
СЛЕДЫ АНГЛО-АМЕРИКАНСКОГО ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ВЛИЯНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ И РЕЧИ

А.Э. Григорян

Кафедра общего и русского языкознания
Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина
ул. Волгина, 6, Москва, Россия, 117485

Статья посвящена постановке проблемы англо-американского лингвокультурного влияния и его следам в современном русском языке, которые разделяются на показатели-процессы и показатели-единицы. Обосновывается необходимость комплексного, разностороннего, системного изучения проблемы.

Ключевые слова: лингвокультура, показатель-процесс, показатель-единица, бономен (привлекательная номинация), лингвокультурное влияние, межъязыковое взаимодействие, межкультурное взаимодействие.

При рассмотрении межъязыковых и межкультурных взаимодействий лингвисты, как правило, обращают внимание на иноязычные заимствования. Отечественное языкознание имеет давнюю традицию изучения лексических заимствований (Щерба, Крысин, Маринова и др.). То же можно сказать и о западноевропейской и американской лингвистике (Пауль, Naugen, Emenau, Weinreich и мн. др.). Почти полвека назад А.А. Леонтьев предложил термин «иноязычные вкрапления», расширив таким образом поле исследования результатов межъязыковых взаимодействий [9]. Подавляющее большинство публикаций и исследований названных явлений обращены исключительно к уровню лексики и, как правило, не затрагивают более широкий спектр процессов-показателей и единиц-показателей влияния английского языка в его американском варианте на русский язык.

Вместе с тем очевидно, что взаимодействие русского и английского языков, которое Г.П. Нещименко характеризует как контактно-дистантное с большей долей дистантного [10. С. 121—151], проявляется не только на уровне лексики, но и на уровне фонетики, морфологии, словообразования, графики и синтаксиса. Примеры таких проявлений частично представлены как в научно-популярных книгах И.Б. Левонтиной «Русский со словарем», О.И. Северской «Говорим по-русски с Ольгой Северской», так и в диссертационных исследованиях И.В. Толстиковой-Маккей «Метафора в русскоязычной прессе США», Е.Е. Козловой «Заимствования как объект метаязыковой рефлексии рядовых носителей русского литературного языка», Н.А. Кубраковой «Коммуникативный гедонизм в жанре чатинтернет-коммуникации», О.Ю. Руденко «Феномен иноязычности в современных российских СМИ» и ряде других. Однако лишь в работе О.Ю. Руденко системно анализируется это явление и доказывается положение о том, что иноязычность создаваемых сегодня текстов на русском языке обнаруживает себя не только на лексическом уровне, но довольно своеобразно и на уровне словообразования. По нашему убеждению, англо-американское лингвокультурное влияние, рассматрива-

емое нами как частный случай феномена иноязычности, не ограничивается исключительно лексикой и словообразованием. Эта актуальная и активно обсуждаемая проблема современного существования русского языка может и должна быть изучена разносторонне, комплексно, системно.

В качестве иллюстрации фронтального воздействия англо-американской лингвокультуры на современный русский язык, на речь носителей русского языка приведем примеры такого влияния, структурировав иллюстрации по уровням языка с выбором наиболее показательных примеров, что позволит рассмотреть лингвистический аспект проблемы.

Фонетика

Отсутствие оглушения конечных звонких — [сад], [код]. Отмеченные особенности произношения зафиксированы в речи носителей русского языка, говорящих на иностранных языках, имеющих лингвистическое образование.

Копирование интонационных конструкций, присущих американским и британским журналистам, когда вместо понижения тона к концу высказывания тон несколько раз движется вверх-вниз, формируя «волнообразную» интонацию:

_ / \ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ / \ | - _ _ _ _ _ _ _ _ / \ |
Родители готовят судебные иски к медперсоналу, а следователи выясняют,
 _ / \ _ _ _ _ _ _ _ _ / | \ _ _ _ _ / \ _ _ _ _ \ _ _ _
откуда был поставлен препарат и что в действительности содержалось
 _ _ _ / \ _ _ _
в злополучных ампулах (www.ltv.ru/newsvideoarchive) (1).

Особенно характерны подобные интонационные конструкции для разнообъектных высказываний и высказываний, которые являются реализацией сложного предложения. Резкая перемена тона отмечается на ключевых словах. Отмеченное явление получило широкое распространение через теле- и радиоречь.

Лексика

Появление новых коннотаций у русских слов, имевших иную коннотацию на протяжении большей части XX в. Например, смена отрицательной коннотации на положительную у слов *потребитель*, *карьерист*, *буржуазия*, *буржуазный*, *буржуазно*; смена положительной коннотации на отрицательную у слов *товарищ*, *коллективизм* [4].

Расширение сочетаемости русских слов под влиянием слов английского языка — раннее заимствование *эффективный* и исконно русское слово *успешный* на современном этапе развития русского языка сочетаются с обозначениями лиц: *успешный карьерист*, *успешный руководитель*, *эффективный менеджер*, *эффективный глава креативной группы*.

Заимствование значения русскими словами у слов английского языка и его американского варианта: появление значения «сборник музыкальных произведений группы или артиста» у слова *альбом* под влиянием английского *album*; значения «последовательность звуков, зафиксированная на носителе информации» у слова *трек* под влиянием английского *track*; появление нового значения «повод для достижения высокой цели» у русского слова *вызов* под влиянием английского

challenge; появление нового значения «большой по площади этаж сооружения» у русского слова *уровень* под влиянием английского *level* [1].

Появление бономенов (привлекающих номинаций) для обозначения уже существующих реалий и/или актуализации их конкурентного преимущества: *креатив-бутик, творческое ателье, креативный бутик* вместо *рекламное агентство, директор по административно-хозяйственной части* вместо *завхоз, офис-менеджер, помощник руководителя* вместо *секретарь* [3; 2].

Интенсивный приток лексических заимствований и активизация их употребления: *хертейдж, блейзер, контент, месседж/мессидж, селебрити, пати* и пр.

Морфология

Рост аналитизма, который частично объясняется и влиянием английского языка: *Актимель малина-клюква* вместо *малиново-клюквенный Актимель* [8. С. 210—212]. Приведенный пример объясняется буквальным переносом в систему русских товарных наименований специфики функционирования английских прилагательных, в которых родовая принадлежность не выражена формально: *pineapple juice* (ананасовый сок, английское прилагательное *pineapple* формально полностью совпадает с существительным *pineapple* — «ананас»), *orange juice*. Поскольку на товаре обычно размещается исключительно прилагательное, в русской версии оно транслируется как существительное либо вследствие псевдокомпетенции переводчика, либо как сознательный маркетинговый, брендинговый ход, возможно, имеющий целью добиться идентификации яблочного сока с яблоком.

Появление неоморфем и их активизация в речи: заимствованный суффикс *-инг* в русском слове *электрикинг*; *-ер* — в русском слове *электрикер*; корень *-пост-*, образовавший видовую пару *постить* — *запостить*, а также *перепостить*; корень *-френд-* — *френдить, зафрендить*.

Синтаксис

Синтаксическая редукция: *Это зависит* (источник — *It depends*).

Активизация парцелляции: *Просто. Рядом. По-соседски* (слоган сети супермаркетов «Дикси»); *Стабильность. Надежность. Честь* (слоган Торгового дома «Нефто-трейд»).

Изменение порядка слов в словосочетании: «*Русский Стандарт*» банк, *Svalka/Свальк бокалы*, «*Восточный Экспресс*» банк. Источником является модель построения подобных словосочетаний в английском языке: *GE money bank; Ford motor company*.

Графика

Заимствование английских графем: *Работа&Зарплата, Теннис&Фитнес; PIANOMАНИЯ, UPBAHИЯ, Сахар'ок* и пр.

Заимствование принципов графики: активизация употребления заглавных (прописных) букв — *Новая Система Контроля Подачи Топлива; Новый аромат для Нее*.

Приведенные выше примеры свидетельствуют, что лингвистические перспективы исследования англо-американского лингвокультурного влияния могут иметь два направления. С одной стороны, необходимо изучить процессы-индикаторы

названного межъязыкового воздействия, как, например, заимствование графем или копирование интонационных конструкций английского языка и его американского варианта в современной русской теле- и радиоречи, с другой стороны, следует подвергнуть системному анализу единицы-индикаторы. В качестве единиц-индикаторов могут быть рассмотрены слова с заимствованным значением (например, новое значение русского слова *меню* — «список функций определенного устройства, выводимых на экран этого или другого устройства», заимствованное у английского *menu*, которое в соответствии с Chambers 21st Century Dictionary имеет значение «a set of options displayed on the computer screen» — «набор опций, отображаемый на экране компьютера» [1]. Как единицы-индикаторы могут быть рассмотрены и такие привлекающие номинации (бономены), как *лечебно-диагностический центр* вместо *поликлиника*; *национальный перинатальный центр* вместо *роддом, родильный дом*; *комплексная стоматология* вместо *стоматология* [3; 2].

Комплексность анализа обозначенной в статье проблемы будет более полной, если этот анализ дополнить наблюдениями над зависимостью языковых изменений от культурного влияния США и Великобритании, рассмотрением тех сфер современного русского социума, в которых это влияние максимально выражено, что подводит нас к культурологическому аспекту проблемы. Продуктивным в таком анализе может оказаться применение учения Н.Я. Данилевского о культурно-историческом типе, отраженное в его книге «Россия и Европа» (модели прополки, прививки и удобрения), в соответствии с которым взаимодействие двух культурно-исторических типов развивается по одной из трех моделей. Первая модель — *прополка*, или колонизация, заключается в том, что одна культура изгоняет другую с занимаемой ею территории. Так, индейская культура была изгнана колонизаторами с ее «родной» территории и загнана в резервации. Вторая модель — *прививка* — означает, что «зрелые „плоды“ культуры учреждения, формы быта и искусства переносятся на почву другой, менее зрелой культуры» [12]. Так, Петр I хотел привить европейские «плоды культуры» русскому «дичку». В книге Н.Я. Данилевского зафиксирована и третья модель взаимодействия культур — *удобрение*, — подобное воздействию питательной почвы на организм растения, в результате которого «нормы и ценности чужих культур усваиваются, но не в чистом виде, а после приспособления к новым условиям» [12]. Нам представляется, что взаимодействие двух культурно-исторических типов, а именно романо-германского, или европейского, и славянского, не может быть отнесено только к одной модели *удобрения*, поскольку в русское культурно-языковое пространство перемещаются не только положительные (протестантская рабочая этика, «культ активного деятеля»), но и отрицательные (чрезмерный индивидуализм, «культ удовольствий и развлечений») нормы и ценности.

Исследование слов с заимствованным значением показало, что этот процесс происходит в семантических полях, которые обслуживают сферы жизни общества, где культурное влияние США и Великобритании наиболее ощутимо, а именно: бизнес, корпоративная культура, экономика, политика, Интернет и другие СМИ,

индустрия развлечений, реклама, мода. Ситуация с лексическими заимствованиями почти идентична, но их количество существенно выше. Это объясняется экстралингвистически. В свое время еще В.Г. Белинский заметил, что в русское культурно-языковое пространство вошло «множество иностранных слов, потому что в русскую жизнь вошло множество иностранных понятий и идей» [Цит. по: 7. С. 117]. На наш взгляд, заимствуются не только понятия и идеи, но и национальные культурные установки и приоритеты, черты национального характера американцев и англичан, которые реализуются в коммуникативном поведении. