

Елена Габрик

Семантические преобразования в современном русском языке : на примере развития фразеологического значения "новые русские"

Studia Rossica Posnaniensia 33, 141-146

2006

Artykuł został zdigitalizowany i 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.

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ
В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ
(НА ПРИМЕРЕ РАЗВИТИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ЗНАЧЕНИЯ
„НОВЫЕ РУССКИЕ”)

SEMANTIC CHANGES IN THE MODERN LITERARY LANGUAGE
(ON THE EXAMPLE OF THE DEVELOPMENT OF THE PHRASEOLOGICAL
MEANING “NEW RUSSIANS”)

ЕЛЕНА ГАБРИК

ABSTRACT. Changes in the life of a society influence the language system in general and the vocabulary development in particular. Development of lexical and phraseological system of the Russian language at the end of 20-th – beginning of 21-st century is very complicated and many-sided.

Word-combination “New Russians” appeared in the Russian language at the end of the 1980s and since the mid-1990s it has been used in newspapers and socio-political journalism. The article discloses the phraseological development of this language unit. Borrowed as a free word-combination it has become an idiomatic expression with the entire meaning of “Russian entrepreneurs, businessmen who enriched themselves very quickly, but illegally”. National peculiarity of an idiomatic expression is obvious in negative connotation of its meaning.

Semantic changes are one of the language innovations of our time. Widening its compatibility lexical unit “Russian” joins new structural and semantic relations and becomes idiomatic.

Елена Габрик, Челябинская государственная академия культуры и искусств, Челябинск – Россия.

Изменения в жизни общества влияют на языковую систему, в частности на развитие словарного состава языка. Развитие лексической и фразеологической системы современного русского языка на рубеже XX – начала XXI века отличается особой сложностью и связано как с количественными изменениями, отражающими номинативные и коммуникативные потребности общества, так и с качественными преобразованиями на уровне стилистических различий и семантического развития.

Новизна реалий находит свое лингвистическое отражение в возникновении соответствующих неологизмов (как лексических, так и фразеологических). Принадлежность языковой единицы к категории неологизмов – временное состояние. Утратив изначально свойственную ей коннотацию новизны, лексема и фразеологизм входят в активный номинативный фонд языка, а впо-

следствии могут стать историзмом или архаизмом или даже выйти из состава языка.

Если Октябрьская революция обусловила основное развитие русского языка советского периода, то события последних лет (при отсутствии предпринимательской государственной политики) стимулировали во многом стихийные языковые изменения. Семантика языка лишилась былой идеологической упорядоченности.

В языке современных СМИ формируется особый пласт лексики и фразеологии, основанный на переосмыслении реалий прошлого или заимствованиях. Обратимся к фразеологизму *новые русские*, возникшему в конце 80-х годов в России, а в середине 90-х годов активно вошедшему в газетно-публицистическую сферу. „Не случайно на вопросы молодым людям сегодня о том, пойдут ли они защищать свою Родину в случае войны, в ответ слышатся сомнения. Многие не знают, что защищать и стоит ли вообще защищать то, что они видят сегодня, то есть *новых русских*, заворовавшихся олигархов, заботящихся о своих суперприбылях” („Советская Россия” 2003).

Новые русские – название очерковой книги (*The New Russians*, 1990) известного американского журналиста Хенрика Смита. Это вторая книга своеобразной диалогии журналиста: в советское время Х. Смит, будучи корреспондентом в Москве, написал книгу *Русские*, получившую большую известность. После начала в СССР рыночных перемен и с появлением богатых людей он написал книгу *Новые русские*.

Из названия книги это выражение перекочевало в англоязычную прессу, отсюда – в российскую печать. В „нулевом” номере газеты „Коммерсантъ-Daily” от 7 сентября 1992 г. термин „new Russians” был предложен взамен уже существовавшего термина „новые богатые” – для обозначения „формирующейся элиты российского общества” с „новым менталитетом и [...] стилем жизни” (редакционная статья *Кто они такие? Портрет читателя Ъ*). Сначала выражение употреблялось по-английски, но быстро „обрусело”.

Изначально, когда выражение представляло собой свободное словосочетание, коннотативный оттенок отрицательного отсутствовал. Некоторые комментарии современников подтверждают это. В книге Д. Щеглова *Владислав Листьев. Послесловие...* читаем: „Евдокия Хабарова: Мы с Владом познакомились летом 1991 года. Я тогда возглавляла агентство «Знак» [...] и проводила рекламную кампанию в газете «Коммерсантъ-Daily». В рамках этой компании и было придумано словосочетание «новые русские» без какого-либо негативного оттенка в его смысле. Влад уже вел «Тему» и знакомство наше было творческим – он решил сделать программу вот об этих самых «новых русских». Там должны были присутствовать два бизнесмена и главный редактор газеты для этого слоя людей – на этот момент – Ксения Пономарева”¹.

¹ Д. Щ е г л о в, *Владислав Листьев. Послесловие...*, Москва 2002, с. 98.

