

УДК 81

DOI: 10.18384/2310-712X-2018-5-29-44

## КРЕАТИВЫ В СЕТЕВОМ ДИСКУРСЕ

**Карасик В.И.***Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина**117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 6, Российская Федерация**Тяньцзиньский университет иностранных языков**300204, г. Тяньцзинь, ул. Мачандао, д. 117, Китайская Народная Республика*

**Аннотация.** Рассматривается креатив, понимаемый как сложное жанровое образование в сетевом электронном дискурсе, порождаемое интенцией художественного и / или публицистического самовыражения и отличающееся новизной авторской оценки реальности. В качестве разновидностей креатива выступают блоги (сетевые дневники), пирожки (смешные поэтические миниатюры), и демотиваторы (поликодовые тексты, включающие изображение, как правило, с абсурдным содержанием и ироническую подпись к нему). Важнейшие особенности креативов состоят в подчёркнутой авторской позиции комментаторов, высокой степени интертекстуальности сообщений и создании коммуникативных сообществ, объединённых сходным мировосприятием.

**Ключевые слова:** сетевой дискурс, жанры речи, креатив, блог, пирожок, демотиватор.

## CREATIVES IN NETWORK DISCOURSE

**V. Karasik***Pushkin State Russian Language Institute**6 ulitsa Akademika Volgina, Moscow 117485, Russian Federation**Tianjin Foreign Studies University**117 MaChang Road, HeXi District, TianJin 300204, People's Republic of China*

**Abstract.** The paper deals with creatives treated as a complex genre phenomenon of modern electronic network discourse. The main intention of such texts production is a desire for artistic and / or journalistic self-expression. Their key quality is a new qualification of reality. Creatives in Russian networks are represented in a number of speech genres including blogs (network diaries), "pirozhenki" (comic poetic miniatures of a certain pattern), demotivators (polycode texts containing a picture with some absurd content and an ironic subscription to it). The main features of creative consist in emphasized individual position of their authors, in their marked intertextuality and in setting up communities united by similar world views.

**Key words:** network discourse, speech genres, creatives, blog, "pirozhenki", demotivator.

Развитие интернет-коммуникации существенным образом повлияло на современную культуру. Наиболее яркие характеристики переживаемого нами культурного сдвига, обусловленного возможностями интернет-общения, состоят в следующем: 1) открытом доступе к разным видам информационного контента

во всемирной электронной сети; 2) виртуализации восприятия мира; 3) визуализации информации, приводящей к клиповому мышлению; 4) ускорении субъективного темпа жизни; 5) размывании собственной идентичности; 6) возможности маскировки себя под различными никами (сетевыми псевдонимами); 7) изменении отношения к достоверности получаемой информации; 8) возможности поддержания контактов с неограниченным числом участников сетевого сообщества; 9) возникновении социальных сетей – общественных структур взаимосвязанных субъектов; 10) возможности размещения в сети сведений о себе и своих интересах и комментариев по поводу получаемой информации; 11) изменении соотношения приватности и публичности в разных речевых жанрах при общении в сети; 12) возникновение новых форматов и жанров общения. Эти характеристики представляют собой открытый список и отражают многомерное воздействие режимов общения на жизнь общества и мироощущение индивида [20; 30; 33; 35; 37; 40; 45; 50]. Д. Рашкофф ярко характеризует новую реальность современной цивилизации: «The datasphere, or “mediaspace”, is the new territory of human interaction, economic expansion, and especially social and political machination» [45, p. 4]. Соглашаясь с тем, что эта сфера бытия несёт в себе определённые угрозы для человечества, отметим и несомненные плюсы новых возможностей самореализации наших современников, включая новые проявления творчества.

Культурогенные характеристики речевых жанров отмечены в лингвистической литературе [10; 11]. К числу

новых жанровых образований сетевого дискурса относится креатив, который можно определить как сложный текстотип, порождаемый а) интенцией художественного самовыражения в интернет-коммуникации либо б) интенцией поиска новой идеи для рекламного продвижения товара. Эти две сферы функционирования данного слова приводят к его различной семантизации. В первом случае акцентируется идея творчества, во втором – инновационности [21]. Отмечено, что в современном русском обиходном коммуникативном поведении слово «творчество» и его производные ассоциируются с высоким стилем и осмысливаются как ценности высшего порядка, в то время как лексема «креативность» и её производные воспринимаются как модные образования, имеющие как положительную, так и отрицательную коннотацию [5]. В молодёжном интернет-жаргоне некоторое время тому назад функционировало слово «креатифф» – художественное произведение, часто включающее игру с орфографией слов и сопровождаемое откликами читателей.

Во многих работах креативность рассматривается как языковая игра, предполагающая весёлое освоение потенциальных выразительных средств языка и проявляющаяся в детской речи, шутках, приёмах, используемых в массмедиа [2; 5; 16; 26; 28].

В семиотическом плане креативность как характеристика общения противопоставлена стандарту, имманентной характеристикой знака является дуализм стереотипного и творческого [1; 4; 14; 15; 17; 29; 31]. Исследователи подчёркивают градуальный характер креативного поведения: на одном полюсе условной шкалы

креативности находятся произведения гениев искусства и великие научные открытия, на другом полюсе – ежедневная коммуникативная практика с преобразованием форм и смыслов слов [41, р. 6]. Психологи говорят о креативности как способности принимать нестандартные решения, импровизировать [8]. Отмечается, что креативность включает особые способности, знания, стили мышления, личностные качества, мотивацию и ситуативное окружение [47]. В более сжатом изложении креативным признаётся продукт, если он соответствует требованиям новизны, высокого качества и ситуативной включённости (*something is creative if it is novel, of high quality and appropriate to the task at hand*) [49]. Лингвистически релевантными признаются следующие характеристики креативности: концептуальное повторение с дополнением (*conceptual replication with slight variation*), переформулировка (*redefinition, i. e. reconceptualization of a creative idea for another purpose*), развитие идеи (*forward incrementation*), изменение направления (*redirection*) и др. [48]. Эти признаки относятся не только к креативности в бизнесе, но и к конструированию своего имиджа в разных типах дискурса. Заслуживает внимания вывод исследователей, что знаком нашего времени стала «демократизация креативности» [42], которая проявилась в ежедневной коммуникативной практике обычных людей. Это положение дел удачно схвачено в формулировке Р. Картера: креативность – это не способность особых людей, но особая способность всех людей (*“linguistic creativity is not simply a property of exceptional people but an exceptional property of all people”*) [38, р. 13].

