

**ФАКТ - СЛОВО - ТЕКСТ - КОНЦЕПТ  
В ПРОЦЕССЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КУЛЬТУР И ЯЗЫКОВ  
(АНГЛИЦИЗМЫ НОВОГО ВРЕМЕНИ В РУССКОМ ГАЗЕТНОМ ТЕКСТЕ)**

(Язык и межкультурные коммуникации: Сборник научных статей.  
Минск, 2007. С. 253–256.)

Страницы газет, несущих нам информацию, пестрят иноязычными словами. Многие из них русскоязычный читатель встречает впервые, некоторые уже «примелькались» в печати и «на слуху», немногие можно характеризовать как ставшие знаковыми для определенного исторического периода в жизни современного общества. Судьба иноязычий может быть различной – от безусловного утверждения в лексической системе языка до полного исчезновения из языковой памяти. Бесспорно, что это определяется социальной значимостью тех реалий, фактов, явлений и соответствующих им понятий, которые вербализуются при помощи лексических заимствований.

Вместе с тем восприятие иноязычий и их дальнейшая судьба в языке-получателе в определенной мере зависят также и от лингвистических факторов. В этом отношении заслуживают внимания язык и содержание газетных текстов информационно-аналитического характера, знакомящих читателей с новыми реалиями, явлениями и соответствующими языковыми средствами их выражения, которые формируются в сознании и в речи современного русскоязычного читателя в результате контактов с миром англоязычной культуры. Как правило, такие тексты имеют целью не только сообщить новую информацию, но и предложить ее сущностную, образную, национально культурную интерпретацию (материалами наблюдений послужили тексты газеты «Советская Белоруссия» за последние несколько лет).

Еще в середине XX века лингвисты отмечали, что газета, обращенная к массовому читателю, дает богатый и интересный материал для изучения живых языковых процессов. Массмедийные тексты, широко включая разговорную речь, выполняют задачи наименования и освоения новых явлений и форм поведения, которых эти явления требуют, и таким образом направлены на расширение и коррекцию языковой и концептуальной картины мира широкого круга читателей [1, с. 49–51].

Современная живая речь особенно легко и широко включает лексические единицы иноязычного происхождения. Поэтому для изучения места и роли иноязычных заимствований в русском языке

---

целесообразно рассмотреть характер их функционирования именно в газетных текстах, наиболее близко отражающих живую речь.

С точки зрения психолингвистики, иноязычное слово, как и любая другая лексическая единица, не может быть «дискретной единицей, загружаемой в память, хранящейся в памяти как в контейнере и извлекаемой из нее при необходимости. Слово как достояние человека представляет собой продукт многообразных процессов установления связей» [2, с. 174]. Именно поэтому в воспринимающем языке (прежде всего, в речи его носителя, т. е. в индивидуальном лексиконе человека) формируются новые контекстуальные употребления новой лексической единицы и ее лексико-семантические варианты [5, с. 73].

Это означает, что в сознании носителя языка-получателя происходит формирование особой системы представлений, знаний и образов, в которой находят отражение свойства и признаки познаваемой таким образом новой реалии, т. е. происходит формирование нового концепта. Подтверждение процесса концептуализации нового объекта действительности, вербализатором которого выступает иноязычное слово, можно видеть в особенностях включения и функционирования иноязычных неологизмов в рассматриваемых газетных текстах информационно-аналитического характера.

Как правило, иноязычие, называющее предмет журналистского исследования, вводится в текст с истолкованием его значения путем перевода. В одних случаях это словарные эквиваленты, которые достаточно полно передает содержание понятия, например *дор-кипер* (от англ. *door-keeper*) – *швейцар*; *шоппинг* – *хождение по магазинам за покупками*; *фестиваль contemporary dance* (*современный танец*); *уличные гонки (стритрейсинг)* [4]. В других случаях предлагается, например, пояснение слова *буккроссинг* как *охота на книгу*, что передает приблизительное значение иноязычного неологизма, так как речь в тексте идет о возникшем в Беларуси среди молодежи особом способе обмена книгами. Нередко авторы констатируют, что явление, которое отмечено ими в современной жизни нашего общества, не имеет в русском адекватного именованного: «английскому слову *single* в русском языке нет подходящего перевода. *Одинокая* звучит больше как *несчастливая*. Слово *независимая* тоже не подходит – сразу возникает вопрос: от чего независимая или от кого?» В этом случае мы отмечаем специальное рассуждение (метаязыковой рефлексив) о целесообразности или нецелесообразности употребления тех или иных языковых средств выражения наблюдаемого явления, что

должно привлечь внимание к употреблению в тексте иноязычного неологизма *сингл*.

