развивать творческие навыки у студентов-филологов (о нашем опыте работы см. [23]). Разделяя идеи Ю. Н. Караулова [24], считаем целесообразным формировать креативную языковую личность (как педагога, так и учащегося) с учетом трех составляющих: 1) вербально-семантической (овладение ресурсами языка), 2) когнитивной (овладение базовыми концептами языковой картины мира), 3) прагмастилистической (овладение навыками создания текста и приемами эффективной коммуникации). Мы убеждены, что лишь комплексный подход к обучению языку обеспечит формирование творческой языковой личности.

Достижение этой цели подготовлено концепцией креативной педагогики, которая учит обучаемых учиться творчески, становиться соиздателями самих себя и соиздателями своего будущего [25]. Специалисты утверждают, что тип педагогики зависит от потребностей общества. Текущее столетие считается веком творчества и инноваций, общество нуждается в творческих людях, способных жить и работать в условиях многозадачности и формирующих так называемый творческий класс (англ. *Creative class*). Наряду с креативной педагогикой креативная стилистика может стать ответом на этот социальный запрос.

Заключение

Ограниченный объем статьи не позволяет даже эскизно представить проявление креативности во всех речевых практиках. За рамками нашего внимания осталась разговорная речь и коммуникация в социальных сетях, религиозная речь и речь политиков, а также множество более частных дискурсивных сфер общения, в которых, несомненно, проявляется творческий потенциал языковой личности, причем, возможно, даже в большей степени, чем в рассмотренных в статье функциональных стилях.

В заключение подчеркнем, что интерпретация креативности с учетом экстралингвистических и дискурсивных факторов общения вписывается в парадигму современного речеведения и обуславливает широкие возможности новой дисциплины в изучении творческого компонента речевой деятельности во всем ее многообразии.

Список источников

1. Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка. М.: Флинта: Наука, 2008. 464 с.
2. Вепрева И. Т. Креатив креатива, или О функционировании лексемы *креатив* в современном русском языке // Лингвистика креатива – 1. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. С. 112–123.

3. Лингвистика креатива – 1. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. 369 с.
4. Купина Н. А., Матвеева Т. В. Стилистика современного русского языка. М.: Юрайт, 2013. 415 с.
5. Купина Н. А. Креативная стилистика и практическая филология // Стилистика сегодня и завтра: материалы конференции. М.: Факультет журналистики МГУ, 2014. Ч. I. С. 140–144.
6. Купина Н. А. Креативная стилистика. 2-е изд. М.: Флинта, 2014. 182 с.
7. Григорьев В. П. Поэтика слова. М.: Наука, 1979. 343 с.
8. Кожина М. Н. О языковой и речевой экспрессии и ее экстралингвистическом обосновании // Речеведение. Теория функциональной стилистики: избранные труды. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С. 247–260.
9. Щерба Л. В. О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании // Языковая система и речевая деятельность. Л.: Наука, 1974. С. 24–39.
10. Смоленский В. Русская сетевая литература. URL: <http://www.susi.ru/sapporo2000.html> (дата обращения: 15.09.2021).
11. Варакина Е. Р. Проблемы теории литературы. Ч. 1. М.: Изд-во ПСТГУ, 2011. 101 с.
12. Авдейчик Л. Л. Сетевая литература как феномен современной культуры // Сб. материалов Международной научно-практ. конф. Минск: Изд-во БГУ, 2012. С. 18–26.
13. Костомаров В. Г. Наш язык в действии: очерки современной русской стилистики. М.: Гардарики, 2005. 287 с.
14. Скороходова Е. Ю. Современное состояние функционально-стилистической системы русского литературного языка // Вопросы филологии. 2007. № 1 (25). С. 50–54.
15. Черногрудова Е. П. Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике: на материале центральной, региональной и местной прессы: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2003. 234 с.
16. Современный медиатекст. Омск: Изд-во Омск. ун-та, 2011. 414 с.
17. Шмелева Т. В. Текст и паратекст в современной массовой коммуникации // Русский язык: исторические судьбы и современность: IV Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, филологический факультет, 20–23 марта 2010 г.): труды и материалы. М.: Изд-во Моск. ун-та. С. 579–580.
18. Сметанина С. И. Медиатекст в системе культуры (диалектические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. 383 с.
19. Авдонина М. Ю. Семантические и прагматические аспекты словотворчества (на материале словообразовательного гнезда «слоно») // Вопросы филологии. 2008. Т. 28, № 1. С. 37–44.
20. Кожина М. Н. Научный стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 242–248.
21. Идиостилистика научной речи: наши представления о речевой индивидуальности ученого / М. П. Котюрова, Л. С. Тихомирова, Н. В. Соловьева; М-во образования и науки Рос. Федерации, Перм. гос. ун-т, Зап.-Урал. ин-т экономики и права. Пермь: Ред.-изд. отдел Зап.-Урал. ин-та экономики и права, 2011. 393 с.
22. Ширинкина М. А. Письменный дискурс исполнительной власти в жанрово-стилистическом аспекте: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Пермь, 2021. 43 с.
23. Карпова Т. Б. Лингвокультурологическая составляющая речеведения в вузе: из опыта работы // Русская речевая культура и текст: материалы XI Междунар. науч. конф. Томск: Том. центр науч.-техн. информации, 2020. С. 261–269.
24. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 263 с.
25. Алейников А. Г. О креативной педагогике // Вестник высшей школы. 1989. № 12. С. 29–34.