В основу данной работы положено предположение о том, что в интернет-коммуникации и сетевом дискурсе как магистральном направлении такой коммуникации наиболее ярко проявляются признаки креативности как неременного компонента общения.

Креатив как художественное творчество может быть охарактеризован в оппозитивной модели, включающей противопоставление творчества и его антиподов. В.З. Демьянков предлагает следующие контрадикторные диады: духовное vs материальное (творческое ассоциируется с духовным, креативное – с материальным), оригинальное vs избитое (творческое предполагает новизну, ему противопоставлена банальность), сотворческое vs пропедевтическое (творческое рассчитано на подготовленного интерпретатора, пропедевтическое – на новичка), ассоциативное vs буквальное (творческое восприятие порождает ассоциации, буквальное их лишено), преднамеренное vs нечаянное (творческая интерпретация есть диалог с автором, его антиподом является движение наугад, вслепую) [13]. В этой модели акцентируется идея диалогичности творческого создания и восприятия объекта. В другой работе цитируемый автор подчёркивает, что «креативность вырастает не на пустом месте: креативность – иррациональная немеханизируемая форма рассудочности, а не простые “брызги фантазии”» [12, с. 234]. Перед нами ещё одна диада: творчество vs пустое «оригинальничанье».

В.В. Фещенко и О.В. Коваль предлагают иную систему антиномий для понимания и объяснения сути творчества: творчество vs предшествующее положение дел, творчество vs стерео-

типность, творчество как личный диалог vs креатив как обращение к массам, творчество как усложнение картины мира vs исследование как её упрощение (авторы, впрочем, говорят и о другом понимании в соотношении искусства и науки) [32, с. 26, 27]. Заслуживает внимания тонкое разграничение видов творчества в цитируемой работе, заданное триадой древнегреческих слов, обозначавших творение как биологическое порождение (*gen*), как действие людей по освоению мира (*techne*) и как осмысление реальности в поэтическом плане (*poiein*) [32, с. 23, 24].

Наблюдения над характеристиками общения в сетевом дискурсе показывают, что в жанровом плане креативность проявляется в нём возникновением новых текстотипов. К их числу относятся сетевые дневники (блоги), новые формы художественного творчества (например, пирожки – иронические четверостишия, построенные по определённой модели), а также демотиваторы – поликодовые тексты, включающие изображение и комментарий к нему, обычно иронически характеризующий это изображение.

Блог как жанр интернет-дискурса неоднократно привлекал к себе внимание исследователей. Впечатляет количество диссертационных исследований, свидетельствующее об актуальности осмысления этого жанра (приведём несколько работ, см. [3; 7; 9; 18; 27 и др.]). Отмечены характерные особенности компьютерно опосредованной коммуникации в блогах: возможность виртуального общения (с неизвестными собеседниками), креолизованность (полиmodalность) текста, включающего изображение наряду с вербальными знаками, на-

личие гипертекстовых ссылок для подтверждения обсуждаемой информации, тематическая вариативность содержания (предметом информирования и оценки выступают все актуальные вопросы современности, от политики до художественного творчества), интерактивность (возможность общения читателя и автора), высокая степень демократичности общения, отсутствие цензуры (за исключением запретов на перепосты экстремистского содержания), акцентированная самопрезентация, выраженная игровая коммуникативная тональность многих сообщений, высокая скорость распространения информации, создание блогосферы как новой целостной коммуникативной среды в современной цивилизации [6; 19; 22; 23; 34; 39].

Подчеркнём, что названные характеристики сетевого общения обусловлены а) технически – режимом электронной коммуникации и б) социально – общими тенденциями развития современной культуры (её демократизацией, возрастанием в ней игрового компонента и её ориентацией на ювенильные ценности – непосредственность, высокую скорость реакции, избегание официальности и патетики). Заслуживает внимания разделение всех блогов на два типа: тематически ориентированные и свободные (*topic-oriented and free-style blogs*) [36]. Первые представляют собой критическое освещение актуальной информации и в значительной мере срastaются со средствами массмедиа, вторые существуют для самовыражения их авторов. Очень важным является противопоставление двух типов адресатов в сетевом дискурсе – аудитории и публики: “An audience is pas-

sive; a public is participatory” [Ruggiero, цит. по: 36]. Аудитория безмолвствует, публика участвует в обсуждении, при этом грань между этими адресатами размыта, участие может выражаться в иконических знаках одобрения либо неодобрения, и в таком случае публичность становится градуальной.

Приведём примеры жанровой креативности в блогах. Один из популярных российских блогеров, ведущий свой сетевой журнал под ником *mi3ch* (в русском произношении «митрич», автора зовут Дмитрий) следующим образом высказывается о политкорректности:

*Люди, политые корректностью*

*Расизм – это безусловное зло, но попытка лечения расизма политкорректностью – безусловная глупость.*

*Расизм нужно лечить воспитанием, образованием, личным примером, но политкорректность – это замечание мусора под ковер.*

*Тсс... это же неприлично, давайте лучше не будем говорить об этом. Авось оно все как-нибудь само рассосется.*

*Давайте вспомним историю:*

*Британский врач Джон Сноу, установивший, что холера может вызываться фекалиями, попавшими в воду, был подвергнут обструкции за свою теорию – людям будет неприятно узнать, что они пили такую воду на протяжении десятилетий (давайте оставим все как есть).*

