

В.И. Шаховский

Волгоградский государственный социально-педагогический университет,
Россия, г. Волгоград
e-mail: shakhovsky2007@yandex.ru

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ НОВЕЛЛА О ТИПАХ ДИСТРИБУЦИИ (СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД)

Статья посвящена проблеме расширительного понимания коммуникативно-грамматического терминопонятия дистрибуция.

Цель статьи – уточнение понятия дистрибуции, установление параметров дистрибутивных конструктов, аффилированных к новым понятиям современной интернет-лингопластики.

Материалом исследования послужили данные интернет- и радиодискурсов.

В качестве методов исследования использованы когнитивный, дистрибутивный, контекстуальный, конситуативный, культуроведческий, социолингвистический анализы, а также метод дискурсивного анализа и метод семантического дифференциала.

Исследование выполнено в русле социолингвистического подхода, который позволил выделить различные типы дистрибуций, активно влияющие на формирование позитивной или негативной экологии коммуникативного акта и соответствующие ритму жизни современного русского языка.

Выявлены и описаны новые типы дистрибутивных конструктов, каждый из которых проиллюстрирован примерами из современного медиадискурса. Особое внимание уделено анализу различных типов социокоммуникативных и психоэмоциональных ситуаций как одному из конструктов дистрибуции. Продемонстрированы информационная и креативная функции стиля современных масс-медиа, реализация которых обеспечивает создание словоформ для обозначения новых понятий.

Проведено сопоставление лексической, грамматической и инноваторско-креативной дистрибуций, маркированных глобальной экспрессивизацией и эмоционализацией.

Научная значимость проведенного исследования состоит в том, что в нем предложен нетривиальный подход к традиционному лингвистическому понятию дистрибуции, который позволил уточнить терминопонятие дистрибуции, установить параметры дистрибутивных конструктов, аффилированных к новым понятиям, возникающим в интернет- и радиодискурсах.

Практическая значимость работы определяется возможностью использовать материалы и выводы исследования для дальнейших социокультурных и лингвистических исследований современных масс-медиа, составить перечень перспектив как проект будущих исследований: дисконтактная, дистантная, отложенная, отдаленная, акция, ситуация, событие, конфессия, культура, социальная среда, контекст главы / раздела / части книги, микро-/макроконтекст, вертикальный контекст всей книги, мегаконтекст, глобальный контекст.

Результатом исследования является выявление и характеристика новых конструктов дистрибуций: ситуативного (в его различных разновидностях), акционального, реактивного (стимул 'vs' реакция), сущностного.

Ключевые слова: коммуникология, лингвозекология, медиадискурс, коммуникативная ситуация, дистрибуция, дистрибутивный конструкт.

V.I. Shakhovskiy

Volgograd State Social and Pedagogical University, Russia, Volgograd
e-mail: shakhovsky2007@yandex.ru

Linguistic novel about types of distribution (sociolinguistic approach)

The article is devoted to the problem of the broad understanding of the communicative-grammatical term "distribution".

The purpose of the article – to clarify the concept of distribution, to establish the parameters of distributive constructs affiliated with the new concepts of modern Internet linguoplasticity.

The research material: the data of Internet and radio discourses. Cognitive, distributive, contextual, consultative, cultural, sociolinguistic analyzes, the research methods: the method of discourse analysis and the method of semantic differential.

The study was carried out in line with the sociolinguistic approach, it identifies various types of distributions that actively influence the formation of a positive or negative ecology of the communicative act and correspond to the rhythm of life of the modern Russian language.

New types of distributive constructs are identified and described, illustrated with examples from modern media discourse. Particular attention is paid to the analysis of socio-communicative and psycho-emotional situations as one of the distribution constructs. The modern mass media informational and creative functions are demonstrated, the implementation of which ensures the creation of word forms to denote new concepts. Comparison of lexical, grammatical and innovative-creative distributions marked by global expressivization and emotionalization is carried out.

The scientific study proposes a non-trivial approach to the traditional linguistic concept of distribution.

The practical significance: the opportunity to use the materials and conclusions for further socio-cultural and linguistic research of modern mass media, the future prospects: discount, distant, deferred, distant, action, situation, event, confession, culture, social environment, chapter context / sections / parts of the book, micro / macro context, vertical context of the entire book, megacontext, global context.

The result of the study is the identification and characterization of new distribution constructs: situational (in its various varieties), actional, reactive (stimulus 'vs' reaction), essential.

Key words: communicology, linguoecology, media discourse, communicative situation, distribution, distributive construct.

