

УДК 81'27-026.15:[654.197:070-051]

## ФОРМУВАННЯ ЛІНГВОКРЕАТИВНОСТІ В МОВЛЕННІ МАЙБУТНІХ ТЕЛЕЖУРНАЛІСТІВ

**Наталія Михайличенко**

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна  
e-mail: [myhajlychenko@ukr.net](mailto:myhajlychenko@ukr.net)*

У статті розглянуто сутність понять креативність, лінгвокреативність. Зосереджено увагу на проблемах формування лінгвокреативності майбутніх тележурналістів, методах розвитку креативності та лінгвокреативності, наведено приклади лінгвокреативності в телевізійних журналістських текстах.

*Ключові слова:* креативність, лінгвокреативність, тележурналіст, мовна особистість.

Сьогочасні суспільні та науково-технічні трансформації вимагають від людини творчої адаптації. Тому актуальна проблема формування креативної особистості, що передбачає готовність до саморозвитку, відповідальність за власне життя, вдосконалення у професійній діяльності, творення себе, подолання щоденних проблем. Суспільству потрібне покоління людей з новим типом мислення та мовлення. Для функціонування в соціумі потрібні вміння: критичне мислення, гнучкість і адаптивність, ініціатива та рішучість, продуктивність, лідерські вміння і відповідальність, креативність та інноваційність.

У процесі швидких суспільних та науково-технічних змін простежуємо й мовні реформації, зокрема стрімкий розвиток вербальної творчості та свободи, зумовлений формуванням нового образу мовної особистості. Зважаючи на такі зміни, поширення набуло слово креативний, за допомогою якого утворюють нові мовні контексти та терміни. Деякі з них можна почути (прочитати) щодня: *креативний підхід до ситуації (навчання, проблеми), креативний текст, креативні рішення, креативний керівник, креативна ідея, креативна людина, креативне мислення, креативна функція мови, креатив, лінгвокреативність, креативний клас, український креативний клас, креативне середовище, креативне місто.*

Сучасний читач / слухач (мовець) зорієнтований на креативні тексти, оригінальні думки авторів, вільний від суспільних табу погляд на явища та події. Тому дослідження нового (сучасного) типу мовної особистості пов'язане з поняттями креативності та лінгвокреативності.

У дослідженнях із психології репрезентовано значну кількість визначень поняття креативність. Креативність особистості розуміють передусім як здатність породжувати незвичайні ідеї, відмовлятися від традиційних схем мислення, оператив-

но реагувати на непередбачувані ситуації та швидко вирішувати проблеми [2, с. 8]. У сучасному тлумачному психологічному словнику подано таке визначення креативності: це творчі можливості (здібності) людини, які можуть проявлятися в мисленні, почуттях, спілкуванні, окремих видах діяльності; це здатність породжувати множинність різноманітних оригінальних ідей у нерегламентованих умовах діяльності. У вузькому значенні креативність розглядають як дивергентне мислення, диференційною ознакою якого є різноспрямованість і варіативність пошуку різних однаково правильних рішень стосовно однієї ситуації [10, с. 225]. Існує дві наукові концепції дослідження креативності: концепція дослідження креативності як універсальної пізнавальної творчої здібності (Джо Гілфорд, Еліс Торренс, Сара Меднік) та концепція з позиції своєрідності особистісних особливостей креативів (Абрагам Маслоу, Френк Баррон, Діана Богоявленська). Зважаючи на ці дві концепції, розглядаємо креативність як системне психічне утворення, що охоплює не лише інтелектуальний потенціал, а й емоції, мотивацію, рівень естетичного розвитку, екзистенційні, комунікативні параметри, компетентність особистості. Вважаємо, що в пострадянському суспільстві «народжується» українська креативна людина, толерантна до багатьох речей, які не сприймають консерватори, але при цьому не толерантна до корупції. Погоджуємось із думкою В. Поліщука, що такій людині не цікаво «мати», «отримати на лапу», а їй цікавіше «бути», «бути творцем» [6]. Адже, як узагальнюють дослідження, успішність міст у наші часи залежить не від класичних економічних показників, а від наявності критичної маси людей, які сповідують певні цінності, зокрема самореалізацію, свободу думки, слова і творчості, взаємодопомогу та толерантність до іншості [6]. На обкладинці одного з останніх вересневих номерів журналу «Країна» читаємо: «Український креативний клас має повстати». Саме людину з такими цінностями має на увазі автор статті.

Важливим складником креативної особистості є й певні особливості її мовлення. Мовознавці виокремлюють сьогодні, окрім низки основних функцій мови, особливу креативну функцію, коли мовні сутності виявляються первинними щодо сутностей позамовних (явищ об'єктивної дійсності). У лінгвістиці креативу сформувався уявлення про креативну функцію мови, в основі якої лінгвокреативне мислення, що спонукає індивіда до якісно нового використання потенціалу мовних одиниць.

Інтерес лінгвістів до вивчення лінгвокреативності зумовлений поглядом на мовотворчість як сприятливе підґрунтя для оказіонального словотворення, а також спробою з'ясування контекстів та способів найпотужнішої реалізації лінгвокреативного потенціалу мовців [2, с. 9].

Термін «лінгвокреативний» уперше вжив у своїх роботах Б. Серебрянников, який пов'язував лінгвокреативне мислення з мовотворчою функцією словотвору [7, с. 11]. Пізніше цей термін отримав поширення через праці В. Звягінцева [4], М. Алейфренка [1]. С. Воропай розглядає лінгвокреативність як можливості творчо трансформувати наявний мовний матеріал задля задоволення конкретної комунікативної мети. Лінгвокреативність мовця проявляється через певні мовні засоби, що культивують мисленнево-мовленнєву свободу сучасних людей, збагачують їхні знання, розвивають уподобання, розширюють наявні асоціації та сприяють інтелектуалізації суспільства [2, с. 3].

Значні прояви креативності спостерігаємо в сучасному українськомовному медійному дискурсі. Помітно розширюється запас мовних засобів, що забезпечують організацію журналістського тексту. Автори медіатекстів використовують такі засоби вираження, що задовольняють не лише інформаційну, але й емоційно-експресивну насиченість тексту [8]. Виразними можливостями лінгвокреативних засобів у сучасних медійних текстах є не лише комічні, зумовлені створенням комічного ефекту зі стилістичною метою, а й ті, що мають естетичний ефект і привертають увагу до мовної форми.

Використання лексичного потенціалу в мас-медійному дискурсі набуває сьогодні можливостей вираження настроїв та очікувань у зв'язку з актуальними подіями. Мовна гра виражає лінгвокультурні особливості, зумовлені активними процесами інтеграції сучасного інформаційного простору.

Українські науковці відзначають значні зрушення в усному публічному мовленні на початку XXI століття. Зважаючи на це, виокремлюємо основні зміни, що відбуваються в мовленні українців на межі XX–XXI століть. Це зокрема: 1) збільшення варіантних форм. Це зумовлено зміною джерела формування та розвитку літературної мови (раніше таким джерелом вважали художню літературу, а тепер її замінила усна публічна мова, зокрема мова ЗМІ та інтернет-мережі); 2) активізація запозичень, що призводить до звуження сфери вживання окремих питомих одиниць української мови, зокрема вигуків. На жаль, сьогодні в мовленні науковців та журналістів-практиків спостерігаємо тривожну тенденцію до вживання англіцизмів тоді, коли існує український відповідник до поняття (*інклюзивне суспільство, диджиталізація, факт-чекінг* тощо); 3) моделювання прагматичних смислів для граматики категорії оцінки, тобто виникнення нових слів та сполучень слів на позначення оцінки (*страшенно гарний*) [5, с. 54]; 4) лінгвалізація нових соціальних цінностей; 5) підвищення лінгвофемінізації, що стимулює утворення нових лексем на позначення осіб жіночої статі (*блогерка*); 6) актуалізація граматичного значення чоловічого роду – порушення співвіднесеності граматичного роду іменників зі статтю позначуваних осіб, зокрема йдеться про конструкцію «хтось у спідниці» [9]. На наше переконання, останні дві зміни в мовленні українців, свідчать про формування нової особистості жіночої статі в українському суспільстві; 7) виникнення авторських новотворів – оказіоналізмів задля творення комічного ефекту, сатиричного зображення подій та ситуацій, вираження глузування, зневаги, презирства тощо [2, с. 9].

Сучасне телебачення застосовує помітно нові підходи до форм та способів подання новинної інформації. Йдеться й про інтерактивні форми, що створюють ефект присутності та участі глядача (прямі включення та голосування в мережі Facebook – «ТСН»: 24.09.2017), й про створення атмосфери довіри глядача, привернення його уваги за допомогою спеціальних конструкцій (*«Тільки уявіть...»* – «ТСН»: 24.09.2017), й про елементи лінгвокреативності в повідомленні. Помітно, що автори телевізійних журналістських текстів нерідко використовують у своєму мовленні вже наявні мовні засоби для створення нових контекстів, наприклад, іменуючи свої матеріали назвами відомих творів (*«Злочин і кара»* – «ТСН»: 27.05.2017) або у відомі прислів'я з метафоричним значенням вкладаючи новий сенс з прямим значенням (*«Де тонко, там і рветься»* – «24 канал»: 29.05.2017; *«Свого не цураймося і чужого наuczаймося»* – «24 канал»: 29.05.2017). Окрім того, журналісти вдаються до створення комічного ефекту за допомогою обігрування значень слів (*«Фонтан, якого*

не чекали», «Столичний прорив» – «ТСН»: 29.05.2017; «Задом до Москви» – «ТСН»: 27.05.2017; «Янукович офлайн» – «24 канал»: 29.05.2017; «Витверезник для нації» – «ТСН»: 10.09.2017; «Лайливий акомпанемент» – «ТСН»: 24.09.2017), за допомогою алюзій («Троянський миротворчий кінь» – «ТСН»: 10.09.2017), оксиморону («Там, де німі кричать», «німий крик про допомогу» – «ТСН»: 24.09.2017), а також створення авторських неологізмів: («Антипідручник» – «ТСН»: 27.05.2017; «Пірати кіберморя» – «ТСН»: 27.05.2017; «Євробляхарі» – «ТСН»: 10.09.2017; «Розливайка» (той, хто неофіційно продає алкоголь) – «ТСН»: 10.09.2017).

Креативні мовні контексти в сучасних телевізійних новинних матеріалах, очевидно, збуджують цікавість реципієнтів, сприяють порозумінню автора повідомлення та його читача / слухача, формують естетичну форму тексту, а майбутнього журналіста мотивують створювати конкурентоспроможні тексти. Тому студенти-журналісти та студенти різних факультетів вищих навчальних закладів не байдужі до розвитку своєї креативності/лінгвокреативності, розуміючи важливість цього складника в майбутній професійній діяльності. У процесі дискусій між студентами було з'ясовано, що формування креативності особистості зіштовхується з низкою проблем. Наше життя пов'язане з безліччю правил і законів. Частина з них ми виконуємо автоматично і рефлексивно. Шаблонність дій, нудьга від повторюваності та схожості буття вступають у суперечність з даною людині здатністю бути «творцем». Людина намагається вирішити будь-яку суперечність. В автоматизмі дій і буденності життя суперечності вирішуємо шляхом перешкоджання розвитку здатності до творчості, тобто «приглушення» креативності. Тому, щоб розвинути креативність, насамперед потрібно навчитися шукати незвичайні способи застосування звичайних речей. Це дає поштовх для подальшого розвитку. Отже, основними проблемами розвитку креативності як особистісної здатності до творчості є: повсякденність життя людини, суспільні стереотипи, приглушення творчої потреби, типовість системи навчання, заснованої на розповідях, а не на наданні учням можливості отримувати знання через власний досвід. Здатність «креативити», як і пам'ять, увагу, уяву тощо, можна розвивати. Існують практичні вправи для розвитку креативності та лінгвокреативності зокрема. Однією з таких вправ, які ми практикуємо зі студентами, є пошук спільного між двома іменниками з різних галузей, обраними спонтанно. Другою вправою є малювання тварини з якомога більшою кількістю ознак різних інших тварин. Сутність наступної вправи зводиться до створення ескізу будинку з десятьма вимогами – будинок має містити десять наперед обраних різноманітних слів. Ще одна вправа полягає в доборі десяти прикметників, які підходять спонтанно названому іменникові, і десяти прикметників, що йому не підходять. П'ята вправа зосереджена на навчанні створювати назви будь-чого, що привертає нашу увагу, помістивши це попередньо в уявленій картині. Успішно впорались студенти з написанням монофонних текстів (кожне слово цілісного тексту має починатися на таку саму букву). Вправ для розвитку та збагачення мови є значно більше, їх потрібно виконувати щодня. Вони розвивають увагу, уяву, вміння швидко знаходити неординарне застосування повсякденним речам, вміння створювати оригінальні найменування для явищ, понять, подій, збагачують лексичний потенціал мовця, розвивають вміння швидко реагувати, добирати цікаві слова та синтаксичні конструкції в процесі спілкування.

