

Iâ Blûmental'

Transformacji nekotoryh anglicizmov v sovremennoj russkoâzyčnoj presse : (po materialam SMI)

Acta Neophilologica 8, 71-77

2006

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Ия Блюменталь

Zakład Lingwistyki Stosowanej

Uniwersytetu Łódzkiego

ТРАНСФОРМАЦИИ НЕКОТОРЫХ АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ СМИ)

1. Русский язык всегда был открыт для заимствований. Начиная со времен Петра I язык ориентировался на западную культуру, что способствовало проникновению в него многочисленных заимствований из западноевропейских языков (в Петровские времена из немецкого и голландского, позднее из французского). М. В. Ломоносов, который вводил в русскую науку иностранные термины, дал определение русскому языку, в котором видел „великолепие испанского, живость французского, нежность итальянского, крепость немецкого и сверх того сильную в изображениях краткость греческого и латинского языков”. Однако именно английский язык, который может быть не случайно пропустил Ломоносов, в последние десятилетия XX века стал основным и очень „активным” источником заимствований в русском языке.

Тенденция к американизации русской жизни находит свидетельство в американизации русского языка, что в свою очередь выражается в проникновении в „великий и могучий” многочисленных заимствований – англоязычных неологизмов. „[...] Число иноземных слов – что отметил еще академик Я. К. Грот – вторгшихся и еще вторгающихся к нам вместе с новыми понятиями, изобретениями и учреждениями, заимствуемыми с запада, так велико, что изгнать их даже и в отдаленном будущем едва ли удастся”. [Грот 1899]. И следствием такого активного заимствования является „[...] изменение точки зрения на англицизмы-американизмы: они воспринимаются уже не как »чужое«, а как »свое« [...] как слова, подлежащие заимствованию и усвоению” [Сешан 1996].

1.1. Цель настоящей статьи в том, чтобы на примере некоторых наиболее употребительных английских неологизмов показать, каким образом усваиваются они современным русским языком и каким фонетическим, структурным, грамматическим и семантическим трансформациям подвергаются в современном русском языке на этапе **интеграции** с языком-реципиентом. Источником лексики для

анализа послужили материалы СМИ, так как, на мой взгляд, пополнение словарного состава современного русского языка прослеживается прежде всего на страницах прессы и в электронных средствах массовой информации. Кроме того, именно посредством этих источников информации носители языка могут освоить новые заимствования, т.е. сформировать и закрепить лексические значения единиц, а также их грамматические формы, а студенты-иностранцы, изучающие русский язык, пополнить и расширить свой словарный состав с учетом всех изменений, происходящих в современном русском языке.

Предлагаемые для рассмотрения примеры англицизмов – это словарные единицы, которые на сегодняшний день прочно вошли в словарный состав русского языка и относятся к общеупотребительной лексике на всех уровнях коммуникации. Они часто встречаются также в текстах, предлагаемых для перевода студентам-русистам. Как известно, неологизмы – это „новые слова и выражения, созданные для обозначения новых предметов или для выражения новых понятий [...], новые слова и выражения, необычность которых ясно ощущается носителями языка” [БЭС 1998].

1.2. Рассматриваемые в этой работе неологизмы являются [определение Н. З. Котеловой] „внешними заимствованиями”. Необычность и форма такого типа внешних заимствований, которые я буду также называть „английские неологизмы” или „англицизмы”, позволяет причислить их к группе так называемых „сильных неологизмов” (или собственно неологизмов).

Каждый неологизм такого типа проходит в процессе заимствования (в категориях времени) две стадии: 1 стадия – „вхождение” и 2 стадия – „интеграция” в языке-реципиенте [Мадагаскарский 1999]. 1 стадия – „**вхождение**”, которое „является началом постепенного усвоения неологизмов, употребления их не только в речи замкнутого круга лиц, но и в повседневной речевой практике” [Мадагаскарский 1999]. Чаще всего такие неологизмы сопровождаются комментарием, объясняющим дефиницию данного слова или разъяснением значения слова. На этом этапе существования в русском языке англицизмов характерна вариативность формы, неустойчивость в написании и в произношении. И 2 стадия – „**интеграция**”. На этой стадии неологизмы английского происхождения утрачивают семантическую неустойчивость, регулярно употребляются на страницах прессы, постепенно проникают в разговорную лексику. Характерно для них также участие в процессе словообразования (суффиксация и префиксация, образование сложных и составных слов, а также словообразовательных гнезд в соответствии с нормами языка-реципиента).

