

## КРЕАТИВНОСТЬ В ЛЕКСИКОНЕ: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КОГНИЦИИ И КОММУНИКАЦИИ

*В.И. Заботкина (Москва, Россия)*

*В статье рассматривается проблема креативности в соотношении коммуникативных и когнитивных факторов. Мы рассматриваем дихотомию «креативность в языке vs. креативность языковой личности» как в акте рождения нового слова, так и в процессе его конвенционализации.*

*Креативность рассматривается как способность устанавливать новые связи между существующими репрезентациями, то есть она требует соединения между собой, ранее не соединенных ментальных репрезентаций. Мы считаем, что важной составляющей процесса креативности при неологизации является девиация (отклонение), в результате чего образуются новые связи, новые паттерны и модели.*

**Ключевые слова:** креативность, когниция, коммуникация, ментальный лексикон

## CREATIVITY IN THE LEXICON: INTERACTION OF COGNITION AND COMMUNICATION

*V. Zobotkina (Moscow, Russia)*

*The article concentrates on the problem of creativity within the framework of communicative and cognitive parameters. We analyze the dichotomy “creativity in the language vs. creativity of language individual” both in the act of new word’s birth and its further conventionalization.*

*Creativity is viewed as ability to make new connections between existing representations, i. e. it requires connecting representations that have not been in connection before. We argue that the main feature of creativity in the process of word coining is deviation that creates new connections, new patterns and new models.*

**Keywords:** creativity, cognition, communication, mental lexicon

Одной из нерешенных проблем современной когнитивной лингвистики является выявление когнитивных механизмов креативности лежащих в основе появления новых лексических единиц и возникновения нового значения слова (ср.: Dancygier, 2017). Рассмотрение креативности лексикона с точки зрения взаимодействия когнитивных и коммуникативных факторов лежащих в основе появления новых слов позволяет ответить на следующие вопросы: а) что важнее при создании новых слов – когниция или коммуникация; б) как происходит перераспределение приоритетов между когницией и коммуникацией в акте рождения нового слова; в) каково взаимодействие когниции и коммуникации в процессе лексикализации (вхождения нового слова в систему языка) и социализации (принятия нового слова в обществе)? Вслед за Кубряковой мы считаем, что язык на протяжении всей жизни формирует сознание человека, но верно и обратное: человек, языковая личность, и сам проявляет свои креативные начала – он и сам творит язык активно его преобразуя [Кубрякова, 2009]. Иными словами, мы рассматриваем дихотомию «креативность в языке vs. креативность языковой личности».

В последние годы среди всех теорий креативности преобладают два подхода. Первый, ассоциативный, рассматривает креативность как когнитивный процесс, идущий «снизу-вверх», он восходит своими корнями к теории креативности Медника [Mednick, 1962]. Второй подход рассматривает креативность по направлению «сверху вниз», как когнитивный процесс, связанный с исполнительными функциями, со способностью к контролю внимания и когниции [Beaty et al., 2016, 2014]. В соответствии с ассоциативной теорией, более креативные личности имеют больше ассоциативных связей в ментальном лексиконе и могут быстрее устанавливать различные ассоциативные отношения [Rossman & Fink, 2010; Gruszka & Necka, 2002]. Недавние экспериментальные исследования показали, что у высококреативных лингвистических личностей семантическая сеть (МЛ) менее жестко структурирована (менее регидна) по сравнению с ментальным лексиконом менее креативной личности [Kenett et al., 2014, 2016]. Высококреативная личность обладает более гибкой семантической сетью (МЛ), что позволяет более эффективно устанавливать ассоциативные связи в процессе обработки информации. Здесь нам представляется важным сослаться на Тагарда, который определил креативность, как способность устанавливать *новые* связи между существующими репрезентациями [Thagard et al., 2010]. Развивая мысль Тагарда о том, что креативность требует соединения между собой, ранее не соединенных ментальных репрезентаций мы считаем, что важными составляющими процесса креативности при неологизации является деви-

ация (отклонение) и конфронтация, в результате чего образуются новые связи, новые паттерны и модели, появление лексических единиц.

В рамках второй теории недавно были проведены исследования по изучению диапазона контролируемых процессов в креативности, особое внимание, при этом, было уделено так называемому подвижному интеллекту (fluid intelligence (Gf) [Beaty & Silvia, 2012; Benedek, Franz, Heene & Neubauer, 2012; Jauk et al., 2014; Silvia & Beaty, 2012]. Подвижный интеллект проявляется в способности применять разнообразие когнитивных операций для решения новых, не изученных проблем. В отличие от подвижного интеллекта, кристаллизованный интеллект (Gc) относится к широте знания человека и к его способности использовать эти знания для решения определенных проблем. Были проведены исследования взаимосвязи между подвижным (Gf), кристаллизованным интеллектом (Gc) и креативностью. Кристаллизованный интеллект более характерен для людей со средней креативностью, а подвижный – для людей с высоким IQ. Это открытие демонстрирует взаимосвязь между двумя стадиями креативности: генерацией/новизной и интерпретацией/уместностью.

Оба подхода рассматривают структуру ментального лексикона в качестве основного компонента, играющего ведущую роль в креативности. В первой теории структура ментального лексикона напрямую связана с креативной способностью человека, во второй теории – ментальный лексикон рассматривается лишь как базис для осуществления креативного процесса (ср. Заботкина, 2017).

Напомним о том, что ментальный лексикон является неотъемлемой частью человеческой памяти, имеющей вербализованный характер или прошедшей вербальную форму, то есть, так или иначе связанный с обработкой информации в вербальной форме. Таким образом, устройство внутреннего лексикона определяется тем, что, с одной стороны, это своеобразный аналог системы лексики определенного национального языка, а с другой – часть общей организации человеческого мозга, его интеллекта, часть общего пространства памяти человека» [Кубрякова, 2004: 379].

В настоящей публикации мы исходим из постулата о том, что ментальный лексикон является нелинейной системой (или системами) процессов восприятия, декодировки, переработки и хранения разного рода информации, имеющей как прямое, так и опосредованное отношение к речевой деятельности. В данном случае под опосредованной информацией понимается информация лингвистического характера, фиксирующая знания о мире, реальной действительности, опыте индивидуума, способности и результатах инференции и т.д. [Zabotkina, Boyarskaya, 2013].

Рассмотрим, каким образом дихотомия «креативность в языке vs. креативность языковой личности» проявляется в неологизации ментального лексикона. Необходимо различать два вида данного процесса, в зависимости от возраста индивидуума. Первый – неологизация с точки зрения онтогенеза речи. Начиная с возраста 16 месяцев, ребенок осваивает ежедневно от 10 новых слов. Второй – с точки зрения постоянного пополнения и расширения ментального лексикона взрослого человека под влиянием появления новых технологий, возрастания информационных потоков и расширения глобальных информационных, в том числе социальных, сетей и т.д. Формирование ментального лексикона происходит на протяжении всей жизни человека и его приращивание находится в прямой зависимости от интенсивности его познавательной, категоризирующей деятельности, а также от общекультурного контекста [Zabotkina & Boyarskaya, 2013, 2017].

Как известно, в последние годы наблюдается расширение понятия ментального лексикона. Так, Дж. Тейлор [Taylor, 2012] в своей последней монографии рассматривает ментальный лексикон в качестве хранилища не только самих лексических единиц, но информации об их употреблении. Он метафорически называет ментальный лексикон ментальным корпусом. Единицы ментального лексикона хранят информацию о звучании слова, о сочетаемости данной конкретной единицы, о частотности и контекстах употребления. Как известно, слово впитывает черты контекстов его предшествующего потребления [Заботкина, 2012].

Вернемся к рассмотрению вопросов, поставленных нами в начале статьи, касающихся соотношения когниции и коммуникации при создании неологизмов. Причины создания новых слов в своей основе являются коммуникативно-прагматическими. Возьмем, например, постулаты классической риторики, предшественницы прагматики, о причинах создания новых тропов: а) необходимость назвать неназванные предметы и явления, б) стремление к особой выразительности, в) стремление к красоте (см.: Blair, 1845: 205). Таким образом, мы можем говорить о триаде – *необходимость, эмпфаза и красота* – как об основном прагматическом мотиве, лежащем в основе создания новых слов. Однако нельзя не учитывать влияние когнитивных факторов, стоящих у истоков создания нового слова. Необходимость назвать неназванное определенно несет в себе дополнительный когнитивный импульс. Как известно, новое слово является способом введения новых концептов [Leech, 1983].

Помимо прагматического мотива у истоков создания новой лексической единицы, как было указано выше, стоит отклонение от нормы (девиация), употребление слова в новом, нетипичном контексте, что ведет к появлению у него нового значения. Например, новое значение слова *woke* (пробудившийся от социальной спячки, чувствительный к социальным проблемам), в результате употребления этого слова в социальном контексте “Brexit”. Таким образом, при анализе причин создания нового слова приоритет отдается коммуникативным факторам при определенном участии когниции.

В акте рождения нового слова, мы можем увидеть сдвиг приоритетов, изменение распределения ролей между когнитивными и коммуникативными факторами. Здесь на первое место выдвигается когнитивная

составляющая. Общеизвестно, для того чтобы дать имя предмету, необходимо идентифицировать референт, определить его место в когнитивной системе говорящего и категоризовать его. Далее идет процесс субкатегоризации (сопоставление с другими членами данной категории) [ср. Кубрякова, 2004], и только после этого начинается поиск нового имени. Как указывалось выше, человеческая креативность требует комбинации ранее не связанных ментальных репрезентаций, которые конструируются различными моделями нейронной активности. Креативное мышление заключается в комбинировании существующих моделей в новые модели, знаки, репрезентации, которые создают новые соединения. Однако данный ракурс основан исключительно на компьютеризированных подходах к когниции, на рассмотрении взаимодействия репрезентаций в головном мозгу/сознании человека, что не отражает полной картины лингвокреативной деятельности индивидуума. Как известно, когниция контекстуально обусловлена и основывается на интеракции, социальном взаимодействии и культурных традициях. Этот подход в свое время был предложен М. Бахтиным, В. Волошиновым и Л. Выготским (ср.: Л. Выготский, 1934). Действия по категоризации и субкатегоризации совершаются человеком, принадлежащим к одной из профессиональных, социальных, этнических и гендерных групп, и выбор подходящего имени будет зависеть от одного из этих прагматически релевантных параметров. Напомним в этой связи положение Выготского о том, что превращение неясной формирующейся мысли в ясную речь проходит несколько фаз: переход от мысли к ее сигналам, от смыслов во внутренней речи к внутреннему слову (*lingua mentalis*), от внутреннего слова к внешней речи [Выготский, 1934]. Существенным является то, что слово в момент оформления неясной мысли, в момент поиска соответствующей формы для пучка семантических признаков впитывает в себя черты контекста, в котором оно создается. Креативный разум человека, в добавление к новым комбинациям лингвистических знаков, использует различные сенсорные модальности, которые он получает через зрение, слух, прикосновение, запах и различные сенсомоторные проявления. Креативная мысль имеет также эмоциональный компонент, эмоциональное состояние творца нового слова также может влиять на процесс наречения нового объекта. Так, два американских физика были настолько очарованы той гармонией, которую приносила открытая ими частица в мир элементарных частиц, что они использовали слово «charm» для обозначения этой частицы. Кроме того, как мы упоминали ранее [см.: Zobotkina, 1997], прагматика нового слова кодирует первоначальное и уникальное психологическое намерение говорящего, а именно модальность «неожиданность» и «удивление».

С другой стороны, в акте рождения нового слова проявляется действие аналогии как основного когнитивного механизма словообразования. Напомним, что в своих «Размышлениях об аналогии» Е.С. Кубрякова усматривает новаторство говорящего в новой комбинаторике известных знаков, или уже в самом отборе (разрядка наша. – В. З.) языковых средств и существующего инвентаря, предлагает новый ракурс рассмотрения инноваций в языке, сосредоточив внимание на механизмах процессов аналогии. Это выражается в новых лексических единицах, образованных по малым или уникальным образцам: например, *rhubbing* (*blend of phone and snubbing* – поведение, когда мы не обращаем внимание на других, а больше уделяем внимание мобильному телефону или другим электронным устройствам, чем человеку), *all-at-onceness* (*multitasking* – многозадачность).

Анализ соотношения когнитивных и прагматических факторов в процессе конвенционализации нового слова показывает приоритет прагматических параметров в этих процессах: слово впитывает в себя дополнительные прагматические черты контекста его повторного употребления. Однако когнитивные механизмы также активно вовлечены в процесс конвенционализации. Всякий раз, когда слово воспринимается слушателем, происходит операция инференции. Значение нового слова должно инферироваться со стороны адресанта и интегрироваться в наиболее релевантный фрейм его когнитивной системы. Существует определенный порог новизны, за пределами которого инференция становится невозможной. Впервые о когнитивной природе коммуникации упоминал Витгенштейн, который говорил о том, что в коммуникации одинаково бесполезна как совершенно новая, так и совершенно старая информация. Это объясняется тем, что: а) полностью старая информация является избыточной, она не побуждает слушающего к участию в коммуникации; б) информация, являющаяся полностью новой, не может быть интегрирована в когнитивную систему реципиента. Информационные потоки должны находиться где-то между этими двумя полюсами, иначе они не будут релевантными [Wittgenstein, 1953]. Итак, речь идет о проблеме тавтологии и противоречия.

Таким образом, рассмотрение креативности лексикона с точки зрения взаимодействия коммуникативных и когнитивных факторов в рамках дихотомии «креативность в языке vs. креативность языковой личности» позволяет сделать вывод о сложности, взаимовлиянии и взаимозависимости когниции и коммуникации. Это находит свое отражение как в системе лексики определенного языка, так и в ее ментальном аналоге, ментальном лексиконе.