„Старые русские” перевели этот термин на родной язык и придали ему ироническую окраску. Словосочетание *новые русские* образовано по аналогии с известным со времен Древнего Рима выражением *homo novus* (хомо новус), то есть „новый человек” – человек доселе не известный, незнатного происхождения, который в силу сторонних причин (особых отношений с администрацией, неких темных сделок и пр.) достиг богатства или высокого положения в обществе. Феномен „новых русских” сначала ошеломил Европу и Америку: ведь именно за границей можно было безрассудно и бесконтрольно потратить то, что украдено в России. Со стороны иностранцев в выражении *новые русские* чувствовалось и удивление, и ирония. „Новые русские” вообще с удовольствием приобретали недвижимость за границей. Как пишет «Санди Таймс», только в Лондоне за последние два года русские «спустили» на приобретение жилья и другие недвижимости по крайней мере 50 млн. фунтов стерлингов (80 млн. долл.)» („Аргументы и факты” 1994). „У меня разбежались глаза, ведь за бизнесменами было наблюдать не менее интересно, чем за происходящим на сцене. От комментариев воздержусь, чтобы ненароком никого из «новых русских» не обидеть” („Аргументы и факты” 1995).

В русском языке произошла фразеологизация этого выражения. Фразеологизм *новые русские* называет лиц по социальным качествам. Фразеологическая и грамматическая семантика анализируемой единицы находятся в отношениях целостности, соответствия, они взаимно дополняют друг друга. Фразеологическая семантика обуславливает грамматическую специфику, в частности определяет особенности проявления категории числа фразеологизма *новые русские*. Фразеологизм активно употребляется именно в форме множественного числа. Употребление компонентов в основном во множественном числе придает более широкий уровень распространения данного названия на определенные социальные слои общества.

„В некогда трудовом российском городе Свердловске, а теперь столице уральской мафии – Екатеринбурге, в популярном у «новых русских» ресторане «Астория», в узком кругу друзей и соратников справлял свои очередные именины местный воровской авторитет по кличке Лабух” (В. Доценко, *Война Бешеного*). „Кажется, они ехали к Каменному острову: там, как в Москве в Серебряном бору, с незапамятных коммунистических времен имелось несколько роскошных особняков, которые ныне «прихватизировались» новой властью и превратились в островки роскоши и отдыха для «новых русских»” (В. Доценко, *Война Бешеного*). „Но прежде, чем нанести визит, я регулярно общалась с Любой по телефону. Там у них целая колония отселенных жен *новых русских* образовалась” (Н. Нестерова, *Бабушка на сносях*).

Наблюдается вариативность записи анализируемой языковой единицы: „**новые русские**” и **новые русские** (без кавычек). На наш взгляд, современные существующие варианты не влияют на семантику фразеологизма. Исследования говорят о том, что в этом проявляется субъективный авторский подход к фразеологическому значению данной языковой единицы, т. е. автор

в какой-то степени определяет фразеологизацию значения выражения. Запись „**новые русские**” (в кавычках) показывает, что для автора данная единица еще находится в стадии становления, перехода к фразеологизму. В свободном употреблении выражение было заявлено как „**новые русские**” (в кавычках).

Подтверждением национального характера данной фразеологической единицы служит отрицательная коннотация значения, подчеркивающая, что русский менталитет не приемлет такого субъекта-лица. Сопоставим значения фразеологизма в разных современных словарях.

Новые русские. Так называют российских бизнесменов, банкиров, разбогатевших в конце 80-х – начале 90-х годов².

Новый русский – ‘российский предприниматель и коммерсант, занявшийся бизнесом в период перестройки и быстро разбогатевший’³. „Вероятно, открытие собственного дела – это уже переход на качественно иной уровень, связанный с большим риском, и он требует не просто авантюриности, но, помимо необходимых связей и предпринимательской жилки, еще и желания приобщиться к классу «новых русских»” („Российская газета” 1996).

Новые русские – представители „новой волны” в России 90-х годов, действующие со своим собственным (незаемным) капиталом, быстро достигшие высокого имущественного уровня и деловых успехов без государственной поддержки и нередко отличающиеся пристрастием к показной роскоши, обладающие плохими манерами, купеческими замашками и пр., в особенности во время пребывания за рубежом⁴.

Последнее определение несет в себе большую экспрессию, указывает не только на социальный статус, но и добавляет морально-нравственные штрихи к портрету русского нувориша. Также авторы приводят синонимичные слова и словосочетания, хотя и являющиеся малочастотными: *нувориши*, *русские новобогатеи*, *скоробогатеи* (более употребительна лексема – *нувориши*).

В 90-е годы слово *нувориши* было распространено не менее, чем фразеологизм *новые русские*. Превалировал неодобрительный коннотативный элемент значения. Известно французское выражение – *nouveau riche* [нуво риш], то есть ‘новый богатый’ – человек, подозрительно скоро разбогатевший. В XIX в. в России слово *нувориш* было популярно и означало отчасти то же, что и *новые русские* сейчас (преуспевающие нувориши; грабят, как истые воры и *нувориши*; любящие показуху русские *нувориши*; беспредел *нуворишей* возрастает...). „Большинство любящих показуху русских *нуворишей* концентрируется в столице, увозя за собой поставщиков предметов роскоши, таких как «Мерседес Бенц»” („Санкт-Петербургское эхо” 1993).

² Г.Я. Солганик, *Толковый словарь: язык газеты, радио, телевидения*, Москва 2002, с. 400.

³ *Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения*, под ред. Г.Н. Складневской, Санкт-Петербург 2000, с. 426.

⁴ *Краткий словарь современных понятий и терминов*, под общ. ред. В.А. Макаренко, Москва 2000, с. 359.

„Российские нувориши вывозят из страны ежемесячно 1 млрд. долл., открывая счета и покупая недвижимость на Западе” („Новое время” 1994). *Толковый словарь русского языка конца XX века* приводит в качестве синонима фразеологизму *новые русские* только лексему *нувориши*.

Временное сопоставление лексемы и компонента фразеологизма позволяет увидеть различие в характере оценочной семантики. Полагают, что главной противоположностью праславянской культуры является оппозиция „свой – чужой”, с которой также связана смена оценок, так как в основе противопоставления лежит отношение „хороший – плохой”. В связи с происходящими изменениями в политической и экономической жизни общества происходит обновление концептуального мира носителя языка.

Неприятие статуса *нового русского* россиянами подтверждается тем ассоциативным образом, который возникает у значительной части опрошенных: бритоголовый, с огромной золотой цепью на шее, в малиновом пиджаке. Заслуживает внимания деталь – малиновый цвет пиджака. Лексема цвета – один из элементов цветовой национально-языковой картины мира. Для носителей русского языка основными цветами, в первую очередь, является „семь цветов радуги”, розовый, коричневый, а также черный, белый, серый. То есть, через цвет идет своего рода отторжение „чуждого” образа. За счет определяемой коннотативной оценки фразеологическое значение расширяется. В предложении „Этот татарин из *новых русских*, его надо зацепить” (В. Доценко, *Возвращение Бешеного*) сема национальной принадлежности – „восточнославянский народ” уходит на второй план, не связывается с фразеологическим значением ‘богатый, влиятельный, навороченный’. В основе фразеологического значения *новые русские* – сема наживы, денег. Причем, присутствует дополнительная сема нечистоплотности, нечестности, теневого бизнеса. Этим, вероятно, и объясняется употребление в жаргоне выражения *новые русские* в значении ‘деньги’⁵.

Наряду с отрицательной коннотацией выражения *новые русские*, в исследованиях отмечена вариативность оценочных смыслов при дифференциации класса не по признаку богатства, а по профессиональным качествам. То есть, появляется положительная оценка фразеологической единицы путем лексической конкретизации понятия *новые русские*: новейшие „новые русские”, старый „новый русский”, совсем „новый русский”, новые молодые „зубры” (Д. Гранин), новые „новые русские”, самые „новые русские”, настоящие „новые русские”. Однако в исследуемом нами материале фактов положительной коннотации не зафиксировано.

В последние годы языковая единица *новые русские* уже прочно вошла в активный словарный запас, семантическая и коннотативная новизна утрати-

⁵ Б.Б. Максимов, *Фильтруй базар. Словарь молодежного жаргона г. Магнитогорска*, Магнитогорск 2002, с. 276.

лась. Данный фразеологизм реже встречается и на страницах газет и журналов, но активно функционирует в языке художественных произведений.

Потеря исторической перспективы, ценностный вакуум, наблюдаемый в современном обществе, порождает ироническое отношение к жизни, отраженное в языковой практике. Изменилось в обществе и отношение к образу новых русских: с агрессивного, неприязненного на ироничное (невозможно избавиться, то хоть воспринимать с юмором!). Появилась целая серия анекдотов, где главное действующее лицо – новый русский.

Беседуют за баб двое *новых русских*:

- Слышь, Вован, а моя жена очень любит животных, особенно кошек и собак!
- А моя их не жрет, она... Как это?.. Во, вспомнил, вегетарианка!

На пляже встречаются двое *новых русских*:

- Привет, Вован! Ты это че среди бела дня купаться ходишь? А работа как?
- Да какое там купаться, Колян... Я здесь по делам. Конкретно.
- ?
- Секретаршу себе новую выбираю⁶.

Здесь следует отметить схематичность образа „нового русского”, но при этом такие личностные характеристики, как недалекость, необразованность, бездуховность, гиперболизированы.

Семантические преобразования – одно из проявлений языковых инноваций нашего времени. Мы наблюдаем, как лексема „русские”, расширяя сочетаемость, вступает в новые структурные и семантические отношения и преобразуется во фразеологизм. Частный случай подтверждает общую тенденцию языкового развития. Заимствования, категориально и семантически преобразуясь, расширяют коммуникативное евразийское пространство.

⁶ *Веселые анекдоты для веселых людей*, Москва 2000, с. 160.