
ОБРАЗОВАНИЕ И РУССКИЙ ЯЗЫК

*В. А. Козырев,
профессор кафедры русского языка,
В. Д. Черняк,
заведующая кафедрой русского языка*

СВОЕ И ЧУЖОЕ: ЗАИМСТВОВАННОЕ СЛОВО В СОВРЕМЕННОЙ РЕЧИ

Состояние языковой среды современными исследователями — лингвистами и методистами, социологами, психологами — в значительной степени связывается с колоссальным потоком заимствованной лексики, наводнившей русскую речь.

Рост количества заимствований и повышение интенсивности их употребления являются одной из самых ярких примет современной речи. Это обусловлено беспрецедентной в новейшей отечественной истории активизацией международных контактов, возросшей значимостью в жизни социума некоторых областей науки и культуры, объединивших человечество, распространением электронных средств массовой информации и глобальных компьютерных сетей. Динамичность текущего момента является основной причиной сменяемости современного словаря.

Следует говорить именно об активизации употребления заимствований, а не только о новых заимствованиях, поскольку наблюдается расширение сфер использования специальной иноязычной терминологии, относящейся к экономике, финансам, коммерческой деятельности и др.

Прошедшие десятилетия изменили статус бывших заимствованных инноваций: многие из них стали неотъемлемой частью словарного запаса образованного носителя русского языка. В то же время новые заимствования — объект непрекращающихся общественных дискуссий. Огромное количество появившихся в языке заимствованных слов (около 30 тыс. за последние 15 лет) заставляют носителей языка защищать его от вторжения «инородных тел».

При обсуждении проблем русской речи именно заимствования вызывают наиболее резкие и категоричные оценки. Так, В. Г. Костомаров говорит о «галопирующей американизации нашей жизни» [1]. В книге «Культура парламентской речи» отмечается: «Средства массовой информации просто поражены вирусом коленопреклонения перед всем западным, что также осложняет и без того непростую обстановку, связанную с агрессивным вторжением чужеродной лексики в русский язык» [2]. Писательница Т. Толстая пишет: «Не только английская лексика (или дубовая техническая латынь, процеженная сквозь английское сито) вдруг поманила нашу прессу своим западным звучанием, но и английский синтаксис, как василиск, заворожил и сковал мягкие мозги бывших комсомольцев, а ныне биржевых деятелей» [3].

Злоупотребление заимствованиями Ю. Д. Апресян считает отличительным признаком «полуобразованного владения языком» [4]. Ю. Н. Караулов подчеркивает, что «внедрение иноязычных слов идет от лениности ума, консерватизма мышления говорящего и пишущего, от нежелания “растормозить” ресурсы родного языка и заглянуть в его запасники, а иногда, правда, от стремления к элитарности в тексте, от гордыни знающего иностранные языки перед незнающими их. Все это мелкие человеческие слабости, которые поддаются воспитательному и разъяснительному воздействию» [5].

В восприятии заимствований воплощается отношение говорящего к чужому слову. Проблемы диалогичности, органично связанные с возможностями интерпретации чужого слова, в последнее десятилетие стали ключевыми во многих междисциплинарных исследованиях — культурологических, философских, когнитивных, психологических и собственно лингвистических.

В противопоставлении «свое — чужое» находят отражение социолингвистические аспекты речевого поведения носителя языка. По точному замечанию писательницы Зои Журавлевой, иностранные слова «загадочны и свежи, каким-то иррациональным образом только одним среди нас

своим присутствием уже приобщают нас “ко всему цивилизованному сообществу” и, самое главное, не имеют корней в отечественной культуре» [6].