В.И. Шаховский

Волгоград мемлекеттік әлеуметтік-педагогикалық университеті, Ресей, Волгоград қ.
e-mail: shakhovsky2007@yandex.ru

Бөлу түрлері туралы лингвистикалық жаңалықтар (әлеуметтік тиісі)

Мақала коммуникативті-грамматикалық терминдердің таралуын кеңінен түсіну мәселесіне арналған. Мақаланың мақсаты – дистрибуция ұғымын нақтылау, заманауи интернет лингвопластикасының жаңа тұжырымдамаларымен байланысты дистрибутивтік құрылымдардың параметрлерін белгілеу. Зерттеу материалы Интернет және радио дискурстарының мәліметтері болды. Зерттеу әдістері ретінде когнитивті, дистрибутивтік, контекстік, консультациялық, мәдени, әлеуметтік лингвистикалық талдаулар, сонымен қатар дискурсты талдау әдісі және семантикалық дифференциал әдісі қолданылды. Зерттеу коммуникативтік актінің жағымды немесе жағымсыз экологиясының қалыптасуына белсенді әсер ететін және қазіргі орыс тілінің өмір ырғағына сәйкес келетін бөлудің әртүрлі түрлерін анықтауға мүмкіндік берген социолингвистикалық тәсілге сәйкес жүргізілді. Дистрибуторлық конструкциялардың жаңа түрлері анықталып сипатталады, олардың әрқайсысы заманауи медиа дискурстан мысалдар келтірілген. Тарату құрылымдарының бірі ретінде әлеуметтік-коммуникативті және психоэмоционалды жағдайлардың әртүрлі түрлерін талдауға ерекше назар аударылады. Заманауи бұқаралық ақпарат құралдарының стилінің ақпараттық-шығармашылық функциялары көрсетілген, олардың орындалуы жаңа ұғымдарды білдіретін сөз формаларын құруды қамтамасыз етеді. Жаһандық экспрессиализация мен эмоционализациямен белгіленген лексикалық, грамматикалық және инновациялық-шығармашылық үлестірулерді салыстыру жүзеге асырылады. Зерттеудің ғылыми маңыздылығы мынада: ол тарату ұғымын нақтылауға, Интернетте пайда болатын жаңа ұғымдармен байланысқан дистрибутивтік құрылымдардың параметрлерін орнатуға мүмкіндік берген дәстүрлі лингвистикалық дистрибуция тұжырымдамасына тривиальды емес тәсілді ұсынады. Жұмыстың практикалық маңыздылығы зерттеу материалдары мен қорытындыларын қазіргі бұқаралық ақпарат құралдарын одан әрі әлеуметтік-мәдени және лингвистикалық зерттеу үшін пайдалану, болашақтың жобасы ретінде перспективалар тізімін құру мүмкіндігімен анықталады: жеңілдік, алыс, кейінге қалдырылған, алыс, іс-әрекет, жағдай, оқиға, конфессия, мәдениет, әлеуметтік орта, тараудың мазмұны / кітаптың бөлімдері / бөліктері, микро / макромәнмәтін, бүкіл кітаптың тік контексі, мегаконтекст, ғаламдық контекст. Зерттеудің нәтижесі жаңа таралу құрылымдарын анықтау және сипаттау болып табылады: ситуациялық (әр түрлі сорттарында), әрекеттік, реактивті ('vs' реакциясы), маңызды.

Түйін сөздер: коммуникология, лингвоэкология, медиа-дискурс, коммуникативті жағдай, таралу, дистрибутивтік құрылым.

Введение

Язык и общество тесно взаимодействуют через множество коммуникативных сред и через главного пользователя языка. Человек всегда субъективен. Философы обсуждают проблему, является ли окружающий его мир объективным: все люди говорящие видят один и тот же мир по-разному. Так было всегда, и так будет тоже всегда. Отсюда извечная проблема, которая пронизывает несколько научных парадигм – «Язык и общество».

Проблемой, которой ни лингвоэкология, ни коммуникология еще подробно не занимались, является проблема пересмотра содержания терминопонятия *дистрибуция*. В традиционном подходе под *дистрибуцией* понимается окружение слова справа и слева, т.е. микроконтекст. Для понимания социально-экологического портрета коммуникативной личности представляется необходимым пересмотреть и расширить понимание дистрибуции, особенно, с точки зрения социолингвистического подхода. Языковая практика на материале разных языков показывает, что одним из конструктов дистрибуции, участвующим в формировании смысла высказывания / текста, является социокультурный / временной компоненты.

Рассмотрим несколько случаев расширительного понимания функционально-смысловой нагрузки понятия дистрибуции. Напомню, что в связи с этим термином в методике лингвистических исследований широко известны метод дистрибутивного анализа и метод субституции (Шаховский, Шейгал 2010: 123).

Вышеприведенное обоснование объясняется динамическими процессами в российском и мировом коммуникативном пространстве, появлением новой реальности, новой этики, новой морали и фундирующими их новыми понятиями в рациональном и эмоциональном сознании / мышлении / речепорождении. Поэтому целью данного исследования являются поиск, социолингвистический анализ и соответствующий комментарий к новым конструктам коммуникативной практики.

Функционирование современного русского языка все время подвергается психосоциальным вызовам, являющимся специфическими акциями для поведенческих реакций *homo loquens*. Выдвигается гипотеза о нарождающейся диагностической лингвистике, которая может просчитать возможные вербальные реакции, предупреждающие нежелательные аффекты.