References

1. Kozhina M. N., Duskaeva L. R., Salimovskiy V. A. *Stilistika russkogo yazyka* [Stylistics of the Russian Language]. Moscow, Flinta: Nauka Publ., 2008. 464 p. (in Russian).
2. Vepreva I. T. Kreativ kreativ, ili O funktsionirovaniy leksemy *kreativ* v sovremennom russkom yazyke [Creativity of Creativity, or on the Functioning of the Lexeme *Creativity* in the Contemporary Russian Language]. *Lingvistika kreativna – 1* [The Linguistics of Creativity]. Yekaterinburg, Ural State Pedagogical University Publ., 2013. P. 112–123 (in Russian).
3. *Lingvistika kreativna – 1* [The Linguistics of Creativity]. Yekaterinburg, Ural State Pedagogical University Publ., 2013. 369 p. (in Russian).
4. Kupina N. A., Matveeva T. V. *Stilistika sovremennogo russkogo yazyka* [Stylistics of Contemporary Russian Language]. Moscow, YURAYT Publ., 2013. 415 p. (in Russian).
5. Kupina N. A. Kreativnaya stilistika i prakticheskaya filologiya [Creative Stylistics and Practical Philology]. *Stilistika segodnya i zavtra: materialy konferentsii. Chast' 1* [Stylistics Today and Tomorrow: Conference Proceedings. Issue 1]. Moscow, MSU, Faculty of Journalism Publ., 2014. P. 140–144 (in Russian).
6. Kupina N. A. *Kreativnaya stilistika* [Creative Stylistics]. Moscow, Flinta Publ., 2014. 182 p. (in Russian).
7. Grigor'yev V. P. *Poetika slova* [Poetics of Words]. Moscow, Nauka Publ., 1979. 343 p. (in Russian).
8. Kozhina M. N. O yazykovoy i rechevoy ekspressii i yeye ekstralingvisticheskom obosnovanii [On Language and Speech Expression and Its Extra-linguistic Justification]. *Rechevedeniye. Teoriya funktsional'noy stilistiki: izbrannyye trudy* [Speech studies. Theory of Functional Stylistics: Selected Works]. Moscow, FLINTA: Nauka Publ., 2014. P. 247–260 (in Russian).

9. Shcherba L. V. O troyakom aspekte yazykovykh yavleniy i ob eksperimente v yazykoznanii [On the Threefold Aspect of Linguistic Phenomena and Experimentation in Linguistics]. *Yazykovaya sistema i rechevaya deyatel'nost'* [Language System and Speech Activity]. Leningrad, Nauka Publ., 1974. P. 24–39 (in Russian).
10. Smolenskiy V. *Russkaya setevaya literatura* [Russian Network Literature] (in Russian). URL: <http://www.susi.ru/sapporo2000.html> (accessed 15 September 2021).
11. Varakina E. R. *Problemy teorii literatury. Chast' I* [Problems of Literary Theory. Part 1]. Moscow, Orthodox Svyato-Tikhonovsky University of Humanities Publ., 2011. 101 p. (in Russian).
12. Avdeychik L. L. Setevaya literatura kak fenomen sovremennoy kul'tury [Networked Literature as a Contemporary Cultural Phenomenon]. *Sbornik materialov Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Proceedings of the International Scientific and Practical Conference]. Minsk, Belarus State University Publ., 2012. P. 18–26 (in Russian).
13. Kostomarov V. G. *Nash yazyk v deystvii: ocherki sovremennoy russkoy stilistiki* [Our Language in Action: Essays on Contemporary Russian Stylistics]. Moscow, Gardariki Publ., 2005. 287 p. (in Russian).
14. Skorokhodova E. Yu. Sovremennoye sostoyaniye funktsional'no-stilisticheskoy sistemy russkogo literaturnogo yazyka [The Current State of the Functional-stylistic System of the Russian Literary Language]. *Voprosy filologii*, 2007, no. 1 (25), pp. 50–54 (in Russian).
15. Chernogrudova E. P. *Zagolovki s pretsedentnymi tekstami v sovremennoy publitsistike: na materiale tsentral'noy, regional'noy i mestnoy pressy* [Headlines with Precedent Texts in Modern Journalism: Central, Regional and Local Press: PhD thesis on philology]. Voronezh, 2003. 234 p. (in Russian).
16. *Sovremennyy mediatekst* [Contemporary Media Texts]. Omsk, Omsk State University Publ., 2011. 414 p. (in Russian).
17. Shmeleva T. V. Tekst i paratekst v sovremennoy massovoy kommunikatsii [Text and Paratext in Contemporary Mass Communication]. *Russkiy yazyk: istoricheskiye sud'by i sovremennost'* [The Russian Language: Historical Fate and Modernity: IV International Congress of Russian Language Scholars (Moscow, Lomonosov Moscow State University, Philological Faculty, 20–23 March 2010): Proceedings and materials]. Moscow, MSU Publ., 2010. P. 579–580 (in Russian).
18. Smetanina S. I. *Media-tekst v sisteme kul'tury (dialekticheskiye protsessy v yazyke i stile zhurnalistiki kontsa XX veka)* [Media-text in the System of Culture (Dialectical Processes in Language and Style of Journalism of the End of XX Century)]. Saint Petersburg, Izd-vo V. A. Mikhailova Publ., 2002. 383 p. (in Russian).
19. Avdonina M. Yu. Semanticheskiye i pragmaticheskiye aspekty slovotvorchestva (na materiale slovoobrazovatel'nogo gnezda «slon») [Semantic and Pragmatic Aspects of Word Creation (the Word-formation Nest “elephant”)]. *Voprosy filologii*, 2008, vol. 28, no. 1, pp. 37–44 (in Russian).
20. Kozhina M. N. Nauchnyy stil' [Scientific style]. *Stilisticheskyy entsiklopedicheskiy slovar' russkogo yazyka* [Stylistic Encyclopaedic Dictionary of the Russian Language]. Moscow, Flinta: Nauka Publ., 2003. P. 242–248 (in Russian).
21. Kotyurova M. P., Tikhomirova L. S., Solov'eva N. V. *Idiostilistika nauchnoy rechi. Nashi predstavleniya o rechevoy individual'nosti uchenogo* [Idiostylistics of Scientific Speech. Our Ideas About the Speech Individuality of a Scientist]. Perm, Perm State University Publ., West Ural Institute of Economics and Law Publ., 2011. 394 p. (in Russian).
22. Shirinkina M. A. *Pis'mennyy diskurs ispolnitel'noy vlasti v zhanrovo-stilisticheskoy aspekte* [Written Executive Discourse in Genre and Stylistic Aspects: Doctor of Philology thesis abstract]. Perm, 2021. 43 p. (in Russian).
23. Karpova T. B. Lingvokul'turologicheskaya sostavlyayushchaya rechevedeniya v vuze: iz opyta raboty [Linguocultural Component of Speech Studies in Higher Education: from Experience]. *Russkaya rechevaya kul'tura i tekst* [Russian Speech Culture and Text. Materials of XI International Scientific Conference]. Tomsk, Tomsk Center for Scientific and Technical Information Publ., 2020. P. 261–269 (in Russian).
24. Karaulov Yu. N. *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'* [Russian Language and Linguistic Personality]. Moscow, Nauka Publ., 1987. 263 p. (in Russian).
25. Aleynikov A. G. O kreativnoy pedagogike [On creative pedagogy]. *Vestnik vysshey shkoly – Alma Mater (Vestnik Vysshey Shkoly)*, 1989, no. 12, pp. 29–34 (in Russian).

Информация об авторах

Е. А. Баженова, профессор, Пермский государственный национальный исследовательский университет (ул. Букирева, 15, Пермь, Россия, 614068).

Т. Б. Карпова, доцент, Пермский государственный национальный исследовательский университет (ул. Букирева, 15, Пермь, Россия, 614068).

Information about the authors

E. A. Bazhenova, Professor, Perm State University (ul. Bukireva, 15, Perm, Russian Federation, 614068).

T. B. Karpova, Associate Professor, Perm State University (ul. Bukireva, 15, Perm, Russian Federation, 614068).

Статья поступила в редакцию 13.01.2022; принята к публикации 05.02.2022

The article was submitted 13.01.2022; accepted for publication 05.02.2022