

УДК 81'373
DOI 10.17516/2311-3499-096

ЭКОЛОГИЧНОСТЬ БЛЕНДОВЫХ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ В ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Н.И. Коробкина

В статье рассматривается блендинг как способ словообразования, кратко описывается история его возникновения в зарубежной и отечественной лингвистике. Отмечается, что блендинг является также одним из продуктивных способов современного окказионального словообразования. Утверждается, что его главнейшим отличительным признаком является способность отражать закон экономии в языке, а также тенденцию к синкретизму мышления человека. Обращается внимание на тот факт, что в основе появления анализируемых речевых единиц лежит процесс эмотивной номинации. Говорится об экологичности / неэкологичности современных блендовых окказионализмов, что обуславливается характером коммуникативной ситуации их появления. Если появление окказионализма происходит в отрицательном экстралингвистическом контексте, то коммуникативное пространство языка заполняется неэкологичными номинациями, свидетельствующими о негативных событиях окружающей действительности. Такие события приводят к появлению окказионализмов, которые в свою очередь могут способствовать эвокации отрицательных эмоций (раздражение, недовольство, гнев, ярость, жестокость, обида, тревога и пр.), и поэтому такая коммуникативная рамка является не совсем экологичной. Если же экстралингвистический контекст появления окказионализма вызывается на уровне ощущений положительными эмоциями, то следует говорить как о чистоте и правильности речи, так и о терапевтическом влиянии блендовых окказионализмов на их пользователей. Подчеркивается, что в корпусе современных блендовых окказионализмов наблюдается тенденция к доминированию негативных номинаций, в том числе лингвоцинизмов и окказиональных вульгаризмов. Ставится вопрос о лексикографической фиксации подобных новообразований в онлайн-словаре современных окказионализмов русского языка.

Ключевые слова и фразы: эмотивная лингвоэкология; экологичность / неэкологичность; блендинг; окказионализм; закон языковой экономии; синкретизм; эмотивная номинация; лингвоцинизм; окказиональный вульгаризм; деэкологизация окказионализмов.

ECOLOGY OF BLEND OCCASIONALISMS IN PUBLIC COMMUNICATION

N.I. Korobkina

The article deals with blending as a way of word formation, the history of its origin in foreign and Russian linguistics is briefly described. It is noted that blending is also one of the productive ways of modern occasional word formation. It is argued that its main distinguishing feature is the ability to reflect the law of economy in a language, as well as the tendency to syncretism of human thinking. Attention is drawn to the fact that the appearance of the analyzed speech units is based on the process of emotional nomination. It is said about the ecology / non-ecology of modern blend occasionalisms, which is due to the nature of the communicative situation of their appearance. If the appearance of an occasionalism occurs in a negative extralinguistic context, the communicative space of the language is filled with non-ecological nominations that indicate negative events in the surrounding reality. Such events lead to the appearance of occasionalisms, which in turn can contribute to the evocation of negative emotions (irritation, discontent, anger, rage, cruelty, resentment, anxiety, etc.), and therefore such a communicative frame is not completely ecological. If the extralinguistic context of an occasionalism appearance is caused at the level of sensations

by positive emotions, then we should talk about both the purity and correctness of speech, and about the therapeutic effect of blend occasionalisms on their users. It is emphasized that in the corpus of modern blend occasionalisms there is a tendency of negative nominations dominating, including linguocinisms and occasional vulgarisms. The question of lexicographic fixation of such new words in the online dictionary of modern occasionalisms of the Russian language is raised.

Keywords and phrases: *emotive linguoecology; ecology / non-ecology; blending; occasionalism; the law of language economy; syncretism; emotive nomination; linguocinism; occasional vulgarism; de-ecologization of occasionalisms.*

Вопрос о соотношении языка и речи волновал ученых-лингвистов давно, начиная с Ф. де Соссюра, В. фон Гумбольдта, Л.В. Щербы и включая современных исследователей теории языка, занимающихся проблемой данной дихотомии и по сей день. Несмотря на нетождественность языка и речи, элементом, объединяющим их в неразрывное единство, является методологическое положение о том, что все новое в языке появляется через речь.

Одним из таких направлений, поддерживающих активный, динамичный и творческий характер речи, а значит, и определяющих развитие языка, и прежде всего его лексического яруса, является процесс образования новых, ранее не существовавших номинаций – окказионализмов.

Автор данной статьи придерживается мнения о том, что исследование современного окказионального словотворчества следует проводить во взаимосвязи с описанием различных речевых стратегий, что по-новому освещает проблему соотношения языкового и речевого новаторства. По общеизвестному мнению, принадлежащему Г.О. Винокуру, языковому новаторству присущи три процесса: создание абсолютно новых элементов, образование по существующим в языке моделям и оживление старых форм [Винокур 2009]. Для речевого новаторства характерно также то, что Р. Барт традиционно именовал «обработыванием слова» [Барт 1994]. И то, и другое присутствует в различных коммуникативных сферах и, бесспорно, требует модификации заложенных в самом языке механизмов, нацеленных на максимальное свертывание информации, ее предельную компрессию. Поэтому современный окказионализм представляет собой номинацию нового (компрессивного) типа, которая позволяет сокращать высказывание, изменяет его структуру, его эмотивность и оценку, культурную информацию.

Кроме того, интенсивный темп жизни ставит человека в такие условия, когда становится необходимым в более сжатый период времени воспринять и осмыслить больший объем новой информации, поступающей извне, с целью восполнения имеющихся коммуникативных лакун, в том числе и эмотивных. При этом важно не столько само восприятие информации, сколько ее систематизация, интеграция и компрессия в мышлении человека.

Наряду с вышесказанным, образование окказионализмов, будучи наиболее динамичным явлением вторичной номинации, свидетельствует о постоянно протекающих в языке деривационных процессах, и, хотя исследуемые дериваты находятся «на границе нормы», их изучение представляется весьма важным. Оно позволяет глубже понять как деривационные потенции отдельных языковых единиц, так и когнитивные процессы, лежащие в основе словообразовательной мотивации.

Хотелось бы также заметить, что современная тенденция создания компрессивных окказиональных номинаций свидетельствует о раскрепощении языкового творчества, активизации креативной функции языка и о продвижении результатов индивидуального креатива в общенародный язык, что, безусловно, нуждается в освещении и изучении.

Отмечается, что среди наиболее продуктивных способов современного окказионального словообразования особое место занимает блендинг, родоначальником которого традиционно считается великий английский писатель Чарльз Лютвидж Доджсон (Charles Lutwidge Dodgson), известный всему миру под именем Льюиса Кэрролла (Lewis Carroll). Его произведения, например, «Алиса в стране чудес» (“Alice in Wonderland”), «Алиса в Зазеркалье» (“Through the Looking Glass”),

«Джебервоки» (“Jabberwocky”) и др., представляют собой богатый, бесценный депозитарий блендов, метафорически называемых автором словами-портмоне (portmanteau words). К числу таких новых, необычных, компрессивных слов, образованных из двух частей уже существующих языковых единиц, встречающихся в творчестве Л. Кэрролла, можно отнести следующие известные на сегодняшний день номинации: *chortle (chuckle + snort)* (фыркать, сдавленно смеяться), *frumious (fuming + furious)* (неустово дымящийся), *galumph (gallop + triumph)* (идти неровным, прерывистым шагом) и др.

Стоит заметить, что некоторые из англоязычных блендов, потеряв свою прагматическую новизну, постепенно перешли из разряда окказионализмов в разряд неологизмов и в конечном итоге стали узуальной лексикой. А это свидетельствует о том, что современные носители английского языка уже не распознают природу блендинга, лежащую в основе многих образованных данным способом номинаций. К таким устоявшимся блендам можно отнести следующие общеупотребительные в настоящее время слова: *advertorial (advertising + editorial)* (информирующая реклама (нацелена на сообщение фактов, а не на сбыт товаров)), *escalator (escalating + elevator)* (эскалатор), *modem (modulator + demodulator)* (модем), *Oxbridge (Oxford + Cambridge)* (университеты Оксфорда и Кембриджа), *telethon (telephone + marathon)* (телемарафон (многочасовая телевизионная программа, обычно в поддержку благотворительной или предвыборной кампании)), *transceiver (transmitter + receiver)* (приемопередатчик, радиопередатчик и радиоприемник в общем корпусе), *transistor (transfer + resistor)* (транзистор) и др.

Что касается отечественной науки, то данный способ узуального и, тем более, окказионального словообразования до середины 90-х годов прошлого столетия оставался неизвестным (см., например, [Реформатский 1998]). Термин «блендинг» не применялся и в работе В.А. Белошапковой и ее соавторов [Белошапкова 1989: 308-320], но в ней в качестве одного из типов аббревиации как неаффиксального способа словообразования рассматривались случаи появления новых лексических единиц, складывающихся из начала ее первого слова и конца последнего (бионика от биология + электроника, параланг от парашют + акваланг). Автором отмечается, что такой способ словообразования начал развиваться в русском языке под влиянием западноевропейского, известного в зарубежной науке как блендинг (например, *мотель* от *motorist's hotel*). Похожую исследовательскую позицию занимает и Е.А. Земская, которая предлагала в русском языке рубежа XX–XXI вв. называть такой способ словообразования контаминацией, рассматриваемой обычно как один из видов аббревиации, действующей во всех западноевропейских языках (*томмофель* = *томат* + *картофель*, *Евросима* = *Европа* + *Хиросима*, *Америсима* = *Америка* + *Хиросима*, *рейганомика* = *Рейган* + *экономика* и др.) [Земская 2009: 51–54].

Сегодня интерес к изучению блендинга в современной отечественной и зарубежной лингвистике объясняет его дискуссионный характер и анализ разнообразных сторон этого явления, краткий обзор которых, например, представлен в диссертационном исследовании О.А. Хрущевой. Данный автор говорит о том, что на сегодняшний день лингвистическое освещение явления блендинга представлено с точки зрения таких аспектов, как структурные характеристики, фонетические особенности, семантические черты, когнитивные показатели данного процесса. Были также предприняты попытки определить статус изучаемого явления в языковой системе, провести экспериментальное исследование в данной области и доказать лингвокреативный характер блендинга [Хрущева 2011: 3].

Стремление к многоаспектному изучению блендинга, особенно как способа окказионального словообразования, неслучайно: блендинг является одним из средств развития лексической системы языка и коммуникативного пространства по пути сжатия, поскольку представляет собой процесс образования новой лексической единицы на основе смешения двух исходных.

Ключевой в этой связи является, как нам кажется, исследовательская позиция авторитетного ученого в области лексикологии и стилистики английского языка И.В. Арнольд. По ее мнению, основу механизма блендинга составляет процесс проникновения слов друг в друга и, как результат, их смешение. Они, подобно секциям телескопа, способны скользить друг в друга и образовывать новую языковую единицу, вербально упакованную по принципу портмоне [Арнольд 2014: 141] и обладающую сверхсуммативной семантикой.

В контексте современного окказионального словообразования главнейшим отличительным признаком блендинга является его способность отражать закон языковой экономии, заключающийся в сжатии плана выражения новой номинации при максимальном сохранении ее плана содержания. Именно поэтому Е.Н. Галичкина справедливо указывает на способность телескопных слов экономно передать смысл сложного понятия и выразить оценку или экспрессию, внести элемент игры в процесс словообразования. Такая способность, по мнению ученого, делает телескопные слова особенно широко распространенными в номинативной системе сетевой компьютерной коммуникации: *edublog* (*educational* + *blog*) (блог-сайт, ориентированный на образование, написанный преподавателем или студентом), *splog* (*spam* + *blog*) (блог, который состоит из спама; или более широко, любой блог, чей создатель сам не публикует сообщения), *twitterholic* (*twitter* + *alcoholic*) (участник Твиттера, пристрастившийся к нему так, что это отвлекает его от других сфер жизни) и др. (подробнее см.: [Галичкина 2012: 130–137]).

Приведем некоторые современные блендовые окказионализмы из других сфер публичной коммуникации: *бургероженное* (*бургер* + *мороженое*) – бургер с джелато (итальянским мороженым), который можно приобрести в одном из кафе на пешеходной набережной в районе Нерви (Генуя, Италия) (подробнее см.: Орел и Решка. Рай и Ад. Генуя. Италия с Виктором Васильевым); *коб* (от англ. *КОВ = Kate's Bob*) – стрижка боб-каре на волосах с длиной ниже плеч, моду на которую задала герцогиня Кембриджская Кейт Миддлтон (подробнее см.: журнал *Stellary*. – осень-зима'17. С. 21.); *ладарджини* (*Лада* + *Ламборджини*) – автомобиль, представляющий собой гибрид отечественного ВАЗ-2113 и итальянской иномарки *Lamborghini* (подробнее см.: https://ekabu.ru/158896-yamalec-skonstruiroval-ladardzhini-i-udivil-gorozhan.-foto___avto-hobbi.html) и мн. др.

Эти современные окказионализмы и их семантика показывают, что в настоящее время в языке и в его коммуникативном пространстве наблюдается тенденция к экономии, которая сопровождается еще одной тенденцией – тенденцией к синкретизму мышления (подробнее см.: [Коробкина 2018]). Следовательно, использование таких номинаций в языке и речи может способствовать большей краткости и информативности высказывания. Такие окказионализмы нового (компрессивного) типа подвергаются наибольшему воздействию закона языковой экономии и поэтому могут считаться наиболее краткими для целей коммуникации образованиями, что, безусловно, соответствует стремлению современного социума к увеличению информативности высказывания и минимизации затрачиваемых на это усилий.

Так, например, образование блендового окказионализма *покертокс* характеризуется смешением двух исходных конституэнтов – *покер* и *ботокс*, приводящим, во-первых, к неизменной форме первого конституэнта и усечению второго, и, во-вторых, к сверхсуммативности семантики образующегося таким образом окказионализма: *инъекции ботокса, которые предлагается делать любителям игры в покер с целью блокировки нервно-мышечных тканей и, следовательно, невозможности выдавать свои эмоции во время игры* (подробнее см.: <https://womanadvice.ru/top-10-samyh-ekstravagantnyh-plasticheskikh-operaciy>).

Заметим, что в основе появления анализируемых речевых единиц лежит процесс эмотивной номинации. Под ним, как отмечает В.И. Шаховский, понимается эмоционально-оценочное обозначение отношения к окружающей действительности, результатом которого является порождение экспрессивных знаков и сознательное усиление ими воздействующей способности языка [Шаховский 2016]. Получается, что блендовые окказионализмы обладают прагматическим

потенциалом, включающим в себя в первую очередь экспрессивность и перлокутивный эффект неожиданности.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что блендинг является одним из способов окказионального словообразования, отражающего современную тенденцию развития языка – тенденцию к экономии. Современные блендовые окказионализмы, являясь отражением процесса эмотивной номинации и результатом взаимодействия двух и более узуальных единиц, проходят полное или частичное усечение и объединяются в единую новую речевую единицу. Образующиеся таким способом окказионализмы являются по своей форме компрессивными, а содержательно остаются емкими и информативными. Поэтому они могут считаться образованиями, экономичными для целей коммуникации.

Рассмотрим некоторые примеры таких блендовых окказионализмов подробнее.

Например, летом 2012 года по многим телевизионным каналам транслировалась реклама магазина сотовой связи «Связной», в которой был зафиксирован блендовый окказионализм *автябрь (август + сентябрь)*. Его появление объясняется, вероятно, стремлением рекламодателей обозначить с помощью данной речевой номинации специальное предложение, действующее для клиентов розничной сети «Связной» в период с 15 августа по 15 сентября 2012 года. Суть данного предложения заключается в предоставлении клиентам беспроцентного кредита на смартфоны Samsung стоимостью свыше 10000 рублей на 12 месяцев. Это специальное предложение рассчитано на широкую аудиторию покупателей (от учащихся до сотрудников офиса и деловых людей), планирующих совершить покупку нового устройства в преддверии нового учебного года и сезона осенней бизнес-активности.

Так, в ноябре 2014 года по телевизионному каналу «СТС» регулярно транслировалась реклама нового сезона сериала «Последний из Магикян», в которой была зафиксирована новая окказиональная блендовая номинация *Армагикян (Армагеддон + Магикян)*. Прокомментируем, что в данном случае процесс окказионального словообразования по пути блендинга играет двоякую роль: с одной стороны, данная номинация удачно отражает креативную функцию языка / речи; с другой стороны, решается конкретная коммуникативная задача апеллятивного характера – оказывается определенное психологическое воздействие на адресата, который побуждается к просмотру очередного проекта на телеканале «СТС», готового обрушиться на зрителя, как конец света. Именно поэтому компрессивный блендовый окказионализм *Армагикян* представляет собой следствие метафорического переноса, значительно усложняющего модель смыслообразования.

Говоря о блендовых окказионализмах в публичной коммуникации, нельзя не заметить отсутствие должного внимания, уделяемого вопросу их экологичности / неэкологичности. Представляется, что эта сторона исследуемого явления не может быть не освещена, поэтому мы и обратились к рассмотрению данной проблемы. Также следует упомянуть теоретическую важность рассмотрения экологичности / неэкологичности современных блендовых окказионализмов, заключающуюся в определении основных трендов использования такой новой лексики. Здесь необходимо ответить на вопрос, является ли появление подобных блендовых окказионализмов следствием экономической, политической, социальной ситуации в окружающей действительности или же это тенденция снижения стилистического регистра

Поиск ответа на данный вопрос является, безусловно, актуальным. Тем более, что это продиктовано постулатами одного из новейших направлений современной лингвистики – эмотивной лингвоэкологии. Напомним, что эмотивная лингвоэкология представляет собой отрасль антропоцентрической парадигмы языкознания, сложившуюся вследствие взаимодействия трех научных направлений: экологии, валеологии и лингвистики эмоций. Одним из главных фокусов ее исследовательского внимания является вопрос о чистоте и экологичности языка / речи, с одной стороны, и их «коррозии» и неэкологичности, с другой (подробнее см.: [Эмотивная лингвоэкология ... 2013]).

Представляется, что данный тезис актуален не только по отношению к узуальным лексическим единицам, но и к блендовым окказионализмам, о которых идет речь в настоящей статье. Если утверждать, что блендовый окказионализм представляет собой конкретную вербальную реакцию на некий экстралингвистический стимул в определенной коммуникативной ситуации, то в зависимости от характера последней можно говорить, с одной стороны, о положительной энергетической мощности нового слова, его экологичности. Эта экологичность, в свою очередь, моделирует и соответствующее положительное настроение пользователей таких речевых номинаций, т.е. способствует эвокации приятных ощущений (оптимистичных, оздоравливающих, юмористических и т.п.). С другой стороны, если коммуникативная ситуация появления блендового окказионализма включает в себя негативные эмоциональные переживания, эмоциональное давление и т.п., то имеет место насильственное, неэкологичное обращение с языком / речью. Постепенно это может вести, на наш взгляд, к увеличению дефектности языка / речи и обуславливать эмоциональную дисгармонию коммуникации. Ключевую роль в этом процессе, конечно, играют эмоции, которые выступают мощной мотивирующей силой, способствующей деэкологизации окказионального словообразования.

К сожалению, замечено, что в последнее время в коммуникативном пространстве современного русского языка довольно частотным явлением становятся такие речевые номинации, как лингвоцинизмы. По мнению А.П. Сковородникова, лингвоцинизмы – это такие слова, словосочетания или целые высказывания (предложения, микротексты), в которых содержится циничное, то есть противоречащее нормам нравственности и благопристойности нигилистическое, унижающе-глумливое отношение к тому, что представляет собой более или менее общепризнанную ценность (общечеловеческую, национальную, корпоративную, личностную) [Сковородников 2014: 53].

В доказательство справедливости данного утверждения можно привести следующее: в популярной сегодня социальной сети «ВКонтакте» существует группа под названием «Зайди поржать» (https://vk.com/prikol_xa), где, по описанию администраторов, размещаются различные приколы, смешные картинки и фразы, демотиваторы и другая информация, которая, казалось бы, должна оказывать положительное воздействие на чувства и эмоции говорящих. Однако, как показывает обращение к некоторым материалам, размещенным в данной группе, в них зачастую через создание окказиональных номинаций намеренно, на наш взгляд, нарушаются нормы нравственности, умышленно выражается пренебрежительное отношение к людям.

Рассмотрим, например, такие блендовые окказиональные образования, как *чеченьки* (*чеченцы* + *печеньки*) и *узбечики* (*узбеки* + *кузнечики*). Первоначально анализируемые окказионализмы, вероятно, были созданы с целью посмеяться. Однако, вслед за А.П. Сковородниковым, мы полагаем, что под влиянием контекста эти номинации могут приобретать характер лингвоцинизмов. Контекст для этих окказионализмов в данном случае играет решающую роль, поскольку представляет собой не текст, как языковое произведение, а его особую креолизованную разновидность – фотографию. По справедливому замечанию В.С. Ротенберга, вербальное мышление человека функционирует по дискретному принципу – с его помощью осуществляется ряд последовательных операций, обеспечивающих анализ соотношений между предметами и явлениями. Что касается чувственно-образного постижения окружающей действительности, то оно осуществляется симультанно, обеспечивая одномоментное цельное восприятие объектов и их взаимосвязей (подробнее см. [Ротенберг 1980]). Именно поэтому фотография, обеспечивающая максимально полное визуальное восприятие новой речевой номинации, бесспорно, интенсифицирует не только ее наглядность, но и делает более доступной для реципиента сверхсуммативную семантику блендового окказионализма. Это является очевидным в приводимых ниже примерах:



Рисунок 1. «Чеченьки»



Рисунок 2. «Узбечики»

В данных креолизованных контекстах нет циничных языковых и речевых единиц и описаний этически табуированных ситуаций. Тем не менее, наше субъективное восприятие данных примеров подсказывает, что в них присутствует неуважительная, глумливая тональность по отношению к представителям другой лингвокультуры, достигаемая за счет явно выраженного сравнения чеченцев с печеньями, а узбеков с кузнечиками. Такого рода сравнения представляются нам литературно и культурно неуместными, возможно, даже обидными. В них демонстративно выражается пренебрежение к представителям иных лингвокультур. Следовательно, подобные блендовые окказиональные номинации можно отнести к разряду лингвоцинизмов, которые связаны с непременно сознательным актом вульгаризации речи. В понимании А.П. Сковородникова (см. подробнее: [Сковородников 2014]) подобные лингвоцинизмы, будучи намеренным нарушением этико-речевой нормы, могут выступать в роли вульгаризмов, используемых в различных коммуникативных ситуациях с целью выражения вызывающе-пренебрежительного отношения к нормам общественной морали. В определенной степени с этим нельзя не согласиться.

Описанные выше примеры окказиональных вульгаризмов свидетельствуют о том, что, хотя и пребывая за пределами литературного языка, данные новообразования все равно находятся с ним в тесной взаимосвязи. Поэтому представляется уместным затронуть проблему лексикографического отражения подобных новообразований. Тем более, что первые шаги в этом направлении уже сделаны: автором данной статьи создан электронный лингво-энциклопедический словарь современных окказионализмов русского языка, обладающий как регистрирующим, так и предписывающим характером (подробнее см.: [Словарь окказионализмов ...]). Мы уверены, что дальнейшее обновление материалов данного лексикографического источника можно считать одним из способов адаптации окказионализмов к коммуникативным процессам в современном русском языке. Кроме того, появление подобных словарей может способствовать расширению их ассортимента, что позволит, с одной стороны, значительно увеличить сам объем речевого корпуса, а с другой стороны, будет способствовать быстрее фиксации всех новообразований с целью их дальнейшего введения в коммуникативный обиход.

Рассмотрим еще два блендовых креолизованных окказионализма, обнаруженных нами в социальной сети «ВКонтакте»:



Рисунок 3. «Джигурдашка»



Рисунок 4. «Снегурда»

С позиции блендинга, как способа современного окказионального словообразования, номинации *Джигурдашка* (*Джигурда* + *Чебурашка*) и *Снегурда* (*Снегурочка* + *Джигурда*) представляют собой лексические бленды. Объясняется это тем, что при появлении новой окказиональной номинации происходит слияние двух исходных лексических единиц: в первом случае – *Джигурда* и *Чебурашка*, а во втором – *Снегурочка* и *Джигурда*. Вновь образованные блендовые окказионализмы наследуют некоторые элементы каждой из номинаций: лексема *Джигурда* мотивирует графическое изображение лица известного российского актера, а лексические единицы *Чебурашка* и *Снегурочка* – графическое изображение оставшегося тела. В результате в блендовых окказионализмах возникает признак «Джигурдашка» и «Снегурда», которого нет ни в одной из исходных номинаций.

Стоит, однако, заметить, что для понимания таких окказионализмов их реципиент нередко должен обладать, на наш взгляд, определенной когнитивной компетенцией, поскольку должен иметь представление о внешности актера Н. Джигурды, знать его манеру поведения, его просодию и фонацию, черты его характера и пр. Нам представляется, что в основе подобного рода блендовых окказионализмов лежит игра на контрасте двух исходных лексем: *Джигурда* и *Снегурочка*, *Джигурда* и *Чебурашка*.

Контрастными эти исходные лексические единицы являются потому, что их сущности, отражающие социальное восприятие Н. Джигурды, с одной стороны, и Снегурочки и Чебурашки, с другой, выступают по отношению друг к другу в качестве антонимичных. Известный российский актер Н. Джигурда воспринимается большинством представителей русской лингвокультуры весьма негативно: человек, прибегающий к использованию ненормативной лексики, в том числе в публичном окружении и с телеэкрана; его творчество оценивается многими критиками как недостойное подражание творчеству В.В. Высоцкого; сомнительная популярность, пришедшая после размещения в интернете клипов собственного производства, показывающих рождение его детей от Марины Анисиной и мн. др. Диаметрально противоположными качествами (излучение доброты и любви к своему окружению; чистота речи; популярность со знаком «+» среди детской и взрослой аудитории и др.) обладают знаменитая внучка Деда Мороза Снегурочка и известный, всеми любимый персонаж детских мультфильмов Чебурашка.

Подведем некоторые итоги. Речевое словотворчество посредством блендинга становится все более и более популярным в различных коммуникативных сферах. Одной из причин такого положения дел можно считать дальнейшее углубление человеческого знания, необходимость выражения все более сложных достижений мысли. При этом материалом для создания таких речевых новообразований служат собственные ресурсы русского языка, в результате соединения которых на основе блендинга получается легко запоминаемое и выразительное мотивированное слово, которое может быть экологичным / неэкологичным.

В том случае, если коммуникативная ситуация появления блендового окказионализма является положительной, то это может служить индикатором экологичности новой номинации, поскольку при продуцировании и дальнейшем функционировании таких окказионализмов имеет

место эвокация приятных ощущений у их пользователей; в сознании и памяти последних нередко возникают связанные с данными речевыми единицами приятные ассоциации и коммуникативные события. Если коммуникативная ситуация появления блендового окказионализма содержит отрицательные компоненты, то можно говорить о неэкологичности такой лексической единицы. Ведь использование данных окказионализмов в речи коммуникантов, вероятно, вызывает у них неприятные ощущения и ассоциации, отрицательные эмоции, а это, безусловно – негативное влияние на их здоровье.

Тем не менее, даже несмотря на явную неэкологичность некоторых появляющихся блендовых окказионализмов, очевидным подтверждением их продуктивности является примирение в языке двух противоборствующих тенденций – тенденции к краткости и тенденции к понятности, объяснимости и семантической мотивированности элементов лексических единиц. Таким образом, появление блендовых окказионализмов как явлений речи будет в большей мере способствовать адекватному выражению мыслей и чувств, а значит, обеспечит их постепенный переход к явлениям языка: из коммуникативных ситуаций разговорного языка к словарной фиксации.

Литература

- Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. 376 с.
- Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, Универс, 1994. 624 с.
- Белашапкина В.А., Брызгунова Е.А., Земская Е.А., Милославский И.Г. и др. Современный русский язык. М.: Высш. шк., 1989. 800 с.
- Винокур Г.О. О языке художественной литературы. М.: URSS. 2009. 328 с.
- Галичкина Е.Н. Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство. Волгоград: Парадигма, 2012. 322 с.
- Земская Е.А. Словообразование как деятельность. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 224 с.
- Коробкина Н.И. Синкретизм как механизм реализации языковой экономии // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». Апрель 2018. № 2 (55). С. 62–67. URL: <http://grani.vspu.ru/files/publics/1525034819.pdf>
- Реформатский А.А. Введение в языковедение. М.: Аспект Пресс, 1998. 536 с.
- Ротенберг В.С. Слово и образ: проблемы контекста // Вопросы философии. 1980. № 4. С. 152–155.
- Сковородников А.П. К определению термина «лингвоцинизм» // Мир русского слова. 2014. № 3. С. 49–54.
- Словарь окказионализмов современного русского языка. URL: <http://noncewords.ru> (дата обращения 07.03.2020).
- Хрущева О.А. Универсальные и лингвокультурные особенности блендинга: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2011. 22 с.
- Шаховский В.И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции. Волгоград: Изд-во ИП Поликарпов И.Л., 2016. 504 с.
- Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве / науч. ред. В.И. Шаховский. Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2013. 450 с.

References

Arnol'd I.V. Leksikologiya sovremennogo angliyskogo yazyka [Lexicology of the modern English language]. M.: FLINTA: Nauka, 2014. 376 p.

Bart R. Izbrannye raboty. Semiotika. Poetika [Selected works. Semiotics. Poetics]. M.: Progress, Univers, 1994. 624 p.

Beloshapkova V.A., Bryzgunova E.A., Zemskaya E.A., Miloslavskiy I.G. i dr. Sovremennyy russkiy yazyk [Modern Russian language]. M.: Vyssh. shk., 1989. 800 p.

Vinokur G.O. O yazyke khudozhestvennoy literatury [About the language of fiction]. M.: URSS. 2009. 328 p.

Galichkina E.N. Komp'yuternaya kommunikatsiya: lingvisticheskiy status, znakovye sredstva, zhanrovoye prostranstvo [Computer communication: linguistic status, sign means, genre space]. Volgograd: Paradigma, 2012. 322 p.

Zemskaya E.A. Slovoobrazovanie kak deyatelnost' [Word formation as an activity]. M.: Knizhnyy dom «LIBROKOM», 2009. 224 p.

Korobkina N.I. Sinkretizm kak mekhanizm realizatsii yazykovoy ekonomii [Syncretism as a mechanism of a language economy]. *Elektronnyy nauchno-obrazovatel'nyy zhurnal VGSPU "Grani poznaniya"* [Electronic scientific and educational magazine of Volgograd State Socio-pedagogical University "Facets of learning"], April 2018. No 2 (55). P. 62–67. URL: <http://grani.vspu.ru/files/publics/1525034819.pdf>

Reformatskiy A.A. Vvedenie v yazykovedenie [Introduction to linguistics]. M.: Aspekt Press, 1998. 536 p.

Rotenberg V.S. Slovo i obraz: problemy konteksta [Word and image: context problems]. *Voprosy filosofii*. 1980. No 4. P. 152–155.

Skovorodnikov A.P. K opredeleniyu termina «lingvotsinizm» [To define a term “lingvocynicism”]. *Mir russkogo slova*. 2014. No 3. P. 49–54.

Slovar' okkazonalizmov sovremennogo russkogo yazyka [Nonce words dictionary of the modern Russian language]. Available at: <http://noncewords.ru> [accessed 07.03.2020].

Khrushcheva O.A. Universal'nye i lingvokul'turnye osobennosti blendinga [Universal and lingvo-cultural peculiarities of blending]. Abstract of Philology Cand. Dis. Chelyabinsk, 2011. 22 p.

Shakhovskiy V.I. Dissonans ekologichnosti v kommunikativnom krugе: chelovek, yazyk, emotsii [Ecology dissonance in a communicative circle: human being, language, emotions]. Volgograd: Izd-vo IP Polikarpov I.L., 2016. 504 p.

Emotivnaya lingvoekologiya v sovremennom kommunikativnom prostranstve [Emotive linguoecology in a modern communicative space] / nauch. red. V.I. SHakhovskiy. Volgograd: Izd-vo VGSPU «Peremena», 2013. 450 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

Коробкина Наталья Игоревна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры языкознания

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

Россия, 400066, Волгоград, пр-т Ленина, 27

E-mail: nataliakor88@yahoo.com

ABOUT THE AUTHOR:

Korobkina Natalia Igorevna, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Linguistics

Volgograd State Socio-Pedagogical University

27 Lenin Avenue, Volgograd 400066 Russia

E-mail: nataliakor88@yahoo.com