

А. Н. Столярова

**КЛИПОВОЕ МЫШЛЕНИЕ И НЕОФРАЗЕОЛОГИЯ
(на материале русского и белорусского языков)**

Психологический тип современного человека является важным экстралингвистическим фактором, влияющим на появление новой фразеологии. В статье рассматриваются особенности клипового мышления как отличительной характеристики представителей нового цифрового общества, анализируется воздействие клиповости на образование неопразем.

Ключевые слова: экстралингвистические факторы, неопразеология, клиповое мышление.

Развитие языка находится в прямой зависимости от ряда условий внутреннего и внешнего порядка. Если внутренние законы развития языка отличаются определенной степенью стабильности, то экстралингвистические условия весьма изменчивы, поскольку разные периоды развития общества отличаются разными доминантами и ориентирами. Социальные, политические, экономические условия неизменно влияют на образование новой лексики и фразеологии, однако в наше время следует учитывать, по мнению Н. С. Валгиной [1, с. 12], еще один фактор, оказывающий влияние на языковые процессы, – это психологический тип представителя нового общества. Поскольку современное общество существует на новом, информационном, этапе развития, это неизбежно приводит к изменению людей, живущих в условиях глобальной информатизации. На них ежедневно обрушиваются потоки информации, чему способствует повсеместное использование сети интернет; «...ввиду фрагментарности подачи информации и разнесению связанных событий по времени, мозг просто не может осознавать и постигать связи между событиями <...> он (человек) имеет в своей голове набор разрозненных фактов, которые практически невозможно объединить в общие цепочки событий и связать между собой» [2, с. 2]. В таких условиях формируется новый тип мышления – клиповое. Данное понятие ввел российский культуролог Ф. И. Гиренок [3, с. 7–8], противопоставляя клиповость, обрывочность, нелинейность традиционному понятийному, линейному мышлению. Т. В. Семеновских определяет клиповое мышление как «процесс отражения множества разнообразных свойств объектов, без учета связей между ними, характеризующийся фрагментарностью ин-

формационного потока, алогичностью, полной разнородностью поступающей информации, высокой скоростью переключения между фрагментами информации, отсутствием целостной картины восприятия окружающего мира» [2, с. 5]. Автором выделяются следующие основные характеристики клипового мышления:

- конкретность мышления;
- фрагментарность;
- ориентация на понятия меньшей степени общности;
- алогичность;
- лабильность.

Клиповое мышление порождается, по мнению К. Г. Фрумкина [4], рядом факторов, среди которых:

1) ускорение темпов жизни и напрямую связанное с ним возрастание объема информационного потока, что порождает проблематику отбора и сокращения информации, выделения главного и фильтрации лишнего;

2) потребность в большей актуальности информации и скорости ее поступления;

3) увеличение разнообразия поступающей информации;

4) увеличение количества дел, которыми один человек занимается одновременно;

5) рост демократии и диалогичности на разных уровнях социальной системы.

В результате воздействия перечисленных факторов развитие клипового мышления становится своего рода защитным механизмом от информационных и психологических перегрузок [5, с. 376; 6, с. 315].

Описанные выше особенности мышления современного человека неизбежно влияют на его способность к общению: оно стремительно переходит из реальности в виртуальность, где обычно сводится к кратким фразам, эмоджонам, мемам, хэштегам. Предпочтение в коммуникации отдается ярким зрительным образам в ущерб языковым средствам. Современными исследователями влияние клиповости на язык видится «в примитивизации языка и, соответственно, картины мира, которые проявляются в минимализации языковых средств в письменной коммуникации. Это связано с тем, что клиповое мышление предъявляет к человеческому мышлению требование “быстрее, еще быстрее”, оно не оставляет времени для сосредоточения и раздумий» [7, с. 2]. На снижение роли языковых средств обращает внимание и Ф.И. Гиренок: «Быстроте мысли мешает увальень-язык. Клиповое мышление старается избежать встречи с языком, свести к минимуму его присутствие. Поэтому первый признак клипового мышле-

ния – это языковой минимализм. Мгновенное схватывание сути дела происходит в образе или наглядной схеме. Клиповое мышление интересуется не способ связывания одного суждения с другим, а наглядное изображение мысли в целом» [3, с. 18]. Об уменьшении роли речи в качестве средства объективизации мышления пишет и В. Л. Лозицкий [5, с. 378].

Таким образом, изменение сознания человека ведет к изменению использования им языковых средств. Востребованными оказываются единицы, сочетающие высокую информативность наряду с образностью, позволяющие кратко и наглядно обрисовать ситуацию, соответствующие требованию «быстро думать и быстро понимать, сокращать объем словесного выражения относительно объема информации» [7, с. 2]. Как нам представляется, неологизмы – именно те единицы, которые отвечают данным условиям, среди которых основными будем считать языковой минимализм и образность, наглядность.

В качестве примера слов-клипов Г. Д. Колдасов [8] приводит следующие: *маунтинбайкер, ситименеджер, догкиллер, бодибилдер, аквабайкер*. Все эти слова представляют собой варваризмы, беспереводные заимствования. Существуют их русские аналоги, однако заимствованные варианты используются гораздо шире, что, видимо, обусловлено и изменяющимся сознанием говорящих, и языковой модой, и стремлением к сокращению языковых усилий (закон языковой экономии).

К словам, порожденным клиповостью, можно отнести и слова-кентавры, как их называет Л. П. Крысин [9, с.173]. Они состоят из двух частей – русской и иноязычной: *web-сайт, www-страница, PIN-код, WEB-адрес* и др. По аналогии со словами-кентаврами, можно говорить и о существовании неологизмов-кентавров. Использование иноязычной части способствует экономии языковых средств и позволяет избежать употребления громоздких объяснительных конструкций:

- *поколение SN (social network)* – люди, активно пользующиеся социальными сетями;
- *поколение Ni-Ni (los que ni estudian ni trabajan)* – о людях, которые не учатся и не работают, объясняя это поиском себя;
- *поколение RESET* – о людях, которые в трудной ситуации не ищут решения проблемы, а бросают все и начинают заново (по аналогии с кнопкой Reset («сброс»));
- *SOS-дзіцячая вёска* (здесь *SOS* – общепринятый сигнал бедствия и аббревиатура *social support* ‘социальная поддержка’);
- *Эфект CNN (CNN effect)* – *Спад эканомікі падчас надзвычайных падзей у свеце, да якога прыводзіць масавае сядзенне перад*

тэлевізарамі і прагляд навінаў, якія датычаць гэтай падзеі (НН, 16.12.2011).

- *пакаленне text* – о людях, которые общаются короткими сообщениями, написанными упрощенным языком. В значении данной неофраземы, по нашему мнению, отражены важнейшие сущностные характеристики клиповости мышления (нелинейность, скорость передачи информации, общение посредством гаджетов, простота, примитивизация языка): *Не аднойчы, я ўпэўнена, вы чулі пра пакаленне пехт, а што наконт пакалення text? Гэта не толькі пра спосаб зносін з дапамогай кароткіх паведамленняў, але і пра новую інтэрнацыянальную мову. Яе асноўныя рысы – прастата, свабодныя адносіны да нормаў і традыцыяў, эмацыйнасць* (ВебСМІ, 19.07.2018).

Пример еще одной неофраземы, которая отражает суть клипового мышления и последствия этого явления, – *эффект Гугл* (бел.). В результате доступности информационных технологий и возможности в любое время выйти в интернет и найти необходимую информацию, многие люди не стремятся запоминать что-либо, анализировать, сопоставлять, а оперируют лишь разрозненными фактами, готовыми мыслями. Отмечается отсутствие необходимости в мыслительных операциях, поскольку готовая информация всегда может быть найдена по поисковому запросу: *Але сёння педагогі і псіхологі кажуць ужо пра «эффект Гугл» – калі запамінаецца не змест, а месца знаходжання інфармацыі, шлях да яе. Заўважана, што сярэдняя працягласць канцэнтрацыі ўвагі ў сучасных дзяцей значна меншая, чым была раней, у пакалення «гугл» знікае здольнасць чытаць і разумець вялікія тэксты, арыентавацца без інтэрнэт-картаў на мясцовасці. Гэта ўсё пабочныя эфекты сучаснай цывілізацыі...* (Звезда, 14.11.2018)

Типичными «клиповыми» неофразами являются *зелёные человечки* и *жёлтые жилеты / жоўтыя камізэлькі*. В их основе лежит лишь зрительный образ: говорящий называет картинку, которую видит перед собой, не вникая в суть явления. Так, *зелёными человечками* назвали российских военнослужащих в Крыму из-за цвета их формы, а *жёлтые жилеты* – это политическое движение во Франции, приверженцы которого выходили на митинги в светоотражающих жилетах жёлтого цвета.

Семантика чисел также способствует минимизации языковых средств при передаче информации. Рассмотрим неофразему *10 сентября / 10 верасня*. Известно, что 11 сентября 2011 года в США был совершен крупнейший в истории теракт, вследствие которого погибли около 3000 человек. В то же время 10 сентября – ничем не примечательный день, когда ничего не предвещало катастрофы. Таким об-

разом, в неофраземе имеется аллюзия на дату теракта и подразумевается, что в сравнении с произошедшим все остальное – это нечто малозначительное и повседневное.

Неофразема *вызывать эконо*м обусловлена внешними по отношению к языку факторами: существуют службы такси, где клиентам в зависимости от их запросов и предпочтений дают возможность выбрать поездку класса эконом, комфорт или люкс, причем стоимость поездки значительно варьируется в зависимости от выбранного уровня обслуживания. Самый дешевый вариант – эконом. Перенос данной ситуации на другие сферы порождает неофразему со значением ‘выбирать самый дешевый, доступный вариант’. Клиповость здесь можно проследить в минимизации языковых усилий, чему способствует расширение значения выражения: первоначально употребляясь лишь в одной сфере, оно теперь относится к любым обстоятельствам, в которых есть возможность выбора различных ценовых категорий: *Я знаю десяток минских заведений и бизнесов с услугами, где прямо-таки клиента «облизывают», но и стоит это также весомо для кошелька. Поэтому, если могу позволить, – иду к ним, нет – **вызываю «эконом»** и знаю, что от него получу* (СБ, 19.03.2020).

Клиповое мышление как один из экстралингвистических факторов тесно связано с внутриязыковым законом экономии. Необходимость быстро думать, понимать, выдавать ответную реакцию требует минимизации языковых усилий и средств выражения. Новая фразеология широко востребована в современных условиях, поскольку неофраземы представляют собой небольшие по структуре, но семантически ёмкие и образные выражения, позволяющие минимальными языковыми средствами добиться максимального коммуникативно-прагматического эффекта.

Список использованных источников

1. Валгина, Н. С. Активные процессы в современном русском языке: учебное пособие для студентов вузов / Н. С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 304 с.
2. Семеновских, Т. В. Феномен «клипового мышления» в образовательной вузовской среде / Т. В. Семеновских // Наукovedение [Электронный ресурс]. – 2014. – №5 (24). – Режим доступа : <https://naukovedenie.ru/PDF/105PVN514.pdf>. – Дата доступа: 22.04.2020.
3. Гиренок, Ф. И. Клиповое сознание / Ф. И. Гиренок. – М.: Проспект, 2016. – 256 с.
4. Фрумкин, К. Г. Клиповое мышление и судьба линейного текста / К. Г. Фрумкин // Топос : литературно-философский ж-л [Электронный ресурс]. – 2010. – № 9. – Режим доступа : <http://www.topos.ru/article/7371>. – Дата доступа : 21.04.2020.

5. Лозицкий, В. Л. Феномен клипового мышления и информационно-коммуникационные технологии в высшем профессиональном образовании / В. Л. Лозицкий // Научные труды Республиканского института высшей школы. Исторические и психолого-педагогические науки: в 2 ч. : сборник научных статей / редкол.: В.А. Гайсёнок [и др.]. – Минск : РИВШ, 2016. – Вып. 16. – С. 375–380.

6. Ключников, С. Ю. Мастер жизни: психологическая защита в социуме / С. Ю. Ключников. – М. : Беловодье, 2001. – 592 с.

7. Дидковская, В. Г. Клиповое мышление: отражение в современном русском языке и тексте / В. Г. Дидковская // Ученые записки НовГУ [Электронный ресурс]. – 2016. – №3 (7). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klipovoe-myshlenie-otrazhenie-v-sovremennom-russkom-yazyke-i-tekste>. – Дата доступа : 23.04.2020.

8. Колдасов, Г. Д. Клиповое сознание и особенности языка / Г. Д. Колдасов // Русская народная линия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ruskline.ru/analitika/2012/11/12/klipovoe-soznanie_i_osobennosti_yazyka. – Дата доступа : 20.04.2020.

9. Крысин, Л. П. Лексическое заимствование и калькирование / Л. П. Крысин // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI веков / РАН, Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова; редкол. : Л. П. Крысин (отв. ред.) [и др.]. – М. : Языки славянской культуры, 2008. – С. 167–184.

A psychological type of a contemporary person is an important extralinguistic factor influencing the appearance of new phraseology. The article deals with specifics of clip thinking as a distinctive feature of representatives of a new digital society, analyzes the way clipping affects the formation of neophrasemes.

Keywords: extralinguistic factors, neophrasology, clip thinking.

УДК 811.161.1'42'371:177.9:398.91(=161.1)

Чжао Сыминь

РУССКИЕ ПОСЛОВИЦЫ С КОМПОНЕНТОМ-ЗООНИМОМ, ВЕРБАЛИЗУЮЩИЕ КОНЦЕПТ «ЛУКАВСТВО»

В статье рассматриваются русские пословицы с компонентом-зоонимом, вербализующие концепт «лукавство». Выявляются установки культуры, отраженные в пословицах и стереотипные представления русского народа о животных. Делаются выводы о том, что концепт «лукавство» в пословичном пространстве русского языка включает в себя такие микроконцепты, как «хитрость», «двуличие», «лицемерие» и «лесть».

Ключевые слова: пословица, установка культуры, концепт, лукавство, зооним.