

УДК 811.161.1'373

С. А. Журавлёв

Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола

**КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО
ДЛЯ ВНЕШНИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ**

В статье рассматривается проблема внешних заимствований в ее коммуникативном аспекте. Автор указывает на характерную для многих языков мира современную тенденцию экспансии англицизмов, которая в основном обусловлена объективными причинами. В работе проводится сопоставление подобных явлений в известной ретроспективе русского языка. Дается анализ тематических групп заимствованных неологизмов, оцениваются возможности каждой из них в плане языковой устойчивости. Отмечается коммуникативный потенциал иноязычных слов в их соотнесенности с реальной практикой общения носителей русского языка.

Ключевые слова: внешние заимствования, освоение заимствованных слов, коммуникативное пространство, русский язык, лексика, глобализация

В лексикологии принято говорить о внешних и внутренних заимствованиях. И если к внутренним относятся все те, которые связаны с постепенным перемещением субстандартных (например, жаргонных или жаргонизированных) единиц в состав литературного языка, то к внешним заимствованиям принято относить «собственно заимствования», т. е. те слова, которые входят в русский язык из других языков.

Заимствованная лексика есть необъемлемая часть словарного запаса русского языка, который много столетий на огромной территории развивался в контексте сложного межнационального взаимодействия. Сам процесс заимствования является естественным для любого языка. Каким бы значительным ни был наплыв иноязычных слов, в этом проявляется очевидная потребность языка в обновлении, в заполнении тех лакун, которые по тем или иным причинам образовались в последние годы и десятилетия. «Более того, в процессе заимствования следует видеть не только простую потребность в новых лексических элементах со стороны данного языка, не только удовлетворение его нужды в недостающих средствах языкового выражения (ведь этот недостаток может быть восполнен различными путями), а отражение общих закономерностей развития данного языка» [4, с. 174].

В условиях органичного сосуществования различных культур влияние на конкретный коммуникативно устойчивый язык элементов других языков не только естественно, но и благотворно.

Система русского языка постепенно впитывала в себя разнообразные элементы финно-угорских, тюркских, греческого, латинского, ряда европейских языков. При необходимости этимология всегда подскажет, что к нам со стороны пришли такие, например, привычные слова, как *альбом, банан, ваза, газета, доктор, интерес, карман, лампа, магазин, машина, помидор, руль, фонарь, хрусталь, цифра, школа, этаж* и др. Многие из этих внешних вкраплений давно воспринимаются как исконно русские, хотя генетически и не относятся к таковым.

Впечатление иного рода складывается, когда происходит резкий наплыв иноязычных слов и выражений во времена социальных потрясений. В такие периоды у элит возникает амбициозное намерение в той или иной степени сменить ментальный код нации, посредством «нового языка» и обозначаемых им реалий приобщить к чужой интеллектуально-мировоззренческой практике. Экспансия заимствований многими носителями языка воспринимается как вторжение в национальную культуру и вызывает обоснованное неприятие.

Классическим примером подобного нашествия иноязычных элементов в русский язык стала эпоха Петра I. Попытка регламентировать российскую жизнь на европейский манер, несомненно, принесла свои ощутимые плоды, в том числе в языковом отношении. Так, в этот период в русский язык вошли такие слова, как *вексель, вымпел, галстук, глобус, десерт, зонтик, кавалерия,*

катер, компас, лагерь, матрос, мачта, суп, флаг, шахта, яхта и мн. др. В то же время языковое влияние петровских реформ, в результате которых появилось много бюрократических, светских и военных терминов, на собственно народную речь было минимальным. Основная русская языковая стихия продолжала оставаться сугубо национальной. Кроме того, русский язык того времени вскоре отверг немало чужеродных российскому духу наименований (например, *вальдмейстер* («лесничий»), *зеелман* («мореплаватель»), *конфузия* («оплошность, недоразумение»), *магнификация* («пышность, роскошь») и др.).

Увлечение западной культурой продолжалось и в XIX веке. Правда, ее влияние распространялось в основном на высшие слои общества, не затрагивая крестьянских основ культурного и языкового уклада. Национальное противоречие между образом жизни дворянских сословий и обиходом «простого народа» отмечали очень многие, в частности В. И. Даль. Как писал видный лингвист Я. К. Грот, «в так называемом хорошем обществе *бофреры* и *бельсеры* еще не скоро уступят первенство *шурьям* и *зятьям*, *невесткам* и *золоткам*, которых названия переносят нас в слишком чуждую нам и темную область русской жизни» [цит. по: 1, с. 51]. Язык спасало то, что модные веяния в сознании «элиты» не могли поколебать основ народной культуры, с их глубинными ментефактами в виде песен, басен, пословиц, поговорок, присловий, определяющих духовно-генетическую память нации.

Ситуация изменилась в XX веке, когда появились и от десятилетия к десятилетию стали набирать обороты средства массовой коммуникации. Возникли новые тенденции в сфере языковых предпочтений общества, среди них не последнее место вновь стал занимать интерес к внешним заимствованиям. В отличие от всех предыдущих эпох первенствовать в новейшей истории начали англицизмы. Еще в первой половине XX века были успешно освоены такие слова, как *волейбол, джаз, коктейль, контейнер, лидер, митинг, рельс, сейф, трамвай, троллейбус, футбол, чемпион* и др.

К концу столетия на русскую речь обрушилась лавина англицизмов, что может быть объяснено двумя главными причинами: 1) чрезвычайное увлечение носителей русского языка западной и, в частности, американской культурой как социально-психологическая реакция на советскую политику запрета и изоляционизма; 2) глобализация, в условиях которой западный стиль жизни,

включающий в себя этикет, дресс-код, единообразное общественное питание и язык, оказывается доминирующим в мире так называемой цивилизации.

Озабоченность состоянием дел в современной языковой ситуации должна опираться не только на количественные, но и на качественные показатели. Каков реальный потенциал внешних заимствований в плане перспектив их включения в активный словарный состав русского языка? Насколько коммуникативно значимыми для говорящих и пишущих являются современные англицизмы?

Учет коммуникативного фактора позволяет ответить на вопрос: насколько вообще среднестатистический носитель языка заинтересован в активном использовании заимствований? В эпоху Петра I многие навязанные россиянам иноземные слова не смогли закрепиться в системе русского языка именно потому, что в основном их приходилось употреблять в силу профессиональной необходимости чиновникам и иным «государевым людям» самых разных профессий. Но крестьянство, составлявшее национальное ядро народа, не испытывало в подобных новшествах ни малейшей коммуникативной необходимости, вследствие чего исконная основа русского языка благополучно сохранилась вопреки идеологическим веяниям того времени.

В настоящее время ситуация в корне иная: практически все носители языка имеют доступ к средствам массовой информации, посредством которых информационное пространство страны активно заполняется новыми языковыми клише, модными иностранными единицами и т. д. Беспрецедентное «облучение» языкового сознания страны может иметь непредсказуемые последствия.

Источником распространения заимствований в первую очередь оказываются те, кто хорошо владеет иностранными языками. Сознание билингва вольно или невольно обнаруживает некую когнитивную диффузию, в результате чего отдельные элементы чужого языка проникают в родную для говорящего речь (нередко в виде семантических калек). Однако, по статистике, носителей двух и более иностранных языков в нашей стране абсолютное меньшинство. Следовательно, в коммуникативном отношении у заимствований изначально нет серьезной опоры.

Зададимся вопросом: кто активно использует иноязычные слова и какую цель при этом преследует? Предполагаем, что это люди, связанные с политикой, экономикой, компьютерными

технологиями, современным искусством, и – отдельно подчеркнем – журналисты. Именно в их публичной речи заимствования наиболее широко используются. Преобладающими, на наш взгляд, в этом аспекте оказываются две функции: номинативная и экспрессивная. Первая связана с насущной необходимостью обозначать новые реалии нашей жизни, вторая связана с мнимой или явной коммуникативной потребностью в «экспрессии новизны». Впрочем, вряд ли коммуникативный опыт этих людей станет переимчивым для большинства носителей языка.

Какие понятия и соответствующие им реалии получают в современной речевой практике отдельных групп людей новые наименования? Остановимся лишь на лексических заимствованиях и отметим тематические группы иноязычных слов, в той или иной степени закрепившихся в русском языке в 1990–2010-е годы:

1) общественно-политические реалии (*антиглобалист, глобализация, олигархат, омбудсмен, оптимизация, патернализм, праймериз, спойлер, электорат, ювенальный*). Лексика данной группы носит ярко выраженную книжную стилистическую окраску и не входит число широко употребительных;

2) экономические понятия, связанные с новым, капиталистическим строем России (*брендинг, инжиниринг, инсайд, клиринг, логистика, мейджор, офшор, ритейлер, тендер, фандрайзинг, холдинг* и т. д.). Как и большинство терминов, данные единицы не смогут выйти за круг специального употребления;

3) информационно-компьютерные технологии (*апгрейд, дивайс, инфотеймент, киберсквоттинг, прокси-сервер, редизайн, скриншот, флеш-анимация, хостинг, чипсет* и т. д.). Разумеется, чем шире возможности практического использования каких-либо реалий, тем выше шансы сохранения обозначаемых их слов в языке. В числе имеющих весьма широкое употребление в речи следует назвать такие единицы, как *аватар, айфон, блог, блогер, имейл, онлайн, опция, офлайн, пост, смартфон, спам, фотошоп, хакер* и др.;

4) понятия из сферы услуг (*бонус, ботокс, бэби-ситтер, дьюти-фри, липосакция, мегамолл, мейк-ап, пилинг, попкорн, промоуин, райдер, ресепшен, роллы, слинг, спа, суши, татуаж, фаст-фуд, фейсконтроль*). Многие услуги из этого ряда доступны лишь избранным, поэтому в широком употреблении данные неологизмы не будут;

5) транспорт (*байк, гидроцикл, квадроцикл, минивэн, мототриал, рельсобус, тест-драйв, трайк,*

тюнинг, чартер). Распространение могут получить, как часто бывает в подобных случаях, те единицы, которые называют новые средства передвижения не слишком узкого профиля. Так, неологизмы *байк, гидроцикл, квадроцикл, минивэн* имеют хороший языковой потенциал;

6) спорт (*аквабайкинг, бигбол, дайвинг, кайтинг, коуч, мундиаль, паралимпиада, пейнтбол, плеймейкер, скелетон, странтрайдинг, стритбол, тафгай, фэр плей, финишёр, фитнес, экстрим*). Данную терминологию чаще употребляют спортивные комментаторы. Область применения указанных слов довольно узка. Слова *фитнес* и *экстрим* выглядят наиболее убедительно, так как первое обозначает широкое спортивно-досуговое явление, а второе употребляется не только в «спортивном» значении;

7) искусство (*артхаус, байопик, госпел, гэг, докудрама, докью-фикшн, инсталляция, мейнстрим, мэйл-арт, перформанс, сальса, фанк, фьюжен, экишн*). В этом ряду в основном представлена специальная лексика, известная в первую очередь искусствоведам и представителям современной арт-деятельности, в которую вовлечены очень немногие люди. Больше известны слова, связанные со сферой массовой культуры (*римейк, сиквел, экишн*);

8) субкультуры (*афтепати, геймер, гламур, гот, граффити, даунишфтер, диггер, дреды, паркур, рэпер, хипстер, эмо*). Явления, обусловленные спецификой альтернативной культуры, имеют характерную для них ограниченность распространения, следовательно, люди, придерживающиеся традиционной культуры, чаще всего не знают слов этой сферы;

9) новые профессии (*андеррайтер, бариста, галерист, девелопер, диджей, мерчендайзер, отельер, папарацци, риелтор, сомелье*). Из данного ряда перспективы массового употребления, на наш взгляд, имеют слова *диджей* и *риелтор*. Остальные единицы, по-видимому, претендуют занять место на лексической периферии языка.

Эти выводы основаны прежде всего на интроспекции, но коммуникативная сила языка во многом заключается в высокой степени его реализации в условиях живого, повседневного общения. По-настоящему востребованными в результате оказываются те заимствованные слова, которые обозначают явления, связанные с житейской практикой миллионов самых разных людей.

Обратимся к словарю-справочнику «Новые слова и значения (по материалам прессы и литературы 70-х годов)» [3]. В его словнике содержится

около 5500 новых слов той эпохи. Среди заимствований в нем отмечены, например, *аглопорит, арроба, белан, гидроклин, декатлон, донум, куузику, лунинг, магкон, панчаят, пелакс, ранд, реголит, сафра, сефарды, тонтон-макут, флоп, хоумленд, эпослан, ювакрил* и другие. Предполагалось, что это новые элементы русской языковой системы. Указанный список включает в себя узкоспециальные термины и экзотизмы. Именно их низкая коммуникативная востребованность либо маргинализировала данные слова, либо вовсе лишила их возможности закрепиться в языке.