Безусловно, проблема пополнения словарного состава заимствованными словами не нова. Активизация процесса заимствования наблюдается в периоды бурных социальных, политических, экономических перемен, связывается с имеющими мировое значение направлениями науки. При этом следует различать естественное стремление народов к интернациональной общности и стремление сохранить богатство и традиции родного языка. В разные периоды языковой истории побеждает то одна, то другая тенденция. Вскрывая внутренние механизмы заимствований, Б. А. Серебrenников пишет: «Неверно, однако, думать, что заимствование непременно заполняет “пустое место” в системе языка или непременно, окончательно и бесповоротно вытесняет прежний, “свой”, исконный элемент. Заимствование может быть вызвано потребностью в дифференциации значений, в более адекватной передаче когнитивной структуры и т. д.» [7]. В то же время «каждый язык характеризуется собственной степенью нетерпимости к заимствованным словам (своего рода “языковым шовинизмом”), в значительной степени связанной с вневингвистическими установками социума» [8]. При этом хорошо освоенные заимствования нередко кажутся носителю языка более приемлемыми, чем исконно русские слова. К. И. Чуковский в книге «Живой как жизнь» писал о том, что заимствования *фонтан*, *архитектор* воспринимаются как «свои», в отличие от исконных *водоём*, *зодчий*.

Примечателен метаязыковой комментарий в воспоминаниях детской писательницы И. Токмаковой, демонстрирующий принципиальное неприятие чужого слова: «Воспоминания встают перед глазами, точно отдельные фотографии или выхваченные из жизни кадры *проекционного фонаря*, которые мы теперь, *вообразая, что говорим по-русски* [выделено нами. — В. К., В. Ч.], не задумываясь, называем “*слайдами*” (Детская литература. 1997. № 4). Отвергаемое автором заимствование *слайды* было в свое время востребовано для номинации новой реалии и, конечно, не являлось синонимичным словосочетанию “*кадры проекционного фонаря*”».

В 20-е гг. XX в. С. М. Волконский утверждал: «Влияние иностранного слова несомненно ослабляюще, когда говорящий не сознает под ним корней. Как всякое полужнание, оно хуже незнания, все равно как полуистина есть уже заблуждение» [9]. Он считал нецелесообразным использование «чужих» слов *ориентироваться*, *анкета*, *дефект*, *детальный*, *симуляция*, *фиктивный* вместо существующих «своих» *разобраться*, *опросный лист*, *изъян*, *подробный*, *притворство*, *мнимый*. Анализ приведенных заимствованных и исконных лексических единиц показывает, сколь изменчивы оценки языковых фактов, а безусловная адаптация русским языком подавляющего большинства из названных С. М. Волконским слов и их отчетливая дифференциация от близких по значению в лексической системе русского позволяет делать некоторые прогнозы и по поводу места современных заимствований в русском языке конца XX в.

Чаще всего семантически близкое исконному заимствованное слово получает более точное конкретное значение, чем русский аналог, и в дальнейшем функционирует в заимствующем языке только с этим значением. Обычно это происходит в тех случаях, когда семантику заимствованного слова трудно раскрыть одним словом исконного языка, т. е. в случаях не полной дублетности, а лишь частичной семантической близости. Это относится к таким, например, словам, как *имидж* — *образ*, *спонсор* — *учредитель*, *менталитет* — *духовность*, *презентация* — *показ*, *представление*, *брифинг* — *короткая пресс-конференция* [10].

Одной из причин многочисленных заимствований является тенденция к аналитизму — замене словосочетания одним словом, таким образом реализуется закон языковой экономии: *саммит* — «встреча, переговоры глав государств, правительств», *праймтайм* — «лучшее время на телевидении», *электорат* — «круг избирателей, голосующих за какую-н. кандидатуру или за политическую партию на парламентских, президентских и муниципальных выборах», *коррупция* — «подкуп взятками, продажность должностных лиц, политических деятелей», *копирайт* — «охраняемое законом право на издание художественного, научного или какого-н. иного произведения».

