

УДК 007/801

DOI: 10.18384/2310-7227-2019-2-145-153

## ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКОЛОГИЯ: ФИЛОСОФСКО-СЕМИОТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (НА ПРИМЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА СЕРБИИ)

**Янич М. С.***Нишский университет**18106, г. Ниш, Университетская площадь, д. 2, Республика Сербия*

**Аннотация:** Целью работы выступает выявление сущности лингвистической экологии как современной социолингвистической дисциплины, которая занимается сохранением национального языка со специальным уходом за его этической и эстетической ролью в обществе. Основное содержание исследования составляет анализ глобальной социальной реальности, придавшей общественному дискурсу Сербии форму непрофессионализма и фамильярности. В результате исследования, осуществлённого на основе системного подхода, установлено, что следствием глобализации является утверждение так называемого «небрежного» стиля публичной коммуникации, характеризующегося неуважением к языковой национальной культуре. Такая форма общественного поведения не только разрушает речевую культуру, но и косвенно проникает во все остальные сферы жизнедеятельности общества. Автором сформулирована задача для общественных организаций в отношении граждан – уделять особое внимание предмету лингвистической экологии, иными словами, сохранять основные ценности национального языка. Статья адресована специалистам в области философии науки и техники, преподавателям философским и лингвистики, аспирантам всех направлений

**Ключевые слова:** лингвистическая экология, культура речи, общественный дискурс, речевые этикетки, гоноративы.

## LINGUISTIC ECOLOGY: PHILOSOPHICAL AND SEMIOTIC ASPECT (BASED ON PUBLIC DISCOURSE IN SERBIA)

**M. Yanich***The University of Nish**2, Universitetskaya Square, Nish, 18106, Republic Serbia*

**Abstract.** The purpose of the article is to reveal the essence of linguistic ecology as a modern sociolinguistic discipline which is engaged in preservation of national language with special care of its ethical and esthetic role in society. The main content of the research is the analysis of the global social reality which deteriorated Serbia's public discourse to the degree of non-professionalism and familiarity. As a result of the research conducted on the basis of systemic

approach it is established that the approval of the so-called «negligent» style of public communication which is characterized by disrespect for language national culture is a consequence of globalization. Such form of public behavior does not only destroy speech culture, but also indirectly gets into all other spheres of social activity. The author formulated a task for public organizations concerning citizens – to pay special attention to linguistic ecology i.e., to preserve core values of the national language. The article is addressed to the experts in the field of philosophy of science and technology, lecturers in philosophy and linguistics, postgraduate students.

**Keywords:** linguistic ecology, culture of speech, public discourse, speech etiquette, honorifics.

*Язык живая сила, с которой связана не только культура, но и само существование одного народа.*

*Иво Андрич*

### **Введение**

В современном мире глобальной культуры произошёл ряд многочисленных социальных изменений, основными признаками которых являются унификация общественных ценностей и всеобщая культурная идентификация по образцу, предложенному мировыми лидерами. Имеет место «обострение противоречий рациональности и нравственности, виртуальности и реальности, транснационального глобализма и национальных культур» [6, с. 263], а тесная межнациональная взаимосвязь, напротив, создаёт впечатление близкого родства, спонтанности и знакомства широких слоёв населения, и эта черта самая поразительная в сфере общественной коммуникации. Глобализация осуществляется на основе того, что всё больше увеличивается культурный, и прежде всего языковой, обмен информацией. Причём это не просто информационный обмен на лексическом, стилистическом и грамматическом уровнях, но и совокупное культурное проникновение. В современном межкультурном общении до-

минирует англосаксонская языковая культура.

Вопросами регулирования взаимоотношений между языками, а тем самым и культурами занимается относительно молодая дисциплина – лингвистическая экология, предметом изучения которой являются сложные взаимоотношения между языком и обществом, или, как уточняет сербский академик, славист Предраг Пипер, «отношения между определенными аспектами человеческого сообщества и его среды». Причём «специфическим признаком предмета лингвистической экологии является отношение между языком и окружающей средой, в которой язык существует и функционирует. К этому нужно добавить и вопросы засорения языка либо этического характера (например, злоупотребление языком, которое в современных средствах массовой информации приобретает форму утончённого криминала), либо эстетической природы (подавление поэтической функции языка, прежде всего в сфере художественной литературы, т. е. деперсонализации, с почеркнутой инструментовкой языка в большинстве остальных областей его функционирования)» [2].