По-настоящему закрепляется в языке те единицы, которые проходят через массовое, широкое употребление в речи. В качестве перспективных в этом отношении следует, например, считать слова *бейджик, блогер, бренд, драйв, кастинг, кулер, ноутбук, опция, пиар, пирсинг, попкорн, риелтор, фитнес, хакер, шопинг, экстрим* и др. Все отмеченные единицы сумели пройти все стадии языкового (фонетического, графического, грамматического и семантического) и речевого (их использование вышло за рамки сугубо книжной речи) освоения.

Необходимо понимать, что реальное коммуникативное пространство русского языка в основном наполнено нейтральной, разговорной

и сниженной лексикой, включая самые грубые единицы. Эффект присутствия иноязычных слов оказывается сильным вследствие их заметности, нетипичности для русской речевой среды. «Новое, тем более «чужое» слово на фоне привычной речи информирует о себе (о своих структурных свойствах) гораздо активнее слов, прочно вошедших в узус, в речевую привычку говорящих. Воспринимающий речь (адресат) реагирует на такое слово как на «яркое эвфоническое пятно» (выражение Р. Якобсона)» [2, с. 21]. Однако реальные коммуникативные возможности внешних заимствований в русской речевой среде невелики.



1. Грановская Л. М. Русский литературный язык в конце XIX и XX вв.: очерки. М., 2005.
2. Маринова Е. В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования. М., 2008.
3. Новые слова и значения: Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 70-х годов / под ред.: Н. З. Котеловой и Ю. С. Сорокина. М., 1984.
4. Сорокин Ю. С. Развитие словарного состава русского литературного языка. 30–90-е годы XIX века. М., 1965.

Статья поступила в редакцию 20.06.2016 г.

|| Для цитирования: Журавлёв С. А. Коммуникативное пространство для внешних заимствований // Вестник Марийского государственного университета. 2016. № 3 (23). С. 65–69.

Об авторе

Журавлёв Сергей Александрович, кандидат филологических наук, доцент, Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола, urfin_zhur@mail.ru

S. A. Zhuravljov

Mari State University, Yoshkar-Ola

COMMUNICATIVE SPACE FOR EXTERNAL BORROWING

The article is devoted to the problem of functioning of loan words in its communicative aspect. The author pays attention to the current trend that is understood as characteristic feature of many languages – the expansion of anglicisms, which is mainly caused by objective reasons. The study compares these events in the retrospective aspect of the Russian language. Also the thematic groups of adopted neologisms are analyzed, and their possibilities of linguistic stability are estimated in this article. The communicative potential of adopted words is mentioned in its interrelationship with real communicative practice of native speakers of the Russian language.

Keywords: external loan words, development of loan words, communicative space, the Russian language, vocabulary, globalization



1. Granovskaja L. M. Russkij literaturnyj jazyk v konce XIX i XX vv.: očerki [Russian literary language at the end of the XIXth and XXth centuries]. M., 2005.

2. Marinova E. V. Inojazyчныe slova v russoj reči konca XX – nachala XXI v.: problemy osvoenija i funkcionirovanija [Foreign words in Russian speech of the late XX – early XXI century: problems of development and operation]. M., 2008.

3. Novye slova i znachenija: Slovar'-spravočnik po materialam pressy i literatury 70-h godov [New words and meanings: Dictionary of the materials of the press and literature of the 70s], pod red.: N. Z. Kotelovoj i Ju. S. Sorokina. M., 1984.

4. Sorokin Ju. S. Razvitie slovarnogo sostava russkogo literaturnogo jazyka. 30–90-e gody XIX veka [Development of the vocabulary of the Russian language. 30-90-ies of the XIXth century]. M., 1965.

Submitted 20.06.2016.

Citation for an article: Zhuravl'ov S. A. Communicative space for external borrowing. *Vestnik of the Mari State University*. 2016, no. 3 (23), pp. 65–69.

About the autor

Zhuravl'ov Sergej Aleksandrovich, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Mari State University Yoshkar-Ola, urfin_zhur@mail.ru