Путь, который проходят многие заимствования от первого упоминания в прессе до лексикографической фиксации, нередко происходит на наших глазах. Показательна недолгая история слова «*папарацци*» в русском языке. В августе 1997 г. появилась журнальная публикация, посвященная особому рода деятельности профессиональных фотокорреспондентов под заголовком «Папарацци: злые комары с фотоаппаратами»:

Сеньор Папараццо — так назвал Федерико Феллини одного из персонажей «Сладкой жизни», назойливого фотографа, охотившегося на римской Виа Вене-то за знаменитостями. «Paparazzo» в переводе с итальянского означает «комар», а также «вспышка». Это емкое слово, с легкой руки маэстро, стало именем нарицательным. Папарацци — это особый подвид фотокорреспондентов, не утруждающих себя ни процедурами аккредитации, ни испрашиванием разрешения на съемку (Кино-парк. 1997. № 3).

Примечательно, что это слово-экзотизм после трагической гибели принцессы Дианы в августе 1997 г. (через неделю после появления цитируемой заметки) приобрело достаточно широкое распространение. Уже в 1998 г. оно попало в «Толковый словарь иноязычных слов» Л. П. Крысина:

ПАПАРА'ЦЦИ, нескл., м., одуш. [ит. paparazzi — от собств. имени ит. фотографа-репортера]. Назойливый журналист-фотограф, который стремится проникнуть в частную жизнь знаменитостей с целью сделать сенсационные снимки.

Процесс активизации заимствований с особой интенсивностью осуществляется в газетном дискурсе, что свидетельствует не только об объективной возросшей потребности в наименовании новых реалий или уточнении уже бытующих понятий, но и об особой психологической, мировоззренческой установке на восприятие иноязычных слов как более социально значимых. В выборе лексических средств, в том числе в предпочтении иноязычного слова русскому, отражаются ценностные ориентации языковой личности. В интервью журналу «Итоги» известный лингвист В. Живов назвал заимствования «*символическим языковым капиталом человека*», указывающим на его принадлежность к определенной языковой прослойке. Заимствования активизируются в те периоды, когда дискредитируется национальная культура (Итоги. 2006. № 32). Иноязычное слово воспринимается как более престижное, связанное с книжной культурой. Этим объясняется активное и часто семантически неоправданное использование слов *экслюзивный, презентация, консалтинг, репрезентативный, менталитет, геноцид, эпицентр* и др. «Один из источников привлекательности иностранного слова — экзотичность формы. Культурно отдаленное, “чужое” для модного объекта всегда позитивно окрашено. Эта удаленность как бы компенсирует временную близость. Поэтому в корпусе модных слов представлены преимущественно новые заимствованные слова, которые в соединении с субъективным ощущением новизны придают слову эстетическую модальность необычности слова» [11]. Большая социальная престижность заимствованного слова вызывает его «повышение в ранге» [12]. Так, слово *бутик*, обозначающее во французском языке маленький магазин, лавочку, в русском получает значение «дорогой магазин модной одежды».

Многие факты употребления заимствований являются «одноразовыми», они не получают закрепления в языке, поскольку их употребление служит не для обозначения нового предмета или явления, а для демонстрации принадлежности к определенному социуму, следования речевой моде. Отсутствие объективной необходимости в употреблении англицизма подтверждается тем, что в текст нередко наряду с иноязычным вкраплением автор вводит русский эквивалент:

На Западе *кражи* в супермаркетах даже получили свое особое название — *шоплифтинг*. Воруя там по большей части не ради денег, а из спортивного интереса. Мелкая кража добавляет адреналина, будоражит кровь. Страстью к *шоплифтингу* почему-то особенно отличаются англичане, греки и французы. В России статистика по магазинным кражам не ведется (АиФ. 2003. № 1–2.).

Особая функция заимствованных слов определяет возможность их использования в качестве эвфемизма. Приведем выразительный пример, показывающий, как иноязычные слова используются в качестве средства эвфемизации и сигнала социальной престижности:

Конечно, работа будет самая простая, Олег сразу предупредил, что речь может идти только о должности *оператора-рецепциониста* (если по-русски — девушки, отвечающей на телефонные звонки и переключающей абонентов на нужные линии) или — если очень повезет — *офис-менеджера* (опять же, если перевести на понятный язык, человека, отвечающего за наличие в конторе бумаги, скрепок и картриджей для принтеров) (А. Маринина. Городской тариф).