Метаязыковые рефлексивы могут указывать и на другие особенности восприятия новых слов иноязычного происхождения, например: «Слышали такое слово *шоппинг*? Оно сейчас очень популярно»...; «Моя подружка – чирлидер! Фраза странная, если не сказать больше: звучит интригующе и даже как-то таинственно... Учимся выговаривать слово *черлидерс*». Возможно также введение нового незнакомого слова без перевода, посредством описания его значения, которое характеризует достаточно приблизительно и оценочно понятие, обозначаемое таким словом, например: «Это и есть модное увлечение минской молодежи – *паркур*. Эдакое ассорти из акробатики, гимнастики и эквилибристики с едким привкусом экстрима». [От себя заметим, что английское слово *parcour* является узкопрофессиональным спортивным термином].

Первичное упоминание объекта, вербализуемого иноязычным словом, в тексте дополняется неоднократным возвращением к предмету речи, которое реализуется различными языковыми средствами. Это не только межъязыковые эквиваленты (которые к тому же, как мы отметили уже несколько ранее, не всегда являются полными эквивалентами), но также описательные конструкции или слова различного происхождения: собственнорусские, сложные или составные, или заимствованные. Например: *фликеры – специальные световозвращающие элементы, световозвращатель; черлидер – группа поддержки бейсбольной команды; блог – он-лайн-дневник; сингл – одиночка, человек одинокий, человек самодостаточный; дор-кипер – швейцар нашего времени; байкер – мотолюбитель, видеослоты – игровые автоматы, автоматы; чип – микросхема, капсула размером с рисовое зернышко; искусство contemporary – современная хореография* и др. С некоторыми однословными номинациями иноязычные неологизмы образуют синонимические группы типа *фликер – световозвращатель, байкер – мотолюбитель, дор-кипер – швейцар* и др. Описательные конструкции, как правило, содержат разьяснение вербализуемого таким образом понятия или определяют его основные свойства и параметры.

Ознакомлению с новым словом и понятием, стоящим за ним, способствует указание не только содержательных признаков, но и внешних характеристик предметов или явлений (включая внешний вид и их действия). Так, авторы текстов сообщают, что *байкеров* внешне отличают «длинные волосы, бороды, кожаные куртки»; что

---

«стильный галстук и белоснежная сорочка – неперенные атрибуты униформы *дор-кипера*»; что *стритрейсинг* связан в сознании современников с картинами, когда «плохие ребята собираются по ночам и при свете горящих бочек с мазутом «рубятся» на скорость»; что в «группы поддержки спортивных команд, которые скрываются под таинственным словом *чирлидинг*», входят «симпатичные длинноногие девчушки в коротких юбочках с разноцветными лохматыми помпонами в руках. Они старательно размахивают ими в такт музыке, умудряясь при этом ... выдавать еще и восхитительные па...».

Как лексические единицы современного газетного языка, иноязычные неологизмы проявляют способность вступать в системные отношения с другими членами русской лексической системы.

О смысловом противопоставлении нового иноязычия *чирлидер* и известных в русском языке слов *тамада*, *заводила*, которые, по мнению журналиста, являются эквивалентами английского слова в языке-источнике, идет речь в следующем метаязыковом рефлексиве в газетном тексте, посвященном чирлидингу: «Слово *cheerleader* в переводе на русский имеет три близких значения: тамада, заводила в компании, группа поддержки. Тамадой у нас не удивишь никого, заводил тоже хватает, а вот профессиональных групп поддержки трудно сыскать днем с огнем». Прочитанное высказывание, выделяя значение 'профессиональная группа поддержки' у слова *чирлидер*, мотивирует его закрепление в русском языке именно в этом значении и подтверждает его исключение из синонимического ряда типа *заводила*, *тамада*.