*«Отец американской энтомологии» Сэй Томас, доказавший, что кровь пьют только самки комаров, был осужден общественным мнением за нетактичность и неуважение к общественным устоям (женщинам услышать это будет неприятно) [43].*

Перед нами умный, ироничный собеседник, раскрывающий нам не самые лучшие стороны человеческой природы. Тематика сообщений несомненно оригинальна, примеры привлекают наше внимание. Жанровая креативность блога выражается в постановке проблемы и неожиданном ракурсе её освещения. Приведённый пост получил развитие в комментариях:

*roving\_wiretrap: Вы действительно думаете, что политкорректность – это «Тсс... это же неприлично, давайте лучше не будем говорить об этом»? ИМХО, вы сильно ошибаетесь. Вообще, у российских граждан странное отношение к политкорректности – они от нее шарахаются как черт от ладана. А ведь по сути это обычная вежливость.*

*mi3ch: Самая распространенная причина споров – неумение договориться о терминах. Я осуждаю политкорректность в моем понимании, вы защищаете ее в вашем понимании.*

*roving\_wiretrap: +++Самая распространенная причина споров – неумение договориться о терминах+++ О, это совершенно правильные слова. Ну так разговор о политкорректности очевидно надо было начинать с ее определения. И, кстати, предпочтение некоторым меньшинствам при приеме на работу – это не политкорректность, это положительная дискриминация.*

*litophage: Вы не находите сам термин «положительная дискриминация» идиотским оксюмороном? Я вот нахожу.*

*roving\_wiretrap: Термин как термин. Можно было бы придумать поблаговзвучней, но раз этот прижился – нет проблем. Мне как переводчику главное, чтобы был термин. Есть и слава Б-гу [43].*

Креативность в жанре комментария к блогу состоит в попытке самораскрытия, проявления своего «Я».

Темами записи в блоге становятся события, которые вызывают эмоциональный отклик у наших современников. Такова, например, тема «Отношение к животным»:

*miss\_tramell: «Озлобленные идиоты»*

*Цирковой деятель и дрессировщик Эдгард Запашный назвал озлобленными идиотами тех, кто возмущился жестоким обращением с животными. Причиной его истерики стал недавний случай, когда прямо во время представления дрессировщиков Багдасаровых одной тигрице стало плохо. Вместо того чтобы помочь животному, артист стал тыкать в животное палкой, облил водой, а когда и это не помогло, схватил тигрицу за хвост и оттащил в сторону. Чтобы не мешалось.*

*Естественно, что зрителей это возмутило. В итоге, на них же вылились помои: озлобленные идиоты они, оказывается! Ещё и тупые, потому что не понимают, что так и нужно вести себя дрессировщику. Нет, минуточку, я всё понимаю – дикие звери. Сопли рядом с ними жевать нельзя. Или ты их дубасишь палкой, или они тебя разорвут – законы джунглей никто не отменял. Вопрос тут в другом: а какого хрена вообще в XXI веке, будто в Средневековье, устраивают представления с животными?*

*Я не знаю, лично у меня вот такая ассоциация с цирком: грязные обезьяны поймали зверя и издеваются над ним, радостно улюлюкая. Что дрессировщики, что зрители шоу – озлобленные идиоты, радующиеся чужому несчастью. Кому этот цирк вообще может*

*быть интересен? Деграданту? Дебилу? Обезьяноподобному человеку? Тому, кто сам – животное, радующееся несчастью другого животного? Полному отморозку, которого разбирает на смех при виде пыток живого существа [44].*

Автор эмоционально и живо комментирует поступок известного дрессировщика, осуждая не только его, но и существующую практику использования диких зверей для развлечения публики в цирке. Креативным моментом здесь является расширение темы. Сокращение дистанции в общении с читателями достигается путём использования сниженной лексики и фразеологии. Читатели поддерживают блогера:

*letnee\_utro\_o: Как владелец двух котов и собаки, всю жизнь державшая животных, подпишусь под каждым словом. Призываю не посещать ни цирки с животными, ни зоопарки.*

*anna\_petrovna: Один раз была в цирке. Больше туда ни ногой. Думала буду смотреть на гимнастов и клоунов, а пришлось смотреть на садистов. На арене ужас, в вестибюле дети фотографируются с полубомбочными зверями. Вот что нужно сделать с рысью, с диким животным, чтобы она сидела спокойно рядом с ребенком, который дубасит ее по голове? [44]*

Комментаторы выражают солидарность с позицией автора сетевого дневника.

К числу новых жанров сетевого дискурса относятся произведения с отчётливо выраженной юмористической (и шире – комической) интенцией. Почему сетевой дискурс насыщен юмором и характеризуется неформальной тональностью общения? Заслужива-

ет внимание мысль, что уменьшается территория так называемых «третьих мест», противопоставленных двум базовым локусам «работа / школа» и «дом». В качестве примера таких третьих мест приводятся кафе, пабы, прилегающие к жилищам улицы (street corners), где люди легко находят общий язык с равными и поддерживают карнавално-весёлый стиль общения, и это место в наши дни замещается пространством социальных сетей [46]. На мой взгляд, это интересное замечание требует уточнения: у аристократов таким «третьим местом» в англоязычном мире являются клубы, у представителей социальных низов улица остаётся их личным приватным пространством, но у тех, кто относится к среднему классу, территория раскрепощения действительно сокращается, и при этом доля тех, кто относит себя к этой весьма многочисленной группе, увеличивается. Социальные сети в таком случае представляют собой площадку для самовыражения этой части населения.

Одним из юмористических жанров сетевого общения являются пирожки (включая их разновидности – порошки и полупирожки), написанные четырёхстопным ямбом рифмованные или нерифмованные смешные жизненные наблюдения в виде четверостиший (двустийший в случае полупирожек), обычно без знаков препинания и прописных букв. Этот жанр появился недавно, известно даже имя его изобретателя – Владислав Рихтер, активный участник «Живого журнала». Этот жанр рассматривался в лингвистике [24]. Приведём примеры таких произведений (примеры взяты на портале «Поэторий», *poetory.ru*):

*илья старается скорее  
уравновесить зло добром  
увидел парни бьют мальчишку  
красиво рядом станцевал (carim-  
abdul) [25].*

Приведённый текст представляет собой повествование, в котором выделяются общий посыл, выражающий жизненную установку, за ним следует конкретная ситуация, подразумевающая определённый поступок (по логике, за мальчишку надо было заступиться), и завершает этот нарратив описание абсурдного действия, интертекстуально связанного с известным тезисом Ф.М. Достоевского «Красота спасёт мир». Этот тезис иронически осмысливается в общем контексте данной миниатюры: критически оцениваются те, кто дискредитирует это кредо. Такое неожиданное освещение проблемы, несомненно, представляет собой креативное решение вопроса.

*входя в автобус не стесняйся  
садись на лучшие места  
в россии все немножко дети  
и каждый в чём-то инвалид (suppos-  
edly-me) [25].*

В цитируемом четверостишии начальные строки эпатажно противоречат общим правилам поведения в транспорте и напоминают известные «Вредные советы», автор которых Г. Остер старается сделать назидания действенными, отталкиваясь от их полной противоположности. В транспорте требуется уступать места инвалидам, пожилым людям, пассажирам с детьми и беременным женщинам. Две заключительные строки прямо соотносятся с этим требованием, доводя его до абсурда. Автор упрекает наших современников в инфантильности и ущербности, показательны уточнения

«немножко» и «в чем-то». Избранный автором способ выражения такой критики является неожиданным, вызывает улыбку и свидетельствует о креативном подходе к обсуждению этических проблем.

Аналогичным образом построены и полупирожки:

*здесь трудно что-либо исправить  
но есть возможность доломать (bazzlan) [25].*

Эта миниатюра содержит неожиданный вывод из ситуации, соотносится с известным оценочным суждением «Ломать – не строить», выражающим критику тех, кто портит что-либо. В неожиданном свете проявляется насмешка над нравоучительным призывом воздерживаться от причинения вреда: показано, что те, кто что-то ломает, получают от этого удовольствие.

*обидеть таню может каждый  
не каждый может убежать (SerRomich) [25].*

Неожиданное следствие превращает исходную посылку в смешной парадокс: создаётся впечатление, что девочка, которую каждый может обидеть, нуждается в защите – оно основано на аллюзии к известному четверостишию Агнии Барто «Наша Таня громко плачет: уронила в речку мячик. – Тише, Танечка, не плачь: Не утонет в речке мяч». Вторая строка полупирожка карнавально переворачивает всю ситуацию: оказывается, эта девочка вполне может за себя постоять и наказать обидчика. Такой поворот темы вызывает улыбку и безусловно свидетельствует о креативном взгляде на мир. Тема цитируемого детского текста получает неожиданное развитие в следующем четверостишии в жанре «пошок»:

*мячей резиновых эскадры  
неслись гонимые невой  
не так был страшен облик тани  
как вой (bublik) [25]*

Маленькая девочка превращается в монстра, исторгающего жуткий вой, но мы улыбаемся, вспоминая исходный текст.

Креативная изюминка пирожка состоит в его непредсказуемости:

*я не из типов что как слизи  
прилипли к жёнам и домам  
я вольный волк бунтарь по жизни  
да мам? (арчи бальч) [25]*

Лирический герой, называющий себя бунтарём и вольным волком, на самом деле оказывается маленьким мальчиком, который прячется за маму, и это вызывает улыбку.

Эти и многие другие миниатюры представляют собой парадоксальные наблюдения над ситуациями и характерами, их внешняя элегическая тональность уравнивается комической (юмористической или иронической) оценкой ситуации. Заметим, что эти тексты подписаны интернет-именами, никами, и при перепостах ники обычно исчезают, что свидетельствует о высшем уровне признания этих произведений широким кругом читателей, поскольку анонимность есть знак коллективной идентичности. Сочетание элегии и юмора – стандартный приём достижения комического эффекта, креативная новизна подобных текстов состоит в выборе объектов, аллюзиях и парадоксальных заключениях, не совпадающих с содержанием предшествующей информации.

Новым жанром сетевого дискурса являются демотиваторы – поликодовые произведения, построенные на контрасте изображения и подписи.

Обычно изображение представляет собой плакат, т. е. образ с призывом совершить какое-либо действие или занять определённую позицию, иначе говоря, иконический компонент этого текстотипа является мотиватором, но подпись радикально противоречит изображению, обычно в ироническом ключе, и тем самым высмеивает то, что изображено на плакате.

Например, на картинке изображена современная двустворчатая стеклянная дверь с пластиковыми ручками, за которой видна кирпичная кладка стены. Подпись: «*Мы открылись. Но не совсем*». Изображение абсурдно, эта дверь никуда не ведёт. Фраза «*Мы открылись*» используется при открытии нового магазина, ресторана или подобного заведения. Уточнение к этой фразе показывает, что никакого открытия нет и не будет. Демотиватор приобретает символический смысл. Автору удалось найти нестандартный образ для иллюстрации идеи имитации новизны в жизни.

На другом демотиваторе изображены покрытые инеем зелёные деревья. Подпись «*Июбрь*». Мы понимаем, что летом температура внезапно понизилась до зимних отметок. Окказиональное слово «*июбрь*» представляет собой телескопическую комбинацию названий месяцев «июнь» и «декабрь». Необычная игра слов свидетельствует о креативном видении мира.

Занятой представляется комбинация кадра из мультфильма о заколдованной спящей красавице, над которой склонился нашедший её принц, с подписью «*Куда делись деньги с карты? И не притворяйся, что спишь*». Этот демотиватор иллюстрирует стилистический приём «батос», состоящий в

резком понижении стиля. Использование этого приёма обычно рассчитано на достижение смехового эффекта. Получается, что принц искал возлюбленную для того, чтобы узнать о пропаже денег. Понятно, что если у этих персонажей общая дебетовая карточка, то перед нами сюжет о жене, растратившей все семейные средства.