Нередкое использование иноязычных слов в качестве эвфемизмов представил в игровой форме сатирик М. Задорнов:

В супермаркете «Домино» объявление: магазину требуется эколог (уборщица), а ресторану нужны дилеры по раздаче блюд и менеджеры по их приготовлению (официанты и повара) (АиФ. 2004. № 9).

Иноязычное слово, позволяя менять речевые одежды, в современной речи часто является средством языковой игры, карнавализации, дает возможность сопоставлять черты речевого портрета (или речевого имиджа) участников коммуникации.

С помощью заимствований нередко трансформируются цитаты, фразеологизмы, пословицы, поговорки. При этом заимствования в качестве маркеров современной языковой ситуации включаются в газетные заголовки, лозунги. См., например:

«"Пионер" – всем инвесторам пример», «Если тебе имиджмейкер имя, имя крепи делами своими», «Грозящий дефолт и как с ним бороться». «Кризис ничто – имидж все», «Секондхенд, или осетрина второй свежести», «Бизнес в стране рекетиров», «Шоумен в России больше, чем шоумен», «По ком звонит ваучер», «Я б в спичрайтеры пошел», «О таймшере бедном замолвите слово», «По главной улице без инвестора», «Удар ниже пейджера», «Тихий рекет костей не ломит», «Киллер на час», «Не до имиджу – быть бы живу».

Результатом злоупотребления заимствованной лексикой является нередко информационная «опустошенность» материала и вследствие этого полная его бесполезность, поскольку для основного круга читателей значения большинства заимствований, особенно новых, не отраженных еще в словарях и справочниках, остаются непонятными. Это необходимо учитывать для достижения успешной коммуникации, в частности в сфере образования.

То, что активно используемые в разных речевых сферах заимствования оказываются непонятными или полупонятными для многих носителей языка, делает исследование их места в лексиконе проблемой не только лингвистической и психолингвистической, но и общепедагогической и даже социальной.

Особое внимание должно уделяться способам введения иноязычного слова в текст. Авторы снабжают иноязычные инновации метаязыковыми комментариями, которые реализуются чаще всего как описание основных семантических компонентов. Типичными контекстами для малоосвоенных заимствований являются так называемые предложения идентификации, которые определяют иноязычное слово. Обилие в тексте предложений идентификации указывает на желание автора сделать ясным какое-либо понятие, снять неопределенность. Многочисленные контексты, свидетельствующие о различных по своим речевым стратегиям и результатам попытках объяснить вводимое слово, позволяют говорить о «стихийной лексикографии», безусловно способствующей адаптации заимствованных слов. Приведем примеры стихийной лексикографии в современной газетной речи:

Слово «бестселлер» на русской почве постигла судьба многих иностранных заимствований, которые переживают здесь второе рождение с бесследной потерей первоначального смысла. Из английского *bestseller* – «хорошо продающаяся», просто «ходкая» книга – бестселлер стал в нашем языке синонимом занимательности и даже гениальности книги, символом писательского таланта, метафорой успеха, гарантией качества. Иначе говоря, в повседневном употреблении это слово утратило помету «экон.» (экономика), приобрело другую стилистическую окраску, и, произнося его, наш соотечественник меньше всего думает о книжном бизнесе, рынке и рекламе (Иностранная литература. 1994. № 7).

Основная статья доходов частных отечественных детективов – консалтинг. Слово вовсе не страшное и по своему корню всем нам хорошо знакомое. Консалтинг – это когда раздают советы. Мы ведь с давних пор любим и умеем это делать (Огонек. 1998. № 48).

В погоне за сенсацией многие средства массовой информации объявили Ленинградскую область банкротом. В ход пошел новоявленный иноязычный термин «дефолт», что означает в переводе «несостоятельность». «Это нерусское слово изрядно потрепало мне нервы», – признался исполняющий обязанности областного губернатора Валерий Сердюков (Невское время. 1998. № 194).