Материалы и методы исследования

Исследовательским вопросом данной статьи является установление новых параметров дистрибутивных конструктов, аффилированных к новым понятиям современной интернет-лингвопластики.

Материалом исследования явились интернет- и радиодискурсы, отражающие современную жизнь русского языка во всех видах общения.

Методами данного исследования стали когнитивный, дистрибутивный, контекстуальный, конситуативный, культуроведческий, социолингвистический анализы. Кроме этого широко использован метод дискурсивного анализа (например, *ковидэмы*, *экологемы* и др.), полевой метод, аксиологический и метод семантического дифференциала (Caffi, Janney 1994: 325–373; Edmondson 1992: 63–71; Goleman 1997: 354; Hoffstede 2001: 22–28; Semin 2002: 11–28).

Результатом исследования является перечень новых конструктов дистрибуций современного интернет и политдискурса. В этот перечень включены такие конструкты, как ситуативный (в его различных разновидностях), акциональный, реактивный (стимул ‘vs’ реакция), конструкт, обусловленный соотношением существования и сущности. Проведено сопоставление лексической, грамматической и инноваторско-креативной дистрибуций, обусловленных дыханием нового времени, маркированных глобальной экспрессивизацией и эмоционализацией.

Результаты и обсуждения

Л.Н. Толстой считал, что основным назначением художественной литературы является воспитание человека и, прежде всего, воспитание его эмоций через слово. Я думаю, что он имел в виду воспитание чистых эмоций, т.е. экологических, – так называемую эмоциональную правду, которая, к сожалению, не всегда экологична. См. поговорку: «Лучше горькая правда, чем сладкая ложь». В первой части фразы – эмоциональная правда, а во второй – эмоциональная неправда.

Другим фактором, влияющим на смысловую конкретизацию, является дистрибуция слова в его конситуации, задающие соответственно экологичность или неэкологичность общения. Среди различных конситуаций важнейшее место функционирования языка и речи отводится социальной ситуации. Язык существует в социуме, а социум постоянно деформируется в

силу многих причин: политических, идеологических, экономических и других (Шаховский 2020: 483-500). Среди этих причин есть такие, которые порождают новые понятия, требующие вербальной формы и определенной смысловой насыщенности.

Дистрибуция может быть вербальной, акциональной, образной, социокультурной. С другой стороны, она может быть контактной и дистантной, при этом дистант может быть как территориальный – внутри предложения, абзаца, главы, текста всей книги, так и временной. Другими словами, речь может идти о горизонтальной и вертикальной дистрибуциях. Особо следует упомянуть дистантную / отдаленную / отодвинутую / отложенную дистрибуцию. Она может быть отодвинута как по горизонтали, так и по вертикали: внутри одного текста или между текстами / интертекстами, в том числе и по времени.

Ж. П. Сартр, теоретик экзистенциализма, писал: «Существование опережает сущность», поэтому вербальная номинация сущности иногда отстаёт, а иногда названия появляются одновременно с явлениями, но смысловое содержание развивается по мере установления сущности новых понятий внутри вербальных форм (Сартр 1990: 398). Вот почему неизменная форма слова существует дольше его первичного содержания, которое с течением времени может затемняться этимологически. Повседневная практика доказывает, что вначале происходит акция, а затем реакция. При этом акция выступает стимулом для реакции (реагирования) в нескольких аксиологических моделях. Нулевая акция может провоцировать три типа реакции: нулевую, позитивную, негативную; позитивная акция – нулевую, позитивную, негативную; негативная – нулевую, позитивную, негативную. Примеры этого варьирования известны из коммуникативной практики каждому речевому партнеру. Напомню, что по Сепиру и Уорфу, язык может не только отражать, номинировать действительность, но и формировать ее. Доказательством этой гипотезы является результативность определенной идеологии через ее пропаганду и агитацию. Ее успех состоит в том, что человек начинает верить словесным образам, а не реальной действительности вокруг него. А также начинает создавать небывалые никогда в речи конструкции дистрибуции. Например, в последнее время медиасреда стала активно порождать новые понятия: *памятникопад* (по образцу *листопад*), *ленинопад*, *сталинопад*, *губернаторопад* – такой тип дистрибуции можно определить как телескопический конструкт.

Появилось такое понятие, как восстановление памятника (о Дзержинском). Медиакреаторы создали язвительное новое понятие: *мобильный памятник* (захотели – снесли, захотели – вернули). Это очень удобно, если ставить все памятники на колесах: меняется идеология или психолого–политическая атмосфера в обществе и памятник то убирают, то возвращают. Памятник на колесах – это экономично и быстро.

Во время эпидемии появилось новое понятие *вертолетные деньги*, которое осмысливается и декодируется только благодаря определенной социальной ситуации и примерами правительств разных стран, раздающих деньги всему населению в целях экономической поддержки. Вне этой ситуации названный дистрибутивный конструкт не декодируется или декодируется неправильно. Другим примером с тем же дистрибутивным конструктом Covid–19 является новое понятие *ковидный занавес*, которое ассоциируется с давним понятием *железный занавес* по функции – запрет на некоторые межгосударственные контакты. Еще одно новое понятие, можно даже сказать новейшее, которое тоже появилось в ковидарии, – это *длинные выходные*, – тоже конструкт понятен, но в определенном вербальном и ситуативном контекстах (имеются в виду майские выходные 2021 года).

Совершенно новым понятием является такой дистрибутивный конструкт, как *недружественные страны*, по ассоциации с конструктом *дружественные страны*, который привычен, прозрачен и потому понятен всем говорящим. Понятие *недружественные страны* входит в структуру дистрибуции *ковидный занавес*, но с добавлением смыслового признака «политическое противодействие», типа «антисанкции». Осовремененным является понятие *эманация власти*: без углубления в древнюю философию Демокрита и Аристотеля этот дистрибутивный конструкт как минимум загадочен, а как максимум – непрозрачен, а потому непонятен для большинства коммуникантов. Но с учетом современного социоконтекста – усиление законодательства с целью сохранения стабильности в обществе всё более становится понимаемым как усиление, расширение государственности. Видимо, Сартр был неправ: вербальная форма (существование) есть, а суть не всегда понятна, т.е. не осмысливается до конца.

Приведу примеры других новых понятий современной социосистемы, таких как: *референтная группа*; *аудиот* (человек с наушниками, не слышащий внешних звуков); *ген демократии*;

день сухого пряника (ветерана в солидных годах чиновник награждает подарком – пакетом с засохшими пряниками вместе с праздничной открыткой); *антисанкции*; *гендерные трансформеры*.

В теории слова и в теории грамматического феномена дистрибуции давно уже известны различия между лексической и грамматической семантикой, и, соответственно, между лексическими и грамматическими дистрибуциями. Классическим является пример Л. В. Щербы «Глокая куздра штеко будланула бокра и курдючит бокренка», а также примеры из английской грамматики «Colourless green ideas sleep furiously» (бесцветные зеленые идеи бешено спят). В этих и аналогичных дистрибутивных высказываниях смысл прозрачен благодаря синтаксической семантике членов предложений. В обоих изречениях слова бессмысленны с точки зрения лексической семантики, но их форма и синтаксическая позиция / функции безошибочно осмысливают грамматический конструкт дистрибуции. На этом же принципе построена сказка Л. Петрушевской «Сяпала Калуша с калушатами по напушке и увазила бутявку ...». В. Г. Гак считал, что всегда найдется ситуация, в которой лексически правильные / реальные слова даже в необычных дистрибуциях могут приобретать осмысленность и субъективную объективность: *Моя машина красиво сошла с ума* (Гак 1998: 768).

Интересным случаем является дистрибутивная конструкция из современной песни о любви: «Я устала ходить по горячему снегу». Дистрибуция *горячий снег* не нова. Еще в прошлом веке Ю. Бондарев прославился своим романом о Сталинградской битве под названием «Горячий снег». А один из треков И. Кобзона также называется «Горячий снег». Но один и тот же конструкт в разных ситуациях декодируется по-разному. Вот почему я считаю совершенно необходимым выделить в качестве самостоятельного дистрибутивного конструкта коммуникативную ситуацию.

Одним из конструктов дистрибуции может быть и социокультурный конструкт, связанный с конкретной нацией и конкретным сленговым феноменом. Ярким и общеизвестным примером культурного конструкта дистрибуции является название фильма «Летят журавли», которое перед кинопрокатом во Франции было переведено на французский язык без учета культурных реалий. Задолго до демонстрации фильма французы выстаивались в длинные очереди, чтобы приобрести билеты на этот фильм, но после первого просмотра зрители начали активно возвращать

билеты в кассы. Слово *журавли* во французском языке имеет сленговое значение «уличная проститутка». Поэтому французский кинопрокат срочно перевел название фильма как «Летят аисты», что снизило интерес некоторых французов к фильму.

Может быть дистрибутивным конструктом и такая новелла, как *гендерные трансформеры*. Острая международная политическая повестка (та или иная) тоже может послужить конструктом специфических новых дистрибуций, вербально оформляющих их семантику, например, проблема климата отражена в языке такими климотемами, как *зелёное время/экономика/программа/люди/паспорта* и др., которые объединяются под обширным понятием Greenpeace (Движение зеленых). Социолингвистический анализ показывает, что новые дистрибуции в вербальных формах новых социальных понятий могут порождаться как без всякой опоры на прошлые языковые формы, так и на уже существовавшие ранее (партия зелёных).

Политические события различного рода также могут служить пушером новых дистрибутивных конструктов: *берлинский пациент, перебить повестку* (например, одно событие, долгое время существовавшее в медиадискурсе, внезапно заменяется на другое, а потом на третье). Социум богат на быструю смену событий различного рода, а это, в свою очередь, меняет медийную повестку обсуждения (*Украинский дискурс* был заменен *Навальнинским дискурсом*, который был сменён очередным событийным фактом и вот теперь появился *дискурс Казанского стрелка*). Такой феномен, как *новостные перебивы* также является источником новых дистрибутивных конструктов. Приведу примеры и других новых понятий с необычными дистрибутивными конструктами: *ментальная война; недобросовестная номинация; лингвоэкологическое право человека; эмоциональная правда; ядерный / моледажный терроризм* и др.

Примером специфической вербальной дистрибуции (дистантной) является ремарка М. М. Жванецкого: «Как жаль, что вы, наконец, уходите». Начало высказывания говорит о сожалении (*жаль*), а вставка слова, наконец, меняет смысл слова *жаль* на обратный. Результатом такой дистрибуции является реверсия смысла, приводящая к эффекту обманутого ожидания. Данный пример иллюстрирует отодвинутую, отложенную дистрибуцию внутри одного высказывания.

Довольно неожиданным совсем недавно оказался случай отодвинутой дистрибуции, но не в

пределах длинного текста (книги), а в пределах «раздвинутого» временного периода: в течение нескольких лет телеведущий В. Познер отмечал свой день рождения в Грузии. Он отправлялся туда с группой своих российских друзей на встречу со своими грузинскими друзьями. Отправился он в такой вояж и в этом году. В предыдущие годы банкет в одном и том же ресторане проходил успешно и приятно. В этом году большая группа грузин встретила В. Познера и его друзей недружественно: очень шумно и грубо они оскорбляли В. Познера при его заселении в гостиницу и при его появлении в ресторане. Они начали требовать немедленного отъезда В. Познера из страны, не позволили В. Познеру и его друзьям отпраздновать его день рождения, настояли на его немедленном отправлении в аэропорт, забросали яйцами автобус, на котором он отправился туда, и буйствовали вплоть до его отлета с группой друзей в Москву. Причиной такой грузинской реакции была предыдущая акция В. Познера: 8 лет назад после грузино-российской войны В. Познер, выступая по грузинскому ТВ, заявил о том, что грузины никогда не получают назад ни Южную Осетию, ни Абхазию. В данном случае мы имеем отодвинутую / отложенную реакцию некоторой части грузинского населения на упомянутую акцию В. Познера.

Примером, когда конструктом дистрибуции является весь текст книги, и только он расшифровывает смысл ее названия, являются, например, два романа Джона Брейна «Путь наверх» и «Жизнь наверху». В отличие от вышеприведенного примера с названием кинофильма «Летят журавли», которое было правильным для одной культуры и неправильным – для другой, в случае с книгами Дж. Брейна сущностным оказалось не различие между русской и английской культурами, а само содержание книг. Только после прочтения обоих романов переводчик получил возможность возвратиться к повторному переводу их названий, которые пришлось изменить, поскольку первоначальный перевод оказался неправильным. Первоначально роман этого писателя «Room at the top» был переведен «Мансарда» («Комната наверху»), а контекст книги позволил переименовать ее «Путь наверх». После этого перевод названия второго романа «Life at the top» как «Жизнь наверху» («Жизнь светского общества») стал закономерным. Из теории перевода известно, что название любого текста (титул), должно содержать суммативный намёк на его содержание. Таких случаев в переводоведении много, когда дистрибуция, составляющая

определенное сочетание слов, регулируется вертикальным смысловым содержанием всего текста, а не горизонтальным (линейным).

Интересным примером культурной специфичности как мотиватора дистрибутивного конструкта является ситуативно-вербальная дистрибуция англоязычного артикля the. В одном из американских фильмов встречается эпизод, когда артикль the в паре с определенной бытовой ситуацией формирует дистрибутивную пару, снимающую смысловую неоднозначность. Ситуация № 1 в винном магазине: покупатель, обращаясь к продавцу, указательным пальцем показывает ему на определенные бутылки со спиртным и произносит «The! The! And the!» Продавец его адекватно понимает и подает ему запрашиваемое спиртное. Ситуация № 2 за пределами винного магазина: мигрант обращается к проходящему мимо мужчине, открывает левый борт своего пиджака, в кармане которого стоит бутылка со спиртным, и вопросительно произносит «The?», на что адресат утвердительно отвечает: «The!». В обоих случаях дистрибутивный конструкт – ситуация общения позволяет коммуникации осуществляться адекватно.

Напомню, что слово в словаре и слово в речи, т.е. в конситуации в вербальной, акциональной, образной, культурной дистрибуциях – не одно и то же. Вот почему современные словари не могут быть достаточно объективными для обучения экологичной коммуникации, и коммунологи давно перед лексикографами ставят задачу создания ситуативных словарей. Прообразом таких словарей являются, например, экологические словари (Сущенко 2011: 424; Сковородников 2017: 384). Это объясняется тем, что речевое слово в многочисленных конситуациях и дистрибуциях выкристаллизовывает свои коммуникативные смыслы, правильное, адекватное использование которых улучшает взаимопонимание людей и их мироощущений. А грустный факт современной коммуникации заключается в том, что люди не всегда правильно понимают друг друга и порой неадекватно воспринимают окружающий их мир. Этот факт в медиадискурсе объясняется сбитым фокусом восприятия, который является одним из пазлов медиаландшафта. Именно поэтому новая научная парадигма «Эмотивная лингвоэкология» является своевременным ответом на очередной вызов социума (Эмотивная лингвоэкология... 2013: 450; Шаховский 2017: 359).

Приведу примеры, когда конструктом дистрибуции является определенная временная эпоха, меняющая смысловое содержание и ассоци-

ации связанные с ключевым словом. Имя М. С. Горбачева в разных политических и временных дискурсах, как дистрибутивных конструктах, за время его нахождения у власти трансформировало свое смысловое содержание / коннотации / ассоциации и, соответственно, его экологию и социальный эффект / прагматику. Ср.: *Горбачев и Берлинская стена*. Эта дистрибуция породила концептуальный неологизм *Горби*, выражающий симпатию и любовь немцев к Горбачеву. С его именем также связаны акциональные события-дистрибуции: *перестройка, новое мышление, ветер перемен*, которые в начале этих процессов имели позитивно-экологичный смысл, а в конце – приобрели негативный: *террорстройка, узко-стройка, катастрошка* и др. В двадцатых годах 21 века все чаще в медиановостных программах стали звучать различные оттенки нового понятия *исторические разночтения*. И это относится не только к горбачевскому периоду истории страны, но и к другим историческим эпизодам.

Следующий дистрибутивный конструкт – посадка М. Руста на Красной площади, которая обозначала позор Министерства обороны и ПВО СССР и была ударом по имени Горбачева. Завершением дистрибуций по престижу Горбачева явилась ситуативная дистрибуция «развал СССР». В итоге имя Горбачева вошло в историю как асимметричный дуализм экологичности ‘vs’ неэкологичности и сменило свой оценочный знак на противоположный.

Конструктом новых дистрибуций может служить и формирование новой реальности / нормальности, новой этики / стилистики и новой морали человеческих взаимоотношений. Примерами номинаций новых процессов и кибернетических инноваций могут служить такие номинации, как *троллинг, булинг, абьюзинг, групповые самоубийства, склонение к детскому суициду* («группы смерти» в интернете), *экспансия домашнего насилия, массовых расстрелов, школьного и молодежного абьюзинга, расчлененка (Расчлененград)*. Но и в этой новой реальности зло не перестает быть злом, добро не перестает быть добром. Заметно усиливается дуализм асимметрии добра и зла (Косериу 1963: 143–343), что заметно в более частотном доминировании негативной лексики и проявлении негативных / токсичных черт человека в обиходном, реальном и виртуальном общении. Речеведы отмечают частичное или полное выпадение из функционирования таких слов, например, как *честь, совесть, добродетель, сопереживание, милосердие, добронравие, эмпатия* и др. Призыв

лингвистов к внедрению позитивного общения в коммуникативный дискурс см., например в работе О. А. Леонтович (2019: 178–183).

К числу базового негатива во всех видах современного человеческого общения многие психологи относят лживость, которой посвящено много научных исследований, находит она отражение и в песенном, и в поэтическом, и в прозаическом жанрах. Приведу всего лишь один пример из недавно появившейся песни в исполнении А. Буйнова «Правда и Ложь»:

Правда с ложью воюют за истину / Часто силы бывают равны / Отбивает ложь середину / Остаются правде концы.

Ложь таскает чужие каштаны / Лесть и хитрость скрывают зло / Правда носит пустые карманы / Молит слабый в церкви добро.

Ложь всегда найдёт аргумент / Правда часто краснеет от боли / У обмана слащавый акцент / Правда губы кусает до крови.

Поводок у правды короткий / У вранья упёртая шея / Источая загромок жёсткий / Запах смеси тяжёлого спрея.

Эго ложь прикрывает ресницами / И кокетливо нагло врёт / Правда сводит концы с концами / И стыдливо на помощь зовёт.

Часть неправды – всегда правда / Ловко ложь достаёт инструмент / И на струнах души так сладко / Дует в уши лживый кларнет.

Жизнь кружит, забавляя историю / Дёготь лжи слагает сонет / Победит правда ложь фальшивую / И в основе библейский сюжет.

Очевидным является факт негативного эмоционально-аксиологического отношения автора этого произведения к лжи/ лживости, противопоставление правде / правдивости. Современная эпоха характеризуется эмоционализацией и экспрессивизацией социума. Отсюда и следующие креатемы – вербальные формы новых понятий, задающих новые дистрибуции и дискурсы: *разогнать эмоции до предела; кипятить эмоции; накачивать ненавистью; минута ненависти; эмоциональные качели; немотивированные эмоции; возгонка ненависти; (не)упорядоченные эмоции; чистые эмоции; организованные эмоции; эмоциональное выгорание / эмоциональное отправление* и др. Такие креатемы напоминают цунами языка вражды, поэтому считаю справедливым в качестве дистрибутивного конструкта отдельно вычленив и психоэмоциональную ситуацию в говорящем обществе и весь кластер негативных эмоций.

Злободневной темой сегодняшнего коммуникативного момента является экология общения,

которая запустила в обиход следующие креатемы: *экопросвещение; гражданская экология; экология сознания, эго-экология; экологическая ниша; экосфера; экокислота помыслов; экоспсихогигиена; экологическая матрица; токсичная коммуникативная личность; экологическая нетерпимость; уровень тревожности россиян; экосекс; экоэнергетика слов; экокочели* и т.п. Эти и им подобные концептуальные неологизмы активно функционируют в интернет- и радиодискурсах.

Получается, что количество типов и видов ситуативных и коммуникативно-акциональных дистрибуций все время увеличивается, проблема экологизации и социализации речевого взаимодействия членов социума обостряется. Дистрибуции становятся все более неожиданными: *правильный / неправильный мед, умный станок, умная машина, умное голосование; гражданин-поэт, юрийгагарин, медиа пейзаж / фигура / образ; элитный алюминий* и др. Почти во всех приведённых здесь креатемах мы наблюдаем неожиданные дистрибуции сочетаемости и необычную орфографию. В связи с этим и возрастает роль лингвистики (в частности коммуникологии и социолингвистики) как отдельных научных парадигм в изучении речевого поведения коммуникантов во всех видах общения: межперсональном, групповом, институциональном, и межконфессиональном / культурном (Danes 1987: 272–291). Поэтому естественно, что у многих негуманитариев возникает вопрос: «Что не так с лингвистикой»? Отвечу так: «Лингвистика может объяснить многое, но для этого у нее должно быть более широкое поле открытости».

Заключение

Таким образом, в данной статье рассмотрена проблема расширительного понимания коммуникативно-грамматического терминопонятия *дистрибуция*, что объясняется динамичными социоэкономическими и политическими

процессами современного мирового общества. Такой социолингвистический подход к давно известному в лингвистике термину позволяет конструировать различные типы дистрибуций, влияющие на формирование соответствующей экологии коммуникативного акта – позитивной или негативной и соответствующие ритмам современной жизни языка. В отличие от традиционного подхода к содержанию терминопонятия лингвистической дистрибуции (окружение слова «справа–слева» – контактная) новый нетривиальный подход позволяет составить перечень перспектив как проект будущих социокультурных и лингвистических исследований: *дисконтактная, дистантная, отложенная, отдаленная, акция, ситуация, событие, конфессия, культура, социальная среда, контекст главы / раздела / части книги, микро-/макроконтекст, вертикальный контекст всей книги, мегаконтекст, глобальный контекст.*

К перечню выявленных в результате исследования дистрибутивных конструктов относится и новая / параллельная / контр- / альтернативная реальность / нормальность, как временная эпоха – условие функционирования конкретного языка. Сюда же относятся и новая этика, новая стилистика / риторика, новая мораль, новые ценности, новые стигмы. Вот почему одно и то же слово в разных дистрибуциях (ситуациях) может иметь разную экологию, как позитивную, так и негативную.

Учитывая психоэмоциональный тренд современного социума, провоцируемый многочисленными природными, человеческими, научно-техническими и социальными вызовами, одним из основных конструктов дистрибуции являются бурлящие в разных социумах эмоции. Поэтому результаты проведенного исследования позволяют утверждать, что одной из основных задач современной мировой лингвистики является обуздание человеческих эмоций языком, его лингвопластикой и переориентацию всех видов общения на позитивный вектор.

Литература

- Гак В. Г. (1998) Языковые преобразования. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1998. – 768 с.
 Косериу Э. (1963) Синхрония, диахрония и история // Новое в лингвистике. – Вып. 3. – М.: Иностранная литература, 1963. – С. 143–343.
 Леонтович О. А. (2019) Позитивная личность: коммуникативные особенности и поведенческие характеристики // Известия ВГСПУ: Филологические науки. – 2019. – № 1 (134). – С. 178 – 183.
 Сартр Ж.-П. (1990) Экзистенциализм – это гуманизм // Сумерки богов. – М. : Политиздат, 1990. – 398 с.
 Сквородников А. П. Экология русского языка. Словарь лингвоэкологических терминов. – М. : Флинта, 2017. – 384 с.

Сущенко Е. А. Словарь-справочник лингвоэкологических терминов и понятий / под ред. Л. Г. Татарниковой. – СПб. : Петрополис, 2011. – 424 с.

Шаховский В. И. Бомбардирование культурного кода ЯЗЫКА современной информационной средой // Язык, культура, творчество: Мировые практики изучения. Сборник научных статей к 90-летию профессора В. Н. Телия / отв. ред. И. В. Зыкова, В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2020. – С. 483–500.

Шаховский В. И. Триада экологий – человек, язык, эмоции – в современной коммуникативной практике. – Волгоград: Перемена, 2017. – 359 с.

Шаховский В. И., Шейгал Е. И. Методика лингвистических исследований. – 2-е изд., стер. – Волгоград: Перемена, 2010. – 123 с.

Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве: коллективная монография / ред. В. И. Шаховский – Волгоград: Перемена, 2013. – 450 с.

Caffi, Janney (1994) Caffi C., Janney R. Toward a Pragmatic of Emotive Communication // Journal of Pragmatics. – Vol. 22. – 1994. – P. 325–373.

Danes (1987) Danes F. Cognition and Emotion in Discourse Interaction: A Preliminary–Survey of the Field. Preprints of the Plenary Session papers. XIVth International Congress of Linguists. Berlin. 10–15 August 1987. – Berlin, 1987. – P. 272–291.

Edmondson (1992) Edmondson W. Affect and Language Development // Proceedings... Tübingen: Niemeier, 1992. – P. 63–71.

Goleman (1997) Goleman D. The Emotional Intelligence. Why it Can Matter More than IQ? – Bentam Books, 1997. – 354 p.

Hoffstede (2001) Hoffstede J.H. National Character and National Stereotypes. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations, 2001. – P. 22–28.

Semin (2002) Semin Yuri R., Yorts, Carien A. et all. Cultural Perspectives on the Linguistic Representation of Emotion and Emotion Events // Cognition and Emotion. – V. 16. – № 1. – 2002. – P. 11–28.

References

Gak V. G. (1998) Yazykovye preobrazovaniya [Language transformations]. – М. : Shkola «Yazyki russkoy kul'tury», 1998. – 768 s. (In Russian).

Koseriu E. (1963) Sinhroniya, diahroniya i istoriya [Synchrony, diachrony and history] // Novoe v lingvistike. – М., 1963. – Vyp. 3. – S. 143–343. (In Russian).

Leontovich O. A. (2019) Pozitivnaya lichnost': kommunikativnye osobennosti i povedencheskie karakteristiki [Positive personality: communicative features and behavioral characteristics] // Izvestiya VGSPU: Filologicheskie nauki. – 2019. – No 1 (134). – S. 178 – 183 (In Russian).

Sartr ZH.-P. (1990) Ekzistentsializm – eto gumanizm [Existentialism is humanism] / ZH.-P. Sartr // Sumerki bogov. – М. : Politizdat, 1990. – 398 s. (In Russian).

Skovorodnikov A. P. (2017) Ekologiya russkogo yazyka. Slovar' lingvoekologicheskikh terminov [Ecology of the Russian language. Dictionary of linguoecological terms]. – М.: Flinta, 2017. – 384 s. (In Russian).

Suschenko E. A. (2011) Slovar'-spravochnik lingvoekologicheskikh terminov i ponyatij / pod red. L. G. Tarnikovoy [Dictionary-reference book of linguoecological terms and concepts]. – SPb. : Petropolis. 2011. – 424 s. (In Russian).

Shahovskiy V. I. (2020) Bombardirovanie kul'turnogo koda YAZYKA sovremennoy informatsionnoy sredoy [Bombardment of the cultural code of the LANGUAGE by the modern information environment] // Yazyk, kul'tura, tvorchestvo: Mirovye praktiki izucheniya. Sbornik nauchnykh statey k 90-letiyu professora V. N. Teliya / отв. red. I. V. Zykova, V. V. Krasnyh. – М.: Gnozis, 2020. – S. 483–500 (In Russian).

Shahovskiy V. I. (2017) Triada ekologiy – chelovek, yazyk, emotsii – v sovremennoy kommunikativnoy praktike. [The Triad of ecologies-man, language, emotions-in modern communicative practice]. – Volgograd: Peremena, 2017. – 359 c. (In Russian).

Shahovskiy V. I., Sheygal E.I. (2010) Metodika lingvisticheskikh issledovaniy. [Methodology of linguistic research]. – 2-e izd., ster. – Volgograd: 2010. – 123 s. (In Russian).

Emotivnaya lingvoekologiya v sovremennom kommunikativnom prostranstve (2013). [Emotive linguoecology in the modern communicative space]. – Volgograd, 2013. – 450 s. (In Russian).

Caffi, Janney (1994) Caffi C., Janney R. Toward a Pragmatic of Emotive Communication // Journal of Pragmatics. – Vol. 22. – 1994. – P. 325–373 (In English).

Danes (1987) Danes F. Cognition and Emotion in Discourse Interaction: A Preliminary–Survey of the Field // Preprints of the Plenary Session papers / XIVth International Congress of Linguists. Berlin. 10–15 August 1987. – Berlin, 1987. – P. 272–291 (In English).

Edmondson (1992) Edmondson W. Affect and Language Development // Proceedings... Tübingen: Niemeier, 1992. – P. 63–71 (In English).

Goleman (1997) Goleman D. The Emotional Intelligence. Why it Can Matter More than IQ? – Bentam Books, 1997. – 354 P. (In English)

Hoffstede (2001) Hoffstede J.H. National Character and National Stereotypes // Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations, 2001. – P. 22–28. (In English)

Semin (2002) Semin, Yuri R., Yorts Carien A. et all. Cultural Perspectives on the Linguistic Representation of Emotion and Emotion Events // Cognition and Emotion. – V. 16. – № 1. – 2002. – P. 11–28 (In English).