Таким образом, главная задача экологии языка – сохранение языковой

культуры и самодостаточности национального языка. Одно из самых важных свойств языковой культуры – речевые этикететы, формы культурного поведения в общественной коммуникации, выбор и пользование соответствующих гоноративов, т. е. этикетов вежливого общения<sup>1</sup>.

### Теоретический подход к проблеме

Культура речи – очень сложная языковая деятельность, которая состоит из четырёх компонентов: языкового, этического, коммуникативного и эстетического. *Языковой* компонент подразумевает литературно-языковую норму; *коммуникативный* зависит от речевой ситуации (ситуационного контекста, в котором происходит коммуникация); *эстетический* связан со стилем и красотой языкового выражения, а *этический* компонент подразумевает знание и использование правил языкового поведения в данных социальных ситуациях.

Под этическими нормами подразумеваются этикететы, т. е. кодифицированное использование этикетов, или вежливых речевых формул – гоноративов. Речевой этикет<sup>2</sup> входит в область языковой культуры и подразумевает уважение правил вежливого языково-

го поведения в определённой речевой ситуации, т. е. кодифицированное речевое поведение [2] как стереотипный автоматизированный речевой поступок в определённых внеязыковых рамках. С точки зрения культуры коммуникации, вежливость абсолютно необходима и играет значительную роль в повседневной коммуникации в различных сферах языкового выражения. Так же, как внеязыковой контекст требует употребления языковых средств во взаимном языковом обмене и общении внутри одного речевого сообщества речевые этикететы социально и культурологически обусловлены и отличаются от языка к языку, от культуры к культуре [7].

С точки зрения социолингвистического аспекта вопросы языковых этикетов мотивировали Радовановича [4] установить «грамматику общественного статуса» как метафорическое название взаимной обусловленности языковых и общественных явлений. «Вопросы такого рода, как правило, отсутствуют в дескриптивных и нормативных сербохорватских руководствах, хотя указывают структуру и регулярности, как и в области традиционно понятой грамматики...» [4, с. 132]. Он поясняет, что этикететы денотаций деловых отношений – это местоимения второго лица единственного числа *ты* и множественного числа *Вы*. «Употребление личных местоимений *ты* или *Вы* не просто грамматический, но лингвистический вопрос. Здесь речь идет о функции подчеркивания характера отношений между представителями данного языка, т. е. в коллективе, о котором идёт речь, а также о роли указания на относительный общественный статус коммуникатора

<sup>1</sup> Кристал Д. Энциклопедический словарь современной лингвистики: «В грамматическом анализе некоторых языков термин гоноратив относится к синтаксическим и морфологическим различиям выражения уровня вежливости или уважения, особенно в связи с взаимным общественным статусом участников. Системы местоимений в нескольких европейских языках выражают такой контраст, напр. Французский *tu* против *vous* (сербохорватский *ти* против *ви*)».

<sup>2</sup> Прим. автора: Этикет – установленный способ поведения в определенных обстоятельствах в обществе.

в реализованном речевом событии – т. е. на статус одного участника в нём в отличие от статуса другого ... Какова, на самом деле, роль появления, вернее, отсутствия местоименной формы *Вы* в положении, этикетом которого выражается второе лицо единственного числа? Несомненно, не грамматическая, но интерактивная, и в том смысле коммуникационная» [4, с. 132–134]. Симметричное расположение местоименных форм *ты* – *ты* указывает на равенство статусов коммуникаторов. Солидарность может быть основана на: принадлежности одному поколению, подобии жизненных ситуаций, родственных связях, одном и том же политическом или идеологическом направлении или на эмоциональной связи. Симметричное расположение местоименных форм *Вы* – *Вы* говорит о дистанции между коммуникаторами: незнакомство, официальность ситуации, неязыковые конвенции, формальное или протокольное устройство поведения. Здесь важно подчеркнуть то, что контекстуальная адаптивность не статичный экстралингвистический факт, а субъект, который подлежит изменениям и переговорам.