Введение в текст неадаптированного заимствования часто осознается авторами как проявление индивидуальной языковой инициативы и служит толчком к языковой рефлексии:

В переводе с английского языка слово *alarm* обозначает панику, тревогу, настороженность. В русском языке есть слово *алармист*, обозначающее че-

ловека, поднимающего панику путем распространения непроверенных данных, то есть слухов (Педагогические вести. 2003. № 1).

Для семантизации нового заимствования используются этимологические справки (буквальный перевод слова в языке-источнике), подбираются русские синонимы или синонимоподобные слова и словосочетания, дается упрощенное, «бытовое» толкование значения. Обычными метаязыковыми операторами, указывающими на «чужое слово», являются кавычки, различные графические выделения (курсив, разрядка и пр.). В период вхождения нового заимствования в речевой оборот нередки комментарии пишущего (говорящего) по поводу употребительности слова, его статуса и форм бытования в русском языке. Ср.: «К заимствованиям быстро привыкаешь, и сейчас уже трудно представить себе русский язык без слова *компьютер* или даже без слова *пиар* (хотя многие его и недолюбливают). Я, например, давно привык к слову *менеджер*, но вот никак не могу разобраться во всех этих *сейлзменеджерах*, *акаунтменеджерах* и им подобных. Я понимаю, что без “специалиста по недвижимости” или “специалиста по порождению идей” не обойтись, но ужасно раздражает, что одновременно существуют *риэлтор*, *риелтор*, *риэлтер* и *риелтер*, а также *криэйтор*, *криейтор* и *креатор*» [13].

Современная массовая литература, нередко точно отражающая актуальные языковые процессы, представляет и текстовую экспликацию рефлексивной деятельности носителей языка. Приведем выразительный фрагмент текста, в котором показана семантическая неопределенность иноязычного слова *харизма*, весьма активно используемого в СМИ, и типичная в таких случаях попытка наивной его этимологизации:

- Чем же я лучше? – кокетливо спрашивал он.
- У тебя есть харизма, – отвечала она с важным видом.

Это словечко только начало входить в моду, почти никто не знал его реального смысла, и в широких слоях населения возникала ассоциация со старым русским словом «харя», бабки в деревнях так и говорили: за этого не будем голосовать, у него харизма толстая и противная.

Ты хотя бы понимаешь, что это такое? Объясни, потому что я не понимаю, – говорил он, продолжая кокетничать.

В переводе с греческого это богоизбранность, дар Божий. В переводе с современного русского – обаяние политического лидера, его лицо, его имидж. Получается не совсем адекватно, зато красиво (П. Дашкова. Чувство реальности).

Способность к языковой рефлексии — один из наиболее важных параметров языковой личности. Чем выше уровень владения языком, тем более внимателен и критичен говорящий при отборе языковых средств для выражения своих мыслей, тем чаще он задумывается над выбором той или иной номинации и стремится поделиться с адресатом своими размышлениями и оценками по поводу ее уместности.

Многие исследования, наблюдения педагогов и психологов убедительно показывают, что уровень освоенности заимствований, большинство из которых достаточно часто используются не только в публицистике и научном стиле, но и в обиходной речи, невысок. Во многих случаях наблюдается приблизительное знание значения слова, при котором усвоены лишь некоторые компоненты значения или только часть семантической структуры многозначного слова. Нельзя не согласиться с тем, что когда чрезмерное употребление иноязычной лексики начинает приобретать массовый характер, семантическая закрытость многих новых заимствований значительно осложняет коммуникативный акт, нарушает качества речи и во многом влияет на снижение эффективности общения.

Приведем примеры немотивированного использования заимствованных слов в СМИ и последующей коррекции возникшей коммуникативной неудачи в диалоге:

- Меня всегда интересует в человеке *персоналите*.
- Простите, а по-русски можно?
- *Индивидуальность* (Передача «Поехали». ОРТ. 11.01.1997. Интервью с В. Гнеушевым, главным режиссером цирка).
- Не держите деньги в *авуарах*.
- Что такое *авуары*?
- Я имею в виду *матрасы*, *чулки* (Радио «Эхо Москвы». 7.01.04. Беседа с президентом Ассоциации российских банков).