Встречаются демотиваторы, построенные на чёрном юморе. На картинке изображена женщина в медицинском халате с большим молотком в руке. Подпись: «*Анестезиолога вызывали?*». Анестезиолога обычно приглашают перед хирургической операцией для проведения её обезболивающего этапа. Как правило, это укол. Удар молотком по голове лишает сознания, но может привести и к гибели.

Подведём основные итоги.

В сетевом дискурсе – общении в электронных социальных сетях – выделяется сложное жанровое образование – креатив, представляющий собой текстотип, порождаемый интенцией художественного и / или публицистического самовыражения и отличающийся новизной подачи материала и оценки реальности. Технические возможности компьютерно опосредованного общения, демократизация коммуникативного поведения, возрастание значимости игрового мировосприятия и ювенилизация самопредставления ярко отражаются в новых жанрах сетевого дискурса с маркированной креативностью – блогах (сетевых дневниках), пирожках (смешных поэтически оформленных жизненных наблюдениях) и демотиваторах (полицодовых текстах с изображением и подписью к нему, содержащей ироническую оценку картинки). Важнейшие особенно-

сти креативов состоят в подчёркнутой авторской позиции комментаторов, высокой степени интертекстуальности сообщений и создании коммуникатив-

ных сообществ, объединённых сходным мировосприятием.

Статья поступила в редакцию 04.10.2018

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Алейников А.Г. Креативная лингвистика (обоснование, проблемы и перспективы) // Языковое сознание: стереотипы и творчество. М.: Институт языкознания АН СССР, 1988. С. 77–89.
2. Бабина Л.В. Производные слова как реализация творческого начала человека в языке // Когнитивные исследования языка. Вып. XXVIII. Антропоцентрический характер языка: колл. монография / отв. ред. С.Г. Виноградова. М., Тамбов, 2017. С. 107–124.
3. Бабитова Л.В. Языковые средства репрезентации американского политического блог-дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2017. 24 с.
4. Борботько В.Г. Общая теория дискурса (принципы формирования и смыслопорождения): автореф. дис. ... док. филол. наук. Краснодар, 1998. 48 с.
5. Вепрева И.Т. Креатив *креатива*, или о функционировании лексемы *креатив* в современном русском языке // Лингвистика креатива-1: колл. монография / под общ. ред. Т.А. Гридиной. 2-е изд. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2013. С. 112–123.
6. Галичкина Е.Н. Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство: монография. Волгоград: Парадигма, 2012. 322 с.
7. Гермашева Т.М. Языковая личность субъекта блог-дискурса: лингвокогнитивный аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2011. 21 с.
8. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта // Психология мышления / под ред. А.М. Матюшкина. М.: Прогресс, 1965. С. 433–456.
9. Горшкова Е.И. Блог как вид интернет-коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2013. 22 с.
10. Дементьев В.В. Аксиологическая генристика: аспекты проблемы «оценка и жанр» // Жанры речи. 2016. № 2. С. 9–24.
11. Дементьев В.В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 600 с.
12. Демьянков В.З. Творческое и рутинное употребление эпитетов красоты: Атрактивы // Творчество вне традиционных классификаций гуманитарных наук: материалы конференции, Москва, 25–27 января 2008 г. / под ред. Ю.С. Степанова, В.В. Фещенко. М., Калуга: ИП Кошелев А.Б., 2008. С. 219–235.
13. Демьянков В.З. Языковая креативность в художественном творчестве // Труды института русского языка имени В.В. Виноградова. Григорьевские чтения. 2016. Т. 7. № 7. С. 29–35.
14. Демьянков В.З. Языковое творчество и речевая креативность // Язык как медиатор между знанием и искусством: сборник докладов Международного научного семинара «Проблемы междисциплинарных исследований художественного текста». М.: Азбуковник, 2009. С. 11–19.
15. Ирисханова О.К. О понятии креативности и его роли в метаязыке лингвистических описаний // Когнитивные исследования языка. Вып. V: Исследование познавательных процессов в языке / гл. ред. Е.С. Кубрякова. М.: Институт языкознания РАН, Тамбов: Издательский дом ТГУ имени Г.Р. Державина, 2009. С. 157–171.
16. Иссерс О.С. Лингвокогнитивные игры в пространстве интернета: от смешного до серьезного // Лингвистика креатива-2: колл. монография / под ред. Т.А. Гриди-

- ной. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2012. С. 101–120.
17. Карцевский С.О. Об асимметричном дуализме лингвистического знака // Звегинцев В.А. История языкознания XIX–XX веков в очерках и извлечениях. Ч. 2. М.: Прогресс, 1965. С. 85–90.
  18. Касьянова Н.В. Лингвокультурологические особенности корпоративного блога как жанра интернет-коммуникации (на материале английского и русского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2015. 22 с.
  19. Луговина О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград: Перемена, 2009. 477 с.
  20. Маклюен М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. М.: Жуковский, Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.
  21. Минюрова С.А. Человек креативный и/или инновационный? // Лингвистика креатива-1: колл. монография / под общ. ред. Т.А. Гридиной. 2-е изд. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2013. С. 59–77.
  22. Морослин П.В. Лингвокультурологические основы теории функционирования Рунета в пространстве межкультурной коммуникации: автореф. дис. ... док. филол. наук. М., 2010. 42 с.
  23. Морослин П.В. Структурно-семантические параметры веб-блогов как особого речевого жанра // Вестник Тамбовского государственного университета. 2009. Вып. 12 (80). С. 332–337.
  24. Петренко С.Н. Жанровые модели постфольклора в русской постмодернистской литературе последней четверти XX–начала XXI века: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2017. 26 с.
  25. Поэтотрий [Электронный ресурс]. URL: [www.poetory.ru](http://www.poetory.ru) (дата обращения: 30.09.2018).
  26. Ремчукова Е.Н. Массовый лингвокреатив: преодоление стандарта // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2013. № 2. С. 83–89.
  27. Рогачева Н.Б. Структура и функционирование вторичных речевых жанров интернет-коммуникации (на материале русского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2011. 23 с.
  28. Стеклова Т.И. Улыбнуло: языковое творчество или безграмотность? // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. 2018. № 2. С. 418–430.
  29. Степанов Ю.С. Асимптота – это стиль творчества // Творчество вне традиционных классификаций гуманитарных наук: материалы конференции. М., Калуга: ИП Кошелев А.Д., 2008. С. 131–136.
  30. Усачева О.Ю. О построении моделей жанров интернет-коммуникации // Русский язык: исторические судьбы и современность: IV Международный конгресс исследователей русского языка, Москва, 20–23 марта 2010 г.: труды и материалы. М.: Издательство Московского университета, 2010. С. 790–791.
  31. Фещенко В.В. Семиотика творчества и лингвистика креативности // Общественные науки и современность. 2008. № 6. С. 143–150.
  32. Фещенко В.В., Коваль О.В. Сотворение знака: очерки о лингвоэстетике и семиотике искусства. М.: Языки славянской культуры, 2014. 640 с.
  33. Черкасова Н.В. Лингвокультурологические характеристики блога как жанра интернет-коммуникации // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. 2012. Вып. 63. № 5(259). С. 164–168.

34. Шипицина Л.Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации: монография. Архангельск: Поморский университет, 2009. 238 с.
35. Barnes S.B. Computer-Mediated Communication: Human-to-Human Communication Across the Internet. Boston: Allyn and Bacon, 2003. 347 p.
36. Blood R. Weblogs: A History and Perspective [Электронный ресурс] // Rebecca's Pocket: [сайт]. URL: [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html) (дата обращения: 30.09.2018).
37. Carter R. Common language: Corpus, creativity and cognition // Language and Literature. 1999. Vol. 8. Iss. 3. P. 195–216.
38. Carter R. Language and Creativity. The Art of Common Talk. London: Routledge, 2004. 255 p.
39. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 316 p.
40. Deumert A. The performance of a ludic self on social network(ing) sites // The Language of Social Media: Identity and Community on the Internet / ed. P. Seargeant, C. Tagg. New York: Palgrave Macmillan, 2014. P. 23–45.
41. Jones R.H. Discourse and creativity // Discourse and creativity / ed. R.H. Jones. London: Routledge, 2012. P. 1–13.
42. Maybin J., Swann J. Everyday Creativity in Language: Textuality, Contextuality, and Critique // Applied Linguistics. Oxford University Press. 2007. Vol. 28. Iss. 4. P. 497–517.
43. МІЗСН (Чернышев Д.). Люди, политые корректностью [Электронный ресурс] // LiveJournal: [сайт]. URL: <https://mi3ch.livejournal.com/4272876.html> (дата обращения: 30.09.2018).
44. miss\_tramell (Лена Миро). «Озлобленные идиоты» [Электронный ресурс] // LiveJournal: [сайт]. URL: <https://miss-tramell.livejournal.com/1630001.html> (дата обращения: 30.09.2018).
45. Rushkoff D. Media virus!: Hidden agendas in popular culture. New York: Ballantine Books, 1996. 368 p.
46. Soukup C. Computer-mediated communication as a virtual third place: Building Oldenburg's Great Good Places on the World Wide Web // New Media & Society. 2006. Vol. 8. Iss. 3. P. 421–440.
47. Sternberg R.J. The nature of creativity // Creativity Research Journal. 2006. Vol. 18. Iss. 1. P. 87–98.
48. Sternberg R.J., Kaufman J.C., Pretz J.E. The propulsion model of creative contributions applied to the arts and letters // Journal of Creative Behavior. 2001. Vol. 35. Iss. 2. P. 75–101.
49. The Cambridge Handbook of Creativity / ed. J.C. Kaufman, R.J. Sternberg. New York: Cambridge University Press, 2010. 508 p.
50. Zaller J.R. The Nature and origins of mass opinion. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. 381 p.

#### REFERENCES

1. Aleinikov A.G. [Creative linguistics (rationale, problems and perspectives)]. In: *Yazykovoe soznanie: stereotypy i tvorchestvo* [Language consciousness: stereotypes and creativity]. Moscow, Institut yazykoznaniya AN SSSR Publ., 1988, pp. 77–89.
2. Babina L.V. [Derivative words as the realization of creativity of human language]. In: Vinogradova S.G., chief ed. *Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. XXVIII. Antropotsentricheskii kharakter yazyka* [Cognitive studies of language. Iss. XXVIII. Anthropocentric nature of language]. Moscow, Tambov Publ., 2017, pp. 107–124.
3. Babitova L.V. *Yazykovye sredstva reprezentatsii amerikanskogo politicheskogo blog-diskursa:*

- avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Language means of representation of the American political blog discourse: abstract of PhD thesis in Philological Sciences]. Pyatigorsk, 2017. 24 p.
4. Borbot'ko V.G. *Obshchaya teoriya diskursa (printsipy formirovaniya i smysloporozhdeniya): avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk* [General theory of discourse (principles of formation and sense-generation): abstract of D. thesis in Philological Sciences]. Krasnodar, 1998. 48 p.
  5. Vepreva I.T. [Creativity of “creativity”, or on the functioning of the lexeme creativity in the modern Russian language]. In: *Lingvistika kreativa-1* [Linguistics creativity-1]. Ekaterinburg, Ural State Pedagogical University Publ., 2013, pp. 112–123.
  6. Galichkina E.N. *Komp'yuternaya kommunikatsiya: lingvisticheskiy status, znakovye sredstva, zhanrovoe prostranstvo* [Computer communication: linguistic status, symbolic means, genre space]. Volgograd, Paradigma Publ., 2012. 322 p.
  7. Germasheva T.M. *Yazykovaya lichnost' sub"ekta blog-diskursa: lingvokognitivnyi aspekt: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Language personality of the subject of the blog discourse: linguistic and cognitive aspect: abstract of PhD thesis in Philological Sciences]. Nalchik, 2011. 21 p.
  8. Gilford G. [Three sides of the intellect]. In: Matyushkin A.M., ed. *Psikhologiya myshleniya* [Psychology of thinking]. Moscow, Progress Publ., 1965, pp. 433–456.
  9. Gorshkova E.I. *Blog kak vid internet-kommunikatsii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Blog as a form of online communication: abstract of PhD thesis in Philological Sciences]. St. Petersburg, 2013. 22 p.
  10. Dement'ev V.V. [Axiological genristics: aspects of the problem “assessment and genre”]. In: *Zhanry rechi* [Speech genres], 2016, no. 2, pp. 9–24.
  11. Dement'ev V.V. *Teoriya rechevykh zhanrov* [The theory of speech genres]. Moscow, Znack Publ., 2010. 600 p.
  12. Dem'yankov V.Z. [The creative and the routine use of epithets of beauty: Attractive]. In: Stepanov Yu.S., Feshchenko V.V., ed. *Tvorchestvo vne traditsionnykh klassifikatsii gumanitarnykh nauk: materialy konferentsii, Moskva, 25–27 yanvarya 2008 g.* [Creativity beyond the traditional classifications of the Humanities: materials of the conference, Moscow, January 25–27, 2008]. Moscow–Kaluga: IP Koshelev A.B., 2008, pp. 219–235.
  13. Dem'yankov V.Z. [Linguistic creativity in art text]. In: *Trudy instituta russkogo yazyka imeni V.V. Vinogradova. Grigor'evskie chteniya* [Proceedings of the Institute of Russian Language named after V.V. Vinogradov. Grigoriev readings], 2016, Vol. 7, no. 7, pp. 29–35.
  14. Dem'yankov V.Z. [Linguistic creativity and verbal creativity]. In: *Yazyk kak mediator mezhdu znaniem i iskusstvom: sbornik dokladov Mezhdunarodnogo nauchnogo seminara “Problemy mezhdistsiplinarnykh issledovaniy khudozhestvennogo teksta” (Institut russkogo yazyka imeni V.V. Vinogradova RAN)* [Language as a mediator between knowledge and art: a Collection of papers of International scientific seminar “Problems of interdisciplinary studies of the artistic text”]. Moscow, Azbukovnik Publ., 2009, pp. 11–19.
  15. Irskhanova O.K. [The concept of creativity and its role in the meta-language of linguistic descriptions]. In: Kubryakova E.S., ed. *Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. V. Issledovanie poznavatelnykh processov v yazyke* [Cognitive studies of language. Vol. V. The study of cognitive processes in the language]. Moscow, Institute of Linguistics RAS Publ., Tambov, Publishing house of Tambov State University named after G.R. Derzhavin, 2009, pp. 157–171.
  16. Issers O.S. [Linguistic and cognitive games in the space of Internet, from funny to serious]. In: Gridina T.A., ed. *Lingvistika kreativa-2* [Linguistics creativity-2]. Ekaterinburg, Ural State Pedagogical University Publ., 2012, pp. 101–120.
  17. Kartsevskii S.O. [On the asymmetric dualism of the linguistic sign]. In: Zvegintsev V.A. *Istoriya yazykoznaneya XIX–XX vekov v ocherkakh i izvlecheniyakh. Ch. 2* [History of linguistics

- tics of the XIX–XX centuries in essays and extracts. Part 2]. Moscow, Progress Publ., 1965. pp. 85–90.
18. Kas'yanova N.V. *Lingvokul'turologicheskie osobennosti korporativnogo bloga kak zhanra internet-kommunikatsii (na materiale angliiskogo i russkogo yazykov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Linguistic and cultural features of a corporate blog as a genre of Internet communication (in English and Russian language): abstract of PhD thesis in Philological Sciences]. Maykop, 2015. 22 p.
  19. Lutovinova O.V. *Lingvokul'turologicheskie kharakteristiki virtual'nogo diskursa* [Lingvocultural characteristics of virtual discourse]. Volgograd, Peremena Publ., 2009. 477 p.
  20. Maklyuen M. *Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: External expansion of person]. Moscow, Zhukovskii, Kanon-Press-TS, Kuchkovo pole Publ., 2003. 464 p.
  21. Minyurova S.A. [The person is creative and/or innovative?]. In: Gridina T.A., ed. *Lingvistika kreativa-1* [Linguistics creativity-1]. Ekaterinburg, Ural State Pedagogical University Publ., 2013, pp. 59–77.
  22. Moroslin P.V. *Lingvokul'turologicheskie osnovy teorii funktsionirovaniya Runeta v prostranstve mezhkul'turnoi kommunikatsii: avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk* [Linguistic and cultural foundations of the theory of the functioning of the Runet in the space of intercultural communication: abstract of D. thesis in Philological Sciences]. Moscow, 2010. 42 p.
  23. Moroslin P.V. [Structural-semantic parameters of the web blogs as a particular speech genre]. In: *Vestnik Tambovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Tambov University Review], 2009, no. 12 (80), pp. 332–337.
  24. Petrenko S.N. *Zhanrovye modeli postfol'klora v russkoi postmodernistskoi literature poslednei chetverti XX–nachala XXI veka: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Genre models of post-folklore in Russian postmodern literature of the last quarter of the 20th – beginning of the 21st century: abstract of PhD thesis in Philological Sciences]. Volgograd, 2017. 26 p.
  25. *Poetorii* [Poetry]. Available at: [www.poetory.ru](http://www.poetory.ru) (accessed: 30.09.2018).
  26. Remchukova E.N. [Mass linguo-creative: overcoming the standard]. In: *Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika* [RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics], 2013, no. 2, pp. 83–89.
  27. Rogacheva N.B. *Struktura i funktsionirovanie vtorichnykh rechevykh zhanrov internet-kommunikatsii (na materiale russkogo i angliiskogo yazykov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [The structure and functioning of secondary speech genres of Internet communication (on the material of Russian and English languages): abstract of PhD thesis in Philological Sciences]. Saratov, 2011. 23 p.
  28. Steksova T.I. [Smile: language creativity or illiteracy?]. In: *Ural'skii filologicheskii vestnik. Seriya: Yazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa* [Ural Journal of Philology. Series: Language. System. Personality: creative linguistics], 2018, no. 2, pp. 418–430.
  29. Stepanov Yu.S. [Asymptote – it's a style of creativity]. In: *Tvorchestvo vne traditsionnykh klassifikatsii gumanitarnykh nauk: materialy konferentsii* [Creativity beyond the traditional classifications of the Humanities: materials of the conference]. Moscow, Kaluga, IP Koshel'ev A.D. Publ. (Publishing house “Eidos”), 2008, pp. 131–136.
  30. Usacheva O.Yu. [On the construction of models of the genres of Internet communication]. In: *Russkii yazyk: istoricheskie sud'by i sovremennost': IV Mezhdunarodnyi kongress issledovatelei russkogo yazyka (Moskva, MGU imeni M.V. Lomonosova, filologicheskii fakul'tet, 20–23 marta 2010 g.): Trudy i materialy* [Russian language: its historical destiny and present state: IV international Congress of researchers of Russian language, Moscow, 20–23 March 2010): studies and materials]. Moscow, Moscow University Publ., 2010, pp. 790–791.

31. Feshchenko V.V. [Semiotics of creativity and linguistics of creativity]. In: *Obshchestvennyye nauki i sovremenost'* [Social Sciences and Contemporary World], 2008, no. 6, pp. 143–150.
32. Feshchenko V.V., Koval' O.V. *Sotvorenie znaka: ocherki o lingvoestetike i semiotike iskusstva* [The creation of the sign: Essays on Lingua Aesthetics and Semiotics of Art.]. Moscow, Yazyki slavyanskoi kul'tury Publ., 2014. 640 p.
33. Cherkasova N.V. [Linguistic and cultural characteristics of the blog as a genre of Internet communication]. In: *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Iskusstvovedenie* [Bulletin of Chelyabinsk State University. Series: Philology. Art history], 2012, no. 5(259), iss. 63, pp. 164–168.
34. Shchipitsina L.Yu. *Zhanry komp'yuterno-oposredovannoi kommunikatsii* [Genres of computer-mediated communication]. Arkhangelsk, Pomor University Publ., 2009. 238 p.
35. Barnes S.B. *Computer-Mediated Communication: Human-to-Human Communication Across the Internet*. Boston, Allyn and Bacon Publ., 2003. 347 p.
36. Blood R. *Weblogs: A History and Perspective*. In: *Rebecca's Pocket*. Available at: [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html) (accessed: 30.09.2018).
37. Carter R. *Common language: Corpus, creativity and cognition*. In: *Language and Literature*, 1999, vol. 8, iss. 3, pp. 195–216.
38. Carter R. *Language and Creativity. The Art of Common Talk*. London, Routledge Publ., 2004. 255 p.
39. Crystal D. *Language and the Internet*. Cambridge, Cambridge University Press Publ., 2001. 316 p.
40. Deumert A. *The performance of a ludic self on social network(ing) sites*. In: Seargean P., Tagg C., ed. *The Language of Social Media: Identity and Community on the Internet*. New York, Palgrave Macmillan Publ., 2014, pp. 23–45.
41. Jones R.H. *Discourse and creativity*. In: Jones R.H., ed. *Discourse and creativity*. London, Routledge Publ., 2012. pp. 1–13.
42. Maybin J., Swann J. *Everyday Creativity in Language: Textuality, Contextuality, and Critique*. In: *Applied Linguistics*. Oxford University Press Publ., 2007, vol. 28, iss. 4, pp. 497–517.
43. MI3CH (Chernyshev D.) *People covered by correctness*. In: *LiveJournal*. Available at: <https://mi3ch.livejournal.com/4272876.html> (accessed: 30.09.2018).
44. miss\_tramell (Lena Miro). *Embittered idiots*. In: *LiveJournal*. Available at: <https://miss-tramell.livejournal.com/1630001.html> (accessed: 30.09.2018).
45. Rushkoff D. *Media virus!: Hidden agendas in popular culture*. New York, Ballantine Books Publ., 1996. 368 p.
46. Soukup C. *Computer-mediated communication as a virtual third place: Building Oldenburg's Great Good Places on the World Wide Web*. In: *New Media & Society*, 2006, vol. 8, iss. 3, pp. 421–440.
47. Sternberg R.J. *The nature of creativity*. In: *Creativity Research Journal*, 2006, vol. 18, iss. 1, pp. 87–98.
48. Sternberg R.J., Kaufman J.C., Pretz J.E. *The propulsion model of creative contributions applied to the arts and letters*. In: *Journal of Creative Behavior*, 2001, vol. 35, iss. 2, pp. 75–101.
49. Kaufman J.C., Sternberg R.J., ed. *The Cambridge Handbook of Creativity*. New York, Cambridge University Press Publ., 2010. 508 p.
50. Zaller J.R. *The Nature and origins of mass opinion*. Cambridge, Cambridge University Press Publ., 1992. 381 p.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ**

*Карасик Владимир Ильич* – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры общего и русского языкознания Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина, профессор Тяньцзиньского университета иностранных языков;  
e-mail: vkarasik@yandex.ru

**INFORMATION ABOUT THE AUTHOR**

*Vladimir I. Karasik* – Doctor in Philology, professor at the Department of General and Russian Linguistics, Pushkin State Russian Language Institute, professor, Tianjin Foreign Studies University;  
e-mail: vkarasik@yandex.ru

**ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ**

Карасик В.И. Креативы в сетевом дискурсе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2018. № 5. С. 29–44.  
DOI: 10.18384/2310-712X-2018-5-29-44

**FOR CITATION**

Karasik V.I. Creatives in Network Discourse. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2018, no. 5, pp. 29–44.  
DOI: 10.18384/2310-712X-2018-5-29-44