Такие неологизмы на этапе интеграции приобретают новые значения – прямые и переносные, отсутствующие в языке-источнике; на коммуникативном уровне они воспринимаются как обычные компоненты речи и понятны большинству носителей русского языка. Однако, именно на этом этапе англицизмы в русском языке вызывают огромные трудности при переводе текстов студентами-русистами, поскольку семантические трансформации и другие преобразования, которые происходят с английскими неологизмами, уже не

позволяют „узнать” (например, на основе знания английского языка) слово, и что за этим следует, правильно его понять.

2. Большинство англицизмов и словообразовательных гнезд, которые уже сформировались в русском языке на основе этих англицизмов (в том числе и рассматриваемые мною), не зафиксированы на сегодняшний день в лексикографических источниках.

2.1. Так, например, англицизм пиар, который на этапе „вхождения” в язык использовался прежде всего узкой группой лиц, отвечающих за связи с общественностью, создание имиджа фирмы или физического лица в СМИ, имел несколько вариантов написания как результат буквенной транслитерации: *пaблик рилейшенз (релейшенз)*, в форме аббревиатуры (по аналогии с языком-источником PR – ПР), как результат буквенной аббревиатуры – *пиар*.

Приобретая новую графическую форму (в кириллице), существительное – *пиар* – произносится соответственно абсолютно слитно, без паузы между двумя согласными, которые в языке-источнике являются только аббревиатурой. В русском языке *пиар* – это слово мужского рода (*Да и государственный пиар крепчает на глазах, так что политконсультанты не видят причин для беспокойства*. Известия.ру, 08.04.2005), которое дало начало словообразовательным цепям с именной и глагольной деривацией. Любопытно то, что все эти новообразования – это не профессиональный жаргон специалистов по ПР, а только общеупотребительная лексика, широко используемая как в языке СМИ, так и в разговорной речи. Ср. наименования людей – специалистов по ПР: *пиарщик, пиарщица, пиарщики (Россию примут в ВТО в 2006 году, но опытные пиарщики еще могут превратить в ничто многолетние усилия*. „Российская газета”, 17.01.2005; *Бедный Сергей Брилев в Вестях недели, явно разрывающийся между сочувствием к старшим и профессиональным долгом государственного пиарщика, из кожи вон лез...* „Известия”, 21.01.2005; *В любом случае, пассажирам от непрофессиональной работы пиарщиков аэропорта не легче*. Правда.ру, 06.04.2005), *пиаровец (Два-три звена посредников, сказал мне, пожелавший остаться неизвестным пиаровец...* Би-би-си, 19.04.2002). Ср. также определения: *пиарный (Против войны в Ираке сейчас не высказался только ленивый – это идеальный пиарный повод для всех звезд и звездочек...* Грани.ру, 13.02.2003; *А война в Чечне в значительной мере носит пиарный характер*. „Сегодня”, 23.10.1999), *пиаровский (Пресса расценила это как пиаровский ход в расчете на собравшихся в Москве*. „Московские новости” 2001, № 31; *На сей раз пиаровский эффект общения с Пушкиным решила извлечь одна крупная топливная кампания...* Смена.ру, 2003, № 119; *И носит она не пиаровский, а политический характер – убежден политолог*. „Трибуна”, 25.02.2004), *пиарский (Такой пиарский трюк может привести к размыванию электората нынешнего губернатора Свердловской области...* „Независимая газета”, 06.03.2003). Представлены также глагольные образования – *пиарить* – в значении ‘осуществлять ПР-кампанию’ – (*Вот что надо пропагандировать, рекламировать и пиарить*. „Российская газета”, 15.11.2003; *Конферансье...тоже*

*беззащитно пиарил помещение: „Все сегодня соответствует: и место событию и событие месту”. „Известия”, 22.11.2004; Студенты все еще рвутся пиарить, журнал „Сообщение”, 09.2004; [...] президент говорил о том, что богатые должны возрождать ПТУ и пиарить путинский режим в Евросоюзе. Газета.ру, 02.07.2004). Встречается и наречное образование – пиарно (Я знаю, что упоминать Сахарова нынче не пиарно. Грани.ру, 13.05.2005; Прекрасное место для конгрессов, фестивалей, чемпионатов, ярмарок и прочей пиарно-тусовочной индустрии. „Новое время”, № 39, 20.09.2003). Посредством префиксации от глагола пиарить образуется ряд глаголов совершенного вида – *распиарить, пропиарить, отпиарить, запиарить, напиарить*. И если прилагательные и наречие характеризуют „что-то, связанное с пиаром”, то глаголы *распиарить, запиарить, отпиарить, напиарить* или *пропиарить* – это лексические единицы, которые приобрели свое семантическое значение, благодаря характерным для русского языка префиксам. Например, *распиарить* – ‘провести активную кампанию в СМИ, довести до сведения всех’: *В общем как это доказала практика, Первый канал сможет распиарить все, что угодно. „Трибуна” 18.02.2004; Кроме того распиарить грядущие митинги постарались провластные телеканалы. „Столичные новости”, № 8, 04.11.2003, по аналогии с *рассказать, разрезвонить, расширить*. Очень часто *распиарить* используется параллельно со словом *разрекламировать*.**

Отпиарить – ‘улучшить имидж, провести ПР-кампанию, меняющую представление о чем-либо’. Например: *Имидж России за рубежом: как отпиарить Родину. „Известия”, 14.07.2004; Как нам отпиарить МВД. Портал „Украина криминальная”, 12.03.2003; Но на этом все и закончится, если тему охраны (защиты) русского языка [...] не отпиарить. Портал Грамота.ру (архивные материалы за 2002 год).*

Пропиарить – ‘провести кампанию вопреки чему-то или кому-то, часто с негативным или саркастическим оттенком’: *Как известно даже эшафот можно пропиарить, как быструю путевку в лучший мир. Правда.ру, 03.02.2005; Нужно ли отреагировать на начало иракской войны или пропиарить свой фильм [...] – все будет сделано интересно и ловко. „Московские новости”, 01.04.2005.*

Напиарить – *Будь он не таким скромнягой [...] запросто смог бы напиарить себе наполеоновскую карьеру. Газета.ру, 20.04.2001 или Но зачем все-таки выдумщик Гантамиров хотел напиарить себе имидж страдальца? Газета.ру, 09.12.2003 – в значении ‘надать ход’ своей персоне, разрекламировать себя самостоятельно’.*

Запиарить – чаще всего ‘провести очерняющую ПР-кампанию’, аналогично с *заклеймить, забросать* (негативными фактами, дискредитировать): *[...] тем более, что „запиарить по-черному”, посадить, а на крайний случай ликвидировать в Украине можно кого угодно... „Континент” 2001, № 9.*

Большинство рассмотренных выше глаголов от именной основы **пиар** не фиксируется лексикографическими источниками.

2.2. Следующий англоязычный неологизм, который является ярким примером семантической и словообразовательной трансформации в языке-реципиенте – это

слово *гламур*. *Гламур* (в переводе с английского *glamour* – ‘обаяние’, ‘блеск’, ‘шарм’, ‘очарование’, разг. ‘шик’, ‘роскошь’) пока еще не занесено в академические словари, но его знает и употребляет большинство носителей русского языка. Оно встречается на страницах не только глянцевого издания (а многие их так и называют – гламурные) в разделах „Мода” и „Стиль жизни”, но и в серьезной общественно-политической прессе, например в заголовках: *Гламур и женственность*. Клео.ру, 12.11.2004; *Спортивный гламур*. Клео.ру, 12.11.2004; *Безобразный гламур*. „Известия”, 23.03.2005; *Гламур для народа*. „Независимая газета”, 21.12.2004; *Жесткий гламур*. Газета.ру; 02.07.2004; *Тюремный гламур*. „Новое русское слово”, 01.03.2005.