Установление таких логико-предметных связей и отношений обозначаемой реалии, как отношения действия и субъекта, предмета и признака, процессуального или статичного, действия и состояния, предопределяет словообразовательную активность иноязычных неологизмов, которая реализуется посредством различных словообразовательных средств.

Так, в области именованности лица по роду деятельности представлены слова *стритрейсер* (от *стритрейсинг*), *паркуристы* (от *паркур*), *сноубордист* (от *сноуборд*), которые, по данным словарей, в английском языке не отмечены. В эту же группу названий лиц входит производное на базе русского языка название лица женского пола *блоггерша* (при потенциально возможном заимствовании английского слова *blogger* 'тот, кто пишет дневник').

В результате реализации словообразовательных типов русского языка появляются прилагательные *байкерский* (от сущ. *байкер*),

*сноубордический* (от *сноубордист*), глаголы *чипировать*, *клиповать* (от сущ. *чип*, *клип*), существительные со значением 'род занятий' *клипмейкерство*, *рейдерство*, *чипирование*. С участием новых иноязычных слов образованы сложные слова *блогосфера*, *шопоман*, *шопомания*. Обращает на себя внимание то, что новые заимствования нередко включаются в сферу действия тех словообразовательных типов, которые не являются традиционными для русского языка, например, так называемый «телескопический» способ словообразования путем сложения неморфемных частей производящих: *шопоголик*, *шопоголизм*; а также образование составных именовании: *шопинг-терапия*, *женщина-сингл*, *медиа-среда*, *медиа-персона*, *интернет-страница*, *интернет-голосование*.

Результатом такого представления новых иноязычий в текстах массовой коммуникации является концептуализация соответствующих понятий как формирование целого ряда конкретных, наглядно-чувственных образов (размер, форма, цвет), а также и содержательных, логически-осмысленных признаков (предназначение, связи и отношения с другими предметами и явлениями). Эти смыслы представляют собой основу для дальнейшего метафорического осмысления новых понятий, вербализуемых новыми заимствованиями, что служит возможности не только их уточнения, но и средством как бы «оживления» представлений о новых реалиях, еще не воспринимаемых в сознании носителей языка-получателя как достаточно знакомые или привычные. Так в газетных текстах информационно-аналитического характера возникают метафорические именовании «человек-светлячок» – о человеке, к одежде которого прикреплены фликеры (световозвращающие элементы); «зажигалки» – о группах чирлидинга, цель которых развлекать болельщиков и создавать праздничную атмосферу на стадионах во время спортивных соревнований; *живые манекены* – о дор-киперах (швейцарах в дорогих отелях); «однорукий бандит» – об игровых автоматах; *люди-науки*, *городские тарзаны* – о паркуристах (о людях, занимающихся экстремальной эквилибристикой и гимнастикой на городских улицах). Метафорические именовании новых реалий нередко выступают в текстах как перифразы и занимают сильную позицию заголовка. Так, заметка об использовании микрочипов в ветеринарии озаглавлена «Паспорт для Шарика» и имеет подзаголовок «электронное удостоверение: подкожный микрочип».

Формирование понятийного и образного компонентов смысловой структуры новых лексических заимствований рассматривается

---

как достаточное условие для выделения вербализуемых ими когнитивных концептов, которые представляют результат познавательной деятельности человека [3, с. 82–84]. Но конкретно-историческое наполнение когнитивные концепты получают в определенной национально-культурной среде с присущими ей ценностными ориентирами и установками. В этом отношении важно обратить внимание на включение в исследуемые тексты различных конструкций, отражающих оценочное употребление тех языковых средств, которые служат объективации когнитивных концептов.