## Список литературы

- [1] *Выготский Л.С.* Мышление и речь // Л.С. Выготский. – М.: 16-я тип. Треста «Полиграфкнига», 1934. – 362 с.
- [2] *Заботкина В. И.* Неологизация ментального лексикона: соотношение коммуникативных и когнитивных параметров // Когнитивные исследования языка / гл. ред. серии Н.Н. Болдырев; М-во обр. и науки РФ, Рос. акад. наук, Ин-т языкознания РАН, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, Рос. ассоц. Лингвистов-когнитологов. – М.: Ин-т языкознания РАН; – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина. Вып. XXIX: Когниция и коммуникация в лингвистических исследованиях: сборник научных трудов / отв. ред. вып. В.З. Демьянков, 2017. – С. 45–50.
- [3] *Заботкина В.И.* Слово и смысл. Монография. – М.: Издательский центр РГГУ, 2012. – 420 с.
- [4] *Кубрякова Е.С.* В поисках сущности языка // Вопросы когнитивной лингвистики, 2009. №1. – С. 5–12.
- [5] *Кубрякова Е.С.* Новые единицы номинации в проектировании картины мира на транснациональные проблемы языка и транснациональные принципы: Мат-лы междунар. науч. конф. – М.; Тамбов, 2004.
- [6] *Beaty, R. E., Benedek, M., Silvia, P. J., Schacter, D. L.* Creative cognition and brain network dynamics. *Trends in Cognitive Sciences*, 20, 2016. – P. 87–95.
- [7] *Beaty, R. E., Silvia, P. J.* Why do ideas get more creative across time? An executive interpretation of the serial order effect in divergent thinking tasks. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6, 2012. – P. 309–319.
- [8] *Beaty, R. E., Silvia, P. J., Nusbaum, E. C., Jauk, E., Benedek, M.* The roles of associative and executive processes in creative cognition. *Memory & Cognition*, 42, 2014. – С. 1186–1197.
- [9] *Benedek, M., Franz, F., Heene, M., Neubauer, A. C.* Differential effects of cognitive inhibition and intelligence on creativity. *Personality and Individual Differences*, 53, 2012. – С. 480–485.
- [10] *Blair H.* Lectures on Rhetoric and Belles Lettres: In 3 Vol. // – L., 1845.
- [11] *Dancygier B.*, Introduction. In B. Dancygier (Ed.), *The Cambridge Handbook of Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2017. – P. 1–10
- [12] *Gruszka A., Necka E.* Priming and acceptance of close and remote associations by creative and less creative people. *Creativity Research Journal*, 14, 2002. – P. 193–205.
- [13] *Jauk, E., Benedek, M., & Neubauer, A. C.* The road to creative achievement: A latent variable model of ability and personality predictors. *European Journal of Personality*, 28, 2014. – P. 95–105.
- [14] *Kenett Y. N., Anaki D., Faust M.* Investigating the structure of semantic networks in low and high creative persons. *Frontier in Human Neuroscience*, 8, 2014. – P. 407.
- [15] *Kenett, Y. N., Beaty, R. E., Silvia, P. J., Anaki, D., & Faust, M.* (2016, March 24). Structure and Flexibility: Investigating the Relation Between the Structure of the Mental Lexicon, Fluid Intelligence, and Creative Achievement. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. Advance online publication. URL: <http://dx.doi.org/10.1037/aca0000056>.
- [16] *Leech J.* The Principles of Pragmatics. – L.: Longman, 1983.
- [17] *Mednick S.A.* The associative basis of the creative process. *Psychological Review*, 69, 1962. – P. 220–232.
- [18] *Rossmann E. Fink A.* Do creative people use shorter associative pathways? *Personality and Individual Differences*. 2010; 49: – P. 891–895
- [19] *Silvia P. J., Beaty R. E.* Making creative metaphors: The importance of fluid intelligence for creative thought. *Intelligence*, 40, 2012. – P. 343–351.
- [20] *Thagard, Paul and Terrence C. Stewart.* The AHA! Experience: Creativity through emergent binding in neural networks. *Cognitive Science* 35, 2010. – P. 1–33.
- [21] *Taylor J. R.* The mental corpus: How language is represented in the mind. – N.Y.: Oxford University Press, 2012. – 336 p.
- [22] *Wittgenstein L.* Philosophical Investigations. Oxford: Blackwell; – N.Y.: Macmillan, 1953.
- [23] *Zabotkina V.* The Pragmatics of New Words and Their Translation from English, into Russian // Trends in Linguistics. Studies and Monographs 101. Language History and Linguistic Modelling / Y. Hickey, St. Puppel (ed.). Berlin; – N.Y.: Mouton de Gruyter, 1997. – P. 1901–1907.
- [24] *Zabotkina, V. I., Boyarskaya, E. L.* Sense disambiguation in polysemous words: cognitive perspective / V. I. Zabotkina, E. L. Boyarskaya/ *Psychology in Russia: State of the Art*. М.: Lomonosov Moscow State University, Russian Psychological Society, 2013. – Vol. 6, Issue 3. – P. 60–67.
- [25] *Zabotkina, V. I., Boyarskaya, E. L.* On the challenge of polysemy in contemporary cognitive research: What is conscious and what is unconscious / V. I. Zabotkina, E. L. Boyarskaya / *Psychology in Russia: State of the Art*. – М.: Lomonosov Moscow State University, Russian Psychological Society, 2017. – Vol. 10, Issue 3. – P. 28–39.