Если обратиться к семантике этого англицизма в русском языке, то выяснится, что понятие это обросло таким количеством интерпретаций, что реакция стала уже необратимой: никто уже не способен, на мой взгляд, вернуться к изначальному значению этого слова. Так или иначе *гламур* ассоциируется у носителя языка с чем-то чрезвычайно модным и в различных ситуациях может обозначать как – ‘обаяние’, ‘блеск’, ‘элегантность’, так и – ‘богатство’, ‘многоцветие’, ‘стиль жизни’ или же просто – ‘мода’. Англицизм *гламур* „сделал огромную словообразовательную карьеру” в русском языке. Прежде всего уже сформировалась словообразовательная цепь с именной и глагольной деривацией: *гламур* – *гламурность* – *гламурный* – *гламуренный* (разг.) – *гламурно* – *гламурить*. Например: *На дворе эпоха жестокого гламура*. Газета.ру, 02.07.2004; *Сегодня уже говорят о деревенской и джинсовом гламуре [...]*. „Стиль”, 28.10.3003; [...] *быть модной не подразумевает гламурности*. „Новое время”, 20.06.2004; *Гламурный марафон закончился открытием ночного клуба, который обещает стать излюбленным местом самых известных... красавиц столицы*. „Известия”, 22.11.2004; *Гламурный вместо голубого* (заголовок статьи о новогодней программе – *Голубой огонек*). „Огонек”, № 48, 12.2003; *Глубоким вечером [...] серьезные люди [...] собрались в самом закрытом и [...] гламурном заведении краевой столицы*. „Независимая газета”, 21.12.2004; *Певица выглядела тоже не по-мусульмански таинственно, а по-московски гламурно*. „Известия”, 28.03.2005 или *Дива любовалась закатом с веранды-балкона и очень гламурно ела клубнику*. Известия.ру, 25.04.2005; [...] *если бы не пятна в резюме. Началось оно вполне гламурно*. „Российские вести”, 17–23.2003. Существует также ряд сложно-составных слов на основе данного неологизма: *гламур-эксперимент*, *гламур-выбор*, *гламур-прогноз*, *гламур-герл*, *гламур-фотограф*.

От основы *гламур* с помощью суффикса *-к-* образовалось существительное *гламурка* – которое имеет довольно широкую (неустойчивую) семантику: модель на фотографиях типа *гламур*, фотография в стиле *гламур*, победительница конкурса „Гламурная женщина года”: *Модницы... и гламурки* (заголовок статьи о выборах „Гламурная женщина года”). „Новое время”, 20.06.2004.

С помощью уменьшительно-ласкательного суффикса *-чик-* от основы английского неологизма образовалось новое понятие (и новая лексическая единица), которую мне удалось зафиксировать, это существительное *гламурчик*

в значении 'новый, свежий, эффектный элемент', „изюминка”: *Длинные рукава, закрывающие запястья, вырез а-ля лодочка, такой вот гламурчик задуман в свитере. Космополитан.ру или Александр привез на Кинотавр гламурчик. „Независимая газета”, 14.06.2002.*

Особый интерес вызывает глагол *гламурить*, который можно зачислить к авторским неологизмам. В разговорном языке глагол *гламурить* выступает с большей частотностью в значении 'вести роскошный стиль жизни'. Это новейшее образование от основы английского неологизма, которое мне удалось зафиксировать в СМИ. Автор – режиссер, актер, писатель и драматург Евгений Гришковец. *Гламурить – 'давать интервью гламурному (т.е. глянцевому, цветному) журналу': Но если по поводу „Рубашки” можно было сколько угодно гламурить, то по поводу „Рек” я не дам интервью ни одному гляцевому журналу. Полит.ру, 04.05.2005.*