Так, несомненно положительную оценку получает в языковом сознании наших современников техническое новшество *фликер* и понятие о нем. Это однозначно засвидетельствовано в выражениях, которые содержат соответствующее этому понятию слово и его синоним исконнорусского происхождения: *чудо-фликер*, *полцарства за световозвращатель* (последнее в позиции подзаголовка). Неоднозначное оценочное отношение к страсти покупок, которая может овладеть человеком, выражается конструкцией *радости и ужасы шопомании*; или к личности байкера – посредством перифрастического его именованья *любитель прокатиться с ветерком и грохотом*; явно негативная оценка сформулирована как предикативное суждение, помещенное в сильную позицию заголовка: *«Шоппинг – настоящий допинг»*. Личностное оценочное отношение к неизвестному до этого времени явлению стритрейсинга (уличные гонки) сообщается в формате дискуссионного обсуждения: *Считалось также, будто стритрейсинг – забава исключительно для новоявленных нуворишей. ...Так ли все на самом деле?*

Культурная составляющая в структуре нового концепта, формирующегося в результате проникновения в жизнь общества новых явлений и новых слов, часто включает национально-окрашенный компонент смысла. Это может касаться чувственно-наглядных признаков, входящих в концептуальную структуру. Так, из текста, посвященного неизвестному для нас понятию и слову *чирлидинг*, выясняется, что распространение этого явления в России имеет некоторые внешние особенности в сравнении с его внешними признаками на Западе (стройные девушки, короткие юбочки, разноцветные помпоны): *Хотя вот в России кое-где от помпонов отказываются в пользу национального колорита – чтобы отличаться.*

Если национальный компонент в структуре концепта затрагивает его существенные, содержательные признаки, то это изменяет характер оценки вербализуемого явления. Например, отрицательная

оценка проблемы «женское одиночество» и формирующегося в русском языковом сознании концепта, вербализуемого составным именованием *женщина-сингл*, проявляется, главным образом, в связи с упоминанием прецедентных имен современной русской культуры, например: *...западная женщина-сингл, находясь в центре общественной дискуссии, не выглядит таким комическим персонажем, как героини «Бальзаковского возраста» или «Больших девочек»*. Сопоставление концептуальной структуры, вербализуемой иноязычным неологизмом, в обществе языка-донора и языка-получателя подчеркивается на уровне номинации (например, *женщина-сингл – западная женщина сингл*) или описательно (например, *в России, в российском понимании и др.*).

Нами были рассмотрены способы включения иноязычных слов в газетные тексты, которые имеют цель не только информировать читателя о появлении в общественной жизни и в быту новых реалий (предметов, явлений) в результате межкультурных коммуникаций, но и предложить объяснение их содержания. На лингвистическом уровне эту задачу можно решить, лишь обратившись к характеристике понятийного, образного и национально-культурного объема заимствованных слов, которые служат их языковой репрезентации. Изучение того, как осуществляется введение иноязычных неологизмов в русский текст, как их функционирование в тексте выявляет их предметно-логические связи, парадигматические и синтагматические связи, образно-метафорические отношения, аксиологическую характеристику, проливает свет на процесс познания новых реалий и формирование новых концептов, которые входят в концептосферу отдельных групп носителей языка и при определенных общественно-исторических условиях могут расширить концептосферу русского языка.

1. Кудрявцева Л. А., Дядечко Л. П., Черненко А. А., Филатенко А. А. Роль языка средств массовой информации в развитии общенационального языка // Вестник Моск. унив. Сер. 9. Филология. 2004. № 5. С. 49–58.

2. Медведева И. Л. Функционирование иноязычной лексики в свете психолингвистической концепции слова // Психолингвистические проблемы функционирования слова в лексиконе человека. Тверь, 1999. С. 132–175.

3. Соловьева Н. В. Образ и понятие в структуре концепта // Личность – Слово – Социум: Материалы 4-ой междунар. науч.-практ. конф. Минск, 2004. – С. 82–84.

4. Сопоставление со словарными данными английского языка проведено по сводному словарю английской лексики Multitran. Интернет-адрес: <http://www.google.multitran.ru>.

---

5. Янович Е. И. Англоязычные лексические заимствования как словообразовательный ресурс современной русской речи // Языки мира – в мир языков. Межвузовский сборник научных статей. Белорусский государственный университет. Филологический факультет. Кафедра английского языкознания. Минск, 2006. С. 71–81.