Современные средства массовой информации демонстрируют многочисленные случаи неоправданного употребления заимствований без учета предстоящего понимания читателя, без ориентации на его лексикон. Приведем некоторые примеры:

Международный добровольческий лагерь — это еще более интересная и веселая тусовка. Собственно, лагерь может представлять собой палаточный городок где-нибудь на берегу Средиземного моря или в лесах Канады, а может и базироваться в молодежном хостеле или даже в неплохом отеле прямо в центре Гамбурга или Парижа (АиФ. 1996. № 27).

В больших корпорациях возможностей использовать *сток-опшен* очень мало, в отличие от *стартапов*. Но, как правило, в больших корпорациях стабильная работа, высокая зарплата, а *сток-опшен* много скромнее, чем в начинающих фирмах, поэтому в больших корпорациях шансов неожиданно разбогатеть немного («Огонек». 1997. № 50).

Сегодня в Центральном выставочном зале открылся небольшой *перформанс* картин. На нем представлены работы нескольких петербургских художников (Радио России. 2.06.2005).

Совершив изматывающий *шоппинг* по крупным аптекам города, выяснилось, что самый большой выбор такой косметики оказался в аптечной сети «Первой помощи» (Комсомольская правда. 04.06.2004).

Введение без необходимости в текст иноязычных слов, не ставших усвоенными языком заимствованиями и имеющих вполне определенные русские эквиваленты, может служить причиной коммуникативных помех.

Итак, интенсивный рост заимствований в последнее десятилетие в значительной степени определяет речевой портрет молодого россиянина конца XX — начала XXI в. С одной стороны, это проявляется в закономерной интернационализации осваиваемого терминологического аппарата современной науки, в приобщении к современным технологиям (особенно показательно бурное обогащение той части лексикона, которая связана с компьютерной техникой), с другой — в ничем не оправданной американизации обыденной речи.

Воздействие процесса заимствования на современную образовательную среду многообразно. Для органичного существования в среде, наполненной заимствованиями, человек должен свободно ориентироваться в широком потоке новых слов. Для этой ориентации необходимы и хороший языковой вкус, и языковая компетентность (в частности, знание иностранных языков и умение использовать это знание для коммуникативной деятельности на родном языке), и личностные установки (с одной стороны, уважение к родному языку, осознание языка как важнейшего фактора национальной культуры, с другой — понимание того, что заимствования — это средство культурного взаимодействия, средство приобщения к чужой культуре).

Примечания

1. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. — СПб., 1999. С. 104.
2. Культура парламентской речи. — М., 1994. С. 115.
3. Толстая Т. Долбанем крутую попсу // Московские новости. 1992. № 11.
4. Апресян Ю. Д. О состоянии русского языка // Русская речь. 1992. № 2.
5. Караулов Ю. Н. О некоторых особенностях состояния современного русского языка и науки о нем // Русистика сегодня. 1995. № 1. С. 20.
6. Журавлева З. Горит во лбу менталитет // З. Журавлева. И услышал я голос иной. — М., 1998. С. 163.
7. Серебренников Б. А. Роль человеческого фактора в языке: Язык и мышление. — М., 1988. С. 78.
8. Там же. С. 81.
9. Волконский С. М. О русском языке // Русская речь. 1992. № 2. С. 46–47.
10. Культура русской речи и эффективность общения. — М., 1996. С. 382.
11. Вепрева И. Т. О кодифицированной норме в современной культурно-речевой ситуации: Норма и мода // Русский язык сегодня. Вып. 4. Проблемы языковой нормы. — М., 2006. С. 116–117.
12. Крысин Л. П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному языку и социолингвистике. — М., 2004. С. 196.
13. Кронгауз М. Заметки рассерженного обывателя // Отечественные записки. 2005. № 2.