2.3. Последний пример, который я хочу рассмотреть и который, по моему мнению, ярко показывает процесс трансформации английских неологизмов в русском языке, это невероятно популярный в последнее время в русском языке англицизм – *шопинг* (или *шоппинг*). Англицизм *шопинг*, который в начале использовался, главным образом, в значении 'коммерческая разновидность туризма', на сегодняшний день используется в значении 'делать покупки', 'покупать, посещать магазины': [...] *традиционный предновогодний шопинг в Германии оказался далеко не таким выгодным, как надеялись владельцы магазинов. Росбалт.ру, 05.01.2005; Традиции потеряли свой изначальный смысл и превратились всего лишь в повод для очередного шопинга. Росбалт.ру, 05.01.2005; [...] разнообразие магазинчиков... так велико, что шопинг превращается в настоящую охоту. „Коммерсантъ”, № 90, 20.05.2005.* И если в написании англицизма наблюдается еще неустойчивость, поскольку в различных источниках фиксируется он с одним или с двумя *n*, то словообразовательная активность, которую проявляет данный неологизм, с успехом позволяет ему адаптироваться на русской языковой почве. Словообразовательные пары *шопинг – шопинговый*, словообразовательная цепь с глагольной деривацией *шопинг – шопинговать* (разг.) или словообразовательное производное с суффиксальной деривацией типа *шопинг – шопингисты* (разг.): [...] *ведь Сохо – признанный нью-йоркский шопинговый рай. „Коммерсантъ”, № 90, 20.05.2005; Вряд ли шопинговый маньяк сможет освободиться от своей зависимости при помощи лекарственного препарата. Ева.ру, 19.08.2003; Все очень просто – квоты вводились в то время, когда в азиатских странах еще не начался сегодняшний шопинговый ажиотаж. „Киевский телеграф”, № 23, 10.06.2004, с. 4.*

3. На примере рассмотренных мною англоязычных неологизмов можно сделать следующие выводы: заимствованные слова английского происхождения в процессе адаптации в языке-реципиенте приобретают русские суффиксы (структурные трансформации) *-щик, -ец, -ск, -ист, -н, -ов* (*пиарщик, пиаровец, пиаровский, шопингисты, гламурный, шопинговый*), и префиксы *рас-, про-, от-, за-, на-* (*распиарить, пропиарить, отпиарить, запиарить, напиарить*), образуя

словообразовательные гнезда и цепи (*пиар* – *пиаровский*, *гламур* – *гламурный* – *гламурить*, *шопинг* – *шопинговый*), приобретают грамматические признаки в соответствии с правилами русского (грамматические трансформации) языка – (*пиар* – сущ. м.р., *гламурный* – прилагательное, м.р., *пиарить* – глагол, несов. вида); созданные от основы англицизма в процессе словопроизводства словообразовательные производные приобретают самостоятельные семантические значения (*напиарить*, *гламурчик*, *гламурить*).

Такие трансформации англицизмов позволяют подтвердить тот факт, что они достигли стадии интеграции, т.е. укоренения в русском языке в соответствии с нормами языка-реципиента и достигли уровень высокой степени освоения на русской почве.

В связи с приобретением рассмотренными неологизмами английского происхождения русских широкоупотребляемых аффиксов возникает вопрос о том, каков статус данных лексических единиц, являются ли они заимствованиями. Полагаю, что вышеназванные деривационные трансформации позволяют сделать вывод, что данные слова можно определить как русские слова, образованные от заимствованных наименований английского происхождения, которые уже вошли в систему русского литературного языка, утратив статус заимствований.

Библиография

- Грот Я.К. (1899). *Филологические разыскания*. СПб.
- Котелова Н.З. (1978). *Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов. Новые слова и словари новых слов*. Ленинград.
- Дьяков А.И. (2003). *Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке. Язык и культура*. Новосибирск, с. 35–43.
- Мадагаскарский Л. (1999). *Английские неологизмы: коммуникативный и функциональный аспект*. Рунет.
- Сешан Ш. (1996). *Англицизмы в русской речи (по материалам прессы 90-х гг)*. Автореф. дис. Москва.
- БЭС (1998). *Большой энциклопедический словарь*. Москва.
- Крысин Л. (1998). *Толковый словарь иноязычных слов*. Москва.
- ТСРЯ (1998). *Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения*. Под ред. Г.Н. Складневской. СПб.

SUMMARY

Processes of transformation of some anglicisms (English expressions) on the basis of the contemporary Russian press

In the presented article processes of transformation of some anglicisms (English expressions) strictly connected with the changes that happened in the Russian reality on turn of the 20th century are considered. The author makes an analysis of the anglicisms on the basis of press and the Internet vocabulary.