

Е. П. ИВАНЯН

(Самарский государственный социально-педагогический университет, г. Самара, Россия)

УДК 811.161.1'42

ББК Ш141.12-51

## ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВОЭКОЛОГИИ В СВЕТЕ ЛИНГВИСТИКИ КРЕАТИВА

**Аннотация.** В статье проблемы лингвоэкологии русской речи исследуются в аспекте лингвокреативной деятельности; автор высказывает предположение о том, что лингвоэкология и лингвокреативная деятельность находятся преимущественно в контрадикторных отношениях, поскольку игровая деятельность говорящего основана на игровых нарушениях установленных норм, правил; устранение взаимоисключающих отношений лингвоэкологичности и игровой эвристичности современной русской речи автор видит в подключении этических норм. В статье обосновывается необходимость сохранения во всех сферах русского дискурса кириллицы и противодействия применениям латиницы, в частности, лингвокреативным практикам, использующим креолизованные графодериваты с игрой латиницы и кириллицы. Автор относит к лингвоэкологической зоне риска сферы русской речи, в которых решаются прагматические задачи лингвокреативной деятельности, что раскрывается на примере анализа стикеров для голосования-2018. В практической части статьи на материале «автомобильной» тематики описано игровое поле *homo ludens*, осуществляющего лингвокреативную деятельность, образующего номинации в сфере неофициальной речи («народные»); показано, что игровые метафоры со сферой-источником машины в отношении к человеку выполняют преимущественно пейоративную функцию и нелингвоэкологичны; напротив юмористические номинации машин и их качеств не нарушают лингвоэкологию языка, выполняют компенсаторную функцию, словесно переводя негативную ситуацию в позитивную.

**Ключевые слова:** лингвокреативная деятельность, лингвоэкология, метафоры, диминутивы, мелиоративная функция

В настоящее время новое лингвистическое направление лингвистика креатива активно развивается, предоставляет нетривиальные эвристические результаты. Полагаем, что исследования в области лингвокреативной деятельности, феномена языковой

игры, истоков вербальной креативности актуальны и при изучении лингвоэкологии современной русской речи.

Как показывает анализ теории лингвистики креатива, лингвокреативная деятельность *homo ludens* базируется на некотором сознательном или неосознаваемом нарушении нормы, нарушении языкового канона, выборе нестандартного языкового кода [Гридина 2013: 10], нарушении правил узуса [Рут 2013: 81], нарушении постулатов коммуникации Грайса [Норман 2013: 242], нарушении законов однозначной и стереотипной актуализации слова в речи [Гридина 1996: 14]. С другой стороны, лингвоэкология предполагает бережное отношение к нормам литературного языка как к составляющей национальной культуры, ср. [Жумабекова 2016]. В практике лингвокреативной деятельности наблюдаются многочисленные нарушения в области лингвоэкологии.

Ярким и свежим примером сказанного могут служить стикеры для голосования, которые предложил в феврале 2018 г. журнал «Мaхiт» для своих «взрослых читателей». Красотки, изображенные на стикерах, призывают идти на голосование 18 марта 2018 года. Безусловно, здесь представлена лингвокреативная деятельность, а также семиотическая креативная деятельность. Каждый стикер обыгрывает двуплановость ситуации голосования и половых взаимоотношений (агитирующей красотки и избирателя). Среди эвристических стратегий выделяются приемы языковой игры на неопределенности (*Сделаем это?*), паронимах (*бюллетень – бюстгальтер; Преждевременное волеизъявление?*), нарушении речевого прогноза, «провокативные» речевые действия, по Т. А. Гридиной [Гридина 2013: 34], например: *Хочу твой голос* (стикер двусмысленно изображает красотку). Скандал в сфере общественности вокруг стикеров для голосования подтвердил, что креативная деятельность *homo ludens* нередко противоречит принцип социальной экологии и лингвоэкологии. Полагаем, что лингвоэкология и лингвокреативная деятельность находятся преимущественно в контрадикторных отношениях. Противоречивые отношения снимаются при «подключении» этики, этических требований. Всё же реализация креативной идеи в прагматических целях [Гридина 2013: 6] – в сфере рекламы, интересах бизнеса, привлечении клиента, читателя, как пра-

вило, противоречит принципам социальной экологии и лингвоэкологии, поскольку наиболее безотказные техники воздействия на потенциального клиента ориентируются на природных инстинктах человека (половом влечении) и страхе смерти, ср. [Иванян 2015].

Зоной лингвоэкологического риска современной русской речи следует признать сферу, в которой осуществляются лингвокреативные практики игры кириллицы с латиницей. Многочисленные креолизованные графодериваты в современном русском дискурсе являют собой образования вербально-иконической природы [Попова 2013: 147]. Слова-гибриды совмещают в своей структуре элементы разных языков, например: «*ИскRENнее телевидение*» (реклама REN-TV, пример Т. В. Поповой), сочетают кириллицу с латиницей. Безусловно, такие новообразования – это формы проявления вербальной креативности, которые базируются на создании «прецедентов новизны», в терминологии Т. А. Гридиной. Между тем креативные практики обращения к латинице в текстах русского дискурса без терминологической необходимости нарушают принципы лингвоэкологии русского языка, языковой политики современной России. Таковую лингвокреативную стратегию С. Казначеев определяет как порчу языка [Казначеев 2005].

Осуществив анализ проблем взаимоотношения лингвоэкологии и лингвистики креатива, остановимся на лингвокреативной практике в сфере «народных» номинаций, народного осмысления одной сферы деятельности современного человека, которую условно назовем «автомобильной». Сюда отнесем народные номинации автомашин, народные характеристики поведения водителей на дорогах. Материалом исследования послужили авторские записи современной речи, картотека языковых примеров из интернет-источников, сайтов содержащих юмористические тексты, тексты современных песен автомобильной тематики. Общее количество примеров составило 187 словоупотреблений. Для пополнения картотеки примеров применялись опрос информаторов – носителей русского языка и анкетирование по «автомобильной» тематике. Цель исследования – охарактеризовать лингвокреативную практику народных номинаций с учетом их лингвоэкологичности. Креативная деятельность народных

номинаций касается 1) названия машин; 2) качества машин; 3) характеристики водителя.

Машины отечественного производства называют фамильярными номинациями *жигуль*, *жигулёнок* (автомашина *Жигули*). *Жигули* первой модели называют *копейка* – актуализируется числовая символика денег, семы минимальности, дешевизны, не-престижности. Шестая модель *Жигулей* именуется *шестеркой* и *шахой*, представлена синонимическим рядом, второй член которого по происхождению, вероятно, пришел из жаргона картёжников, в котором означал шестёрку треф. Четырнадцатая модель в народной креативной практике именуется как *четырка*. Диминутивный суффикс указывает на то, что отношение к машине у игрового номинатора можно охарактеризовать как простое, близкое.

Креативная деятельность в народных номинациях проявляется и по отношению к иномаркам. Мерседес называют *мерином*. Прием креативной номинации основывается на паронимической аттракции. Автомобили БМВ называют *беха*, ср. например, ответы в сети Интернет:

– Что такое беха? так называют машину, но какую именно?

Павел Лазарев Ученик (57),

– Сергей Васильевич

Искусственный Интеллект (168054)

– Любую BMW так называют (<https://otvet.mail.ru/question/79637160>).

Автомобили марки БМВ также называют в просторечии *бумер*, это полисемант из английского языка, получил распространение из-за песни в жанре «русского репа» «Черный бумер».

С точки зрения лингвоэкологии современной русской речи такие номинации бытуют в устной непринужденной речи, не претендуют на официальный статус, передают ироническое лингвокреативное мышление народных создателей неофициальных номинаций. Поскольку номинации касаются обозначений из сферы неживого, здесь лингвоэкологичность не страдает.

Второй тип обозначений – народные названия, касающиеся характеристики качества автомашины. О старой машине, машине плохого качества (с плохой механикой) говорят *ведро*. Метафора уподобляет сложный продукт человеческой деятельности

простому продукту человеческой деятельности в сниженной бытовой сфере.

Опасные для жизни автомашины называют нечленимым сочетанием *консервная банка* или описательным оборотом *гроб на колёсиках*. Заметим, что описательный оборот является устойчивым, по происхождению восходит к детскому фольклору «страшилок». Игровой, смеховой характер данных народных номинаций сочетается с уничижительной оценкой. Возможно, в таких номинациях проявляется компенсаторная функция смеха. Ср. с позицией нигерийцев: в моменты испытаний они не плачут, а вскидывают руки в стороны и радостно смеются, смеются до тех пор, пока препятствия не отступят. Их девиз: «Кто в трудный час не рассмеялся, тот не имеет Права Жить» [Яковлев 2004: 214].

Попутно заметим, что сходным образом в игровой креативной практике именуют устаревшие пассажирские катера типа ПСК – *калоша* и *корыто*. Метафорический перенос осуществлен на основе сравнения по форме; сложное устройство уничижительно сопоставляют с простым бытовым предметом «сниженного» назначения. Актуализируются семы непрестижности, устарелости и даже нечистоты.

Поскольку описанные народные номинации бытуют в сфере непринужденной речи и касаются обозначений не-лица, то с точки зрения лингвоэкологии здесь не наблюдаются нарушения. Данные номинации выполняют важную компенсаторную функцию, переводят ситуацию из разряда сетований в смеховой регистр.

Третий тип номинаций характеризует водителей. Так собственника машины *ауди* на основании колец на эмблеме автомашин этой марки называют *властелином колец*. Прецедентная номинация Дж. Р. Р. Толкина соотносится с понятием кольца власти, следовательно, это мелиоративная номинация, она лингвоэкологична.

Напротив, народные номинации неумелых водителей отмечены признаком нелингвоэкологичности, например, о плохом водителе говорят: *Нужно менять прокладку между рулём и сиденьем*. В уничижительной номинации живое, одушевленное, человека уподобляют неживому, неодушевленному – прокладке.

Нелингвэкологично узуальное метко ироничное выражение о женщине как неумелом водителе: *Женщина за рулем – что обезьяна с гранатой: никогда не знаешь, чего ожидать.*

Узуальна и нелингвэкологична номинация с «автомобильной» темой-донором, обозначающая нетрадиционную ориентацию мужчины: *заднеприводной*. В интернет-коммуникации, на форумах, многие участники, желая оскорбить обсуждаемое лицо, употребляют такую лингвокреативную, но нарушающую лингвэкологию номинацию.

Подведем итоги. Представляется перспективным дальнейшее исследование лингвэкологии русской речи в аспекте лингвистики креатива. Нарастание игрового креативного начала в современном русском дискурсе требует внимания со стороны лингвистов, актуально в плане анализа лингвэкологичности креативных практик. Лингвокреативные практики не должны упускать из виду этические нормы; пейоративные народные номинации в отношении лица нелингвэкологичны; лингвокреативные практики игры кириллицы с латиницей в коммерческих целях противоречат задачам языковой политики современной России, нарушают лингвэкологию русской письменной речи. В целом, «народные» номинации в непринужденной коммуникации обнаруживают народное осмысление той или иной сферы деятельности; смеховой характер в создании таких номинаций нередко нацелен на компенсаторную функцию, переводящую негатив в позитив.

## ЛИТЕРАТУРА

*Гридина Т. А.* Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург, 1996.

*Гридина Т. А.* К истокам вербальной креативности: творческие эвристики детской речи // Лингвистика креатива-1. – Екатеринбург, 2013.

*Жумабекова А. К., Ли А. В.* Лингвэкологические проблемы художественного перевода // Экология языка. – Пенза, 2016.

*Иванян Е. П.* Репрезентация семантики умолчания // Балтийский гуманитарный журнал. 2015. № 1 (10).

*Казначеев С.* Порча языка, или полный абзац // Литературная газета. 2005. № 7–8.

*Норман Б. Ю.* Лексический повтор как дискурсивная тактика // Лингвистика креатива-1. – Екатеринбург, 2013.

*Рут М. Э., Иванова Е.Н.* Языковая игра в дискурсе языковой личности XVIII-XIX вв. // Лингвистика креатива-1. – Екатеринбург, 2013.

*Попова Т. В.* Креолизованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX-XXI вв. // Лингвистика креатива-1. – Екатеринбург, 2013.

*Яковлев В.* Живые деньги. – СПб., 2004.

©Иванян Е.П., 2018