Отже, потреба формування нової української креативної людини на сьогодні зумовлена сьогочасними суспільними трансформаціями. Інтелект, свобода думки, слова, творчості, толерантність до іншості, взаємоповага, взаємодопомога, співіснування, оригінальний погляд на суспільні процеси, вишукане, добірне мовлення – цінності, що сповідує креативна людина. Сьогочасні зміни в усному українськомовному дискурсі, зокрема медійному, потребують нагального вивчення з огляду на те, що мова ЗМІ сьогодні є джерелом розвитку української літературної мови. Фіксація лінгвокреативних феноменів у телевізійних журналістських текстах та бажання майбутніх працівників усномовних професій розвивати креативність, а також розуміння цих процесів свідчать, з одного боку, про активні трансформації в українському суспільстві, з іншого – про формування якісно нового образу мовної особистості, яка по-іншому відображає дійсність.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алефіренко Н.М. Лінгвокреативні процеси формування фразеологічної семантики / Н. М. Алефіренко // Мовознавство. – К., 1988. – №3. – С. 35–41.
2. Воропай С. В. Лінгвістична креативність та її реалізація у мові користувачів соціальних мереж (на прикладі соціальної мережі Фейсбук) / С. В. Воропай // Філологічні трактати. – Т. 8. – № 4. – 2016. – С. 7–13.
3. Горіна Ж. Д. Лінгвокреативність у мовленнєвій репрезентації елітарної мовної особистості / Ж. Д. Горіна // Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка (Педагогічні науки). – 2011. – №15(226). – С. 94–102.
4. Звегинцев В. А. Язык и лингвистическая теория / В. А. Звегинцев. – М., 2001. – 248 с.
5. Космеда Т. А. Актуальні процеси мовлення чи «мовний смак» української сучасності / Т. А. Космеда // Мовознавство. – 2014. – №2. – С. 44–54.
6. Поліщук В. Креативність – не розкіш, а засіб пересування / Валерій Поліщук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: [https://zaxid.net/kreativnist\\_\\_ne\\_gozkish\\_a\\_zasib\\_peresuvannya\\_n1424232](https://zaxid.net/kreativnist__ne_gozkish_a_zasib_peresuvannya_n1424232)
7. Серебрянников Б. А. К проблеме сущности языка / Б. А. Серебрянников // Общее языкознание: формы существования, функции, история языка. – М., 1970. – С. 11–95.
8. Сніховська І. Е. Лінгвокультурні особливості креативних феноменів у англomовному тексті / І. Е. Сніховська [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: [http://eprints.zu.edu.ua/19212/1/Сніховська\\_стаття4.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/19212/1/Сніховська_стаття4.pdf)
9. Халіман О. В. Мовна гра в дискурсі сучасної газети: актуалізація граматичних засобів (на прикладі граматичного значення чоловічого роду) / О. В. Халіман // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Т. 24 (63). – 2011. – №4. – Ч. 1. – С. 199–203.
10. Шапар В. Б. Сучасний тлумачний психологічний словник / В. Б. Шапар. – Х., 2007. – 640 с.

## FORMATION OF LINGUOCREATIVITY IN THE SPEECH OF FUTURE TV JOURNALISTS

**Nataliia Myhailychenko**

*Ivan Franko National University of Lviv*

*Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine*

*e-mail: [myhajlychenko@ukr.net](mailto:myhajlychenko@ukr.net)*

At the beginning of the XXI century in the Ukrainian society, active transformations took place. In the process of rapid social changes, we can also trace language reformation, in particular, the rapid development of verbal creativity and freedom, due to the formation of a new image of the language personality.

Scientific and technological progress requires creative adaptation from society. Formation of a creative person is a preparation for self-development, management of one's own life, improvement in professional activity, the creation of one's own personality. Creativity today as never before should become an aid in overcoming daily problems. The society needs a new generation of people with a new type of thinking and communication.

Despite such changes, today, the word "creative" has become widespread, with the help of which new language contexts and terms are formed.

In the linguistics of creativity, the idea of the creative function of language, based on linguo-creative thinking, has been formed, prompting the individual to use the potential of linguistic units in a brand new way.

The interest of linguists in the study of linguo-creativity is due to several reasons, in particular, the view of linguistic creation as a facilitative ground for occasional word formation, as well as an attempt to find out in what contexts and in what way the linguo-creative potential of the speakers is the most powerful.

Strengthening the formation of creativity is observed in the Ukrainian-language media discourse. The stock of language facilities providing the organization of a journalistic text is expanding noticeably. Authors of media texts use such means of expression that provide not only information but also the emotionally expressive saturation of the text. Among the expressive possibilities of linguo-creative means in modern media texts, we emphasize as dominant not only the comic ones, caused by the creation of a comic effect with a stylistic purpose, but also the aesthetic effect characterized by attracting attention to the linguistic form.

*Key words:* language creativity, creativity, TV journalist.