Вопросы речевых этикетов затрагивает и Милан Шипка [5] в своей работе «Культуры речи». Он даёт краткий обзор происхождения гоноративов в сербском языке, отмечая, что обращение на *Вы* к одному человеку мы приняли от западноевропейских народов в международном языковом обмене. «Обращение на *Вы* появилось в IV веке н. э. в Римской империи. Тогда оно было зарезервировано только для царей, пока остальные обращались друг другу на *ты*. В средневековье этот обычай распространился и укрепился

в Западной Европе, причём на *Вы* обращались не только к правителям, но и другим людям в качестве уважения» [4, с. 218]. «Обращение на *Вы* указывает на социальную и эмоциональную дистанцию между коммуникаторами, официальное отношение друг к другу и даже определенную отчужденность» [3, с. 219]. Как особую причину такого обращения он подчёркивает неравенство поколений или обществ и добавляет, что любое нарушение этих правил, прежде всего переход с *ты* на *Вы*, особенно в официальных отношениях, представляет знак неуважения и недооценки, невежливого и некультурного поведения (вульгаризация и рурализация).

Этикеты обозначают и выбор языковых средств при обращении в общественной и официальной коммуникации. Так, к взрослым мы обращаемся *госпожа / мисс и господин*, а в обращении к начальникам добавляется и статус: *господин декан, господин директор, господин профессор, господин президент, Ваше Королевское Величество, Ваше Высочество, Его Высочество Принц Англии, Его Величество Король, Ваше Святейшество, Ваше Высокопреосвященство* [3, с. 223].

Этикеты вежливого обращения в общественном дискурсе означают, что: к незнакомому собеседнику надо обращаться на *Вы* (на *ты* можно перейти только по предложению старшего); движения тела должны быть согласованы; надо избегать использования местоимений *я (мой)*; собеседнику надо смотреть в глаза; внимательно слушать и не перебивать его. Кодекс культурного поведения через язык исключает использование общественно-недопустимой лексики (вульгаризмов),

лексических средств и выражений (ругательств), и это касается также интонационных компонентов речи в плане запрещения повышенного тона как неприличной аффективной реакции.

### **Формы вежливости в общественном дискурсе электронных средств массовой информации**

Средства массовой информации несут ярко выраженную ответственность с точки зрения ухода за культивированным способом выражения, что известно и самим теоретикам журналистики. Медиа являются массовыми средствами информирования и коммуникации, а это вносит и ответственность за публично произнесённое слово. Слово журналиста должно быть не только моделью речевой правильности, но и примером безупречно профессиональной беседы, которая соответствует всем вышеуказанным максимам кооперативной коммуникации. Обращение на радио и телевидении представляет вершину, в которой культура выражения должна достигнуть своего репрезентативного максимума и выполнять важную воспитательную функцию. Этому дискурсу медиа журналист-ведущий придаёт основной тон – достойный, спокойный, сдержанный и прежде всего соответствующий культуре поведения. Медиа-коммуникация осуществляется параллельно на трёх уровнях: ведущий – гости (участники) телепередачи – зрители / слушатели, – и она должна быть основана на принципах теории вежливости и нормативах языковой культуры. Ведущий как посредник коммуникации среды аудитории, с одной стороны, и источника информации (гостя), с другой стороны, на-

правляет разговор, отдавая приоритет гостям и слушателям. Личность ведущего не должна быть доминирующей, навязчивой, показывать нервозность и нетерпение. Он должен внимательно слушать собеседников без излишнего прерывания и ни в коем случае не портить настроение остальным участникам общественно-массовой коммуникации.

Вежливое речевое поведение в общественном дискурсе электронных средств массовой информации Сербии приобрело новую глобалистскую направленность, которая характеризуется прежде всего нивелированием профессионального по отношению к повседневному, частному. Вежливые речевые формы заменяются гибкими фамильярными и спонтанными формами ведения беседы, и профессиональная коммуникация в журналистике приобретает черты разговорного функционального языка. Не вызывает сомнений, что этот «небрежный» язык является результатом популяризации и демократизации современного общества и что подобное языковое поведение ведёт к языковой унификации, т. е. неформальным способам «демократического» поведения в обществе, лишенном дистанций вежливости и речевых этикетов для обозначения социальной иерархии.

Такова ли ситуация в текущей практике общественного дискурса Сербии? Этот риторический вопрос наводит на отрицательный ответ. Чтобы эту гипотезу научно подтвердить, мы проанализировали общественно-массовый дискурс в течение нескольких недель весны 2018 г., отслеживая теле- и радиопрограммы в Сербии, где для анализа была выбрана речевая форма

журналиста в программах информационно-развлекательного характера. В результате анализа мы пришли к очень интересным выводам, характерным для новых форм журналистской общественной речи:

1. Обращение на *Вы* в программах носит очень гибкий характер и основано на личных предпочтениях журналистов, прежде всего в соответствии с собственным чувством близости с собеседником, независимо от серьёзности темы и официального профессионального статуса и репутации гостя. Бывало, что ведущий вначале обращается к нему на *Вы*, а потом спонтанно переходит на *ты* по праву дружбы и знакомства вне телепередачи. Часто бывало и попеременное обращение на *ты* / *Вы* в течение журналистской беседы в программе, что мы условно могли бы назвать сочетанием (соединением) речевых этикетов уважения.

2. Если речь идёт об общественных и профессиональных этикетах, титулах, названиях и профессиях, они, как правило, подчёркиваются только при объявлении собеседника. Упомянутые этикетки почти не существуют в дальнейшем ходе журналистского разговора, кроме того, создаётся впечатление намеренного избегания любого обращения к собеседнику, а таким образом и маркировки. Данное журналистское решение представляет новый вид косвенного, т. е. подразумеваемого обращения. Такой речевой непрофессионализм способствует маргинализации индивидов, которые профессионально компетентно говорят по определённой теме.

3. Этикетки общественного статуса *мисс*, *госпожа* и *господин* используются редко, в исключительных случаях, если

речь идёт о государственных деятелях или зарубежных гостях. Значит, существует непоследовательность при употреблении этих гоноративов.

4. Вместо фамилии в коммуникации общественного дискурса чаще всего наблюдается обращение по имени, а иногда и по прозвищам. Кроме того, доминирующее положение занимает обращение, характерное для среды коллег, осуществляющих телепередачу (ведущие, репортёры, ведущие прогнозов погоды). Это фамильярность ещё более подкрепляется постоянными взаимными коллегиальными приветствиями и благодарениями, что им придаёт значимости в программе, и в результате их роль выглядит центральной, а роль гостей выглядит побочной и вторичной. Отступление от культуры общения становится ещё больше, когда при обращении к коллегам в программе почти каждый из них, как правило, получает эпитеты *наш/а*, *мой/я* (*наш репортёр Марко*, *моя collega Майя*, *наш Александр Симич*, ... *мы услышим от нашего Александра...*). Это приводит к отступлениям от требований теории вежливости, потому что зрители перед телеэкранами идентифицируются со счастливицами, которые удостоены избранно смотреть элитные события на телевидении. Забывается, что журналисты и телевидение здесь для зрителей! Ведущие всегда пользуются возможностями жаловаться на трудности их работы, как, например, вставать рано для утренней программы.

5. Доминирующие черты журналистского диалога, такие как фамильярность и неформальное общение, усиливаются преувеличенным использованием личных местоимений: *я* и

мой. Этим подчёркивается личность ведущего в качестве бесспорной звезды медиа (*С моим гостем разговариваю о том...; Я благодарю Вас от имени моей команды за участие в моей программе; Теперь должен спросить...?; Со мной отличный гость...*).

6. Индивидуальность как семантическая категория в сербском языке наиболее ярко грамматически выражена в категории лица [2, с. 592], поэтому и в случаях, когда не выражается личным дейксисом, навязывается глаголами в личной форме. В сербском массовом дискурсе часто говорят от первого лица единственного и множественного числа, т. е. с первой позиции, что указывает на скрытую эгоцентричность личности журналиста. Мы убедились и в том, что у перспективы *мы / наши* тоже сильна позиция в общественном дискурсе электронных средств массовой коммуникации. Создаётся впечатление, что перспектива *вы (ваш, вам)*, которую предполагает аудитория, медленно исчезает из общественного дискурса средств массовой информации, и всё реже можно услышать когда-то известный апеллятив *дорогие / уважаемые зрители!*

7. Ещё одно явление, которым маргинализируется речевой этикет в общественном дискурсе средств массовой информации, – частое перебивание собеседника, результатом которого является неприятная сцена, где журналист навязывается всезнающим «супергероем», а гость, который по профессии компетентен говорить на данную тему, напоминает непослушного ученика, которому строгий учитель читает лекцию. Такая манера коммуникации обозначает неуважение к собеседнику и навязывание личного

превосходства и доминирования, пока сами зрители остаются в смущении от разорванного течения диалога. Культура слушания, особенно слушания собеседника, пришедшего в программу говорить по определенной теме, является основой культурного диалога.

### Выводы

Вежливое речевое поведение в общественном дискурсе электронных средств массовой информации Сербии имеет новый глобалистский наряд, который прежде всего отмечается выравниванием профессионального по отношению к частному. Вежливые речевые формы заменяются гибкими фамильярными и спонтанными способами ведения разговора, и профессиональная коммуникация в журналистике получает свойства разговорного функционального стиля. Не вызывает сомнений, что этот «небрежный» язык является результатом популяризации и демократизации современного общества и что таковым своеобразным языковым поведением оно идёт в направлении языковой солидарности, т. е. неформальных способов «демократического» социального поведения, лишённых вежливых дистанций и речевых этикетов для денотации общественной иерархии.

Однако не вызывает сомнений и то, что причина оправдания «небрежной» манеры журналистского общения лежит в конкуренции и маркетинговой стратегии в беспощадной борьбе СМИ за рейтинг в целях стать более актуальным и конкурентным на рынке, а тем самым и лингвистически приблизиться к получателю. Вышеупомянутые тенденции показывают, что дискурс средств массовой информации

отказывается от своей языково-образовательной функции.

Тем не менее нельзя забывать и о том, что журналист несёт большую ответственность перед обществом и образовательную нагрузку как создатель речевого поведения и речевых навыков. Произносимые им публично слова представляют собой образец для подражания аудитории, которая не только отражает речевые формы журналиста, но и воспроизводит эти речевые формы в многочисленных жизненных ситуациях общения.

Вот что об этом пишет Пипер: «То, что лингвистическая экология занимает особое место в ряду родственных социолингвистике дисциплин, и то, что, с другой стороны, сближает её как одну из узких областей экологии с родственными дисциплинами, является этическим (вместе с ним часто и эстетическим) критерием в анализе различных форм взаимоотношений языка и среды, в которой он функционирует... Лингвистическая экология

имеет истинно экологическое основание настолько, насколько открывая, описывая и объясняя факты в рамках своего предмета, не преувеличивает значение функционального момента в ущерб оценке общественных и языковых процессов с точки зрения их вклада в создание или уничтожение определенного культурного и духовного содержания, и с точки зрения оценки степени гармоничности их сосуществования» [2].

Таким образом, в процессе «формирования здоровой духовной среды, удовлетворяющей требованиям, предъявляемым к общественному сознанию» [1, с. 157], особенно в условиях глобализации, необходимо сохранение языковой экологии, для чего требуется повышение уровня речевых этикетов в электронных средствах массовой информации с тем, чтобы поднять общую культуру выражения на более высокий уровень общественной иерархии и в повседневном общении.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Песоцкий В. А., Беркут В. П., Майкова В. П., Молчан Э. М., Бондарева Я. В. Методологические и аксиологические подходы к решению проблем консолидации общества в эпоху глобализации // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2018. № 1. Т. 8. С. 138–157.
2. Radovanović M. Spisi iz kontekstualne lingvistike. Novi Sad, Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, 1997. 269 с.
3. Stamenković I. Analiza diskursnih koraka i strategija neučivosti u srpskom i engleskom jeziku. Ниш, 2013. 111 с.
4. Stojanović D. Učtivost u nemačkom i japanskom jeziku [Электронный ресурс] // Komunikacija i kultura online, 2011, Godina II, br. 2. URL: <http://www.komunikacijaikultura.org/index.php/kk/article/view/194/151> (дата обращения: 04.04.2019).
5. Шипка М. Култура говора. Нови Сад: Прометей, 2008. 387 с.
6. Berkut V. P., Bondareva Y. V., Kostyukova T. A., Maikova V. P., Molchan E. M., Pesotsky V. A. The Problem Of Society Consolidation In The Era Of Globalization: Methodological And Axiological Aspects // Modern Journal of Language Teaching Methods. 2018 Vol. 8. Iss. 5. P. 263–281.
7. Watts R. Politeness. New York: Cambridge University Press, 2003. 304 p.



**REFERENCES**

1. Pesotsky V. A., Berkut V. P., Maykova V. P., Molchan E. M., Bondareva Ya. V. [Methodological and axiological approaches to the solution of the problems of social consolidation in the era of globalization]. In: *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Bulletin of Novosibirsk State Pedagogical University], 2018, no. 1, vol. 8, pp. 138–157.
2. Radovanović M. *Spisi iz kontekstualne lingvistike*. Novi Sad, Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, 1997. 269 c.
3. Stamenković I. *Analiza diskursnih koraka i strategija neučivosti u srpskom i engleskom jeziku*. Nish, 2013. 111 p.
4. Stojanović D. *Učtivost u nemačkom i japanskom jeziku*. In: *Komunikacija i kultura online*, 2011, Godina II, br. 2. Available at: URL: <http://www.komunikacijakultura.org/index.php/kk/article/view/194/151> (accessed: 04.04.2019).
5. Shipka M. *Kultura govora* [The Culture of Speech]. Novi Sad, Prometej Publ., 2008. 387 p.
6. Berkut V. P., Bondareva Ya. V., Kostyukova T. A., Maykova V. P., Molchan E. M., Pesotsky V. A. *The Problem of Social Consolidation in the Era of Globalization: Methodological And Axiological Aspects*. In: *Modern Journal of Language Teaching Methods*, 2018, vol. 8, iss. 5, pp. 263–281.
7. Watts R. *Politeness*. New York, Cambridge University Press, 2003. 304 p.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ**

*Марина С. Янич* – доктор филологических наук, профессор факультета философии Нишского университета, Республика Сербия;  
e-mail: [marina.janjic@filfak.ni.ac.rs](mailto:marina.janjic@filfak.ni.ac.rs)

**INFORMATION ABOUT THE AUTHOR**

*Marina S. Janjić* – Doctor of Philology, professor at the Department of Philosophy, the University of Niš;  
e-mail: [marina.janjic@filfak.ni.ac.rs](mailto:marina.janjic@filfak.ni.ac.rs)

**ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА**

Янич М. С. Лингвистическая экология: философско-семиотический аспект (на примере общественного дискурса Сербии) // *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки*. 2019. № 2. С. 145 – 153.

DOI: [10.18384/2310-7227-2019-2-145-153](https://doi.org/10.18384/2310-7227-2019-2-145-153)

**FOR CITATION**

Janjić M. S. *Linguistic Ecology: Philosophical and Semiotic Aspect (Based on Public Discourse in Serbia)*. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy*, 2019, no. 2, pp. 145 – 153.

DOI: [10.18384/2310-7227-2019-2-145-153](https://doi.org/10.18384/2310-7227-2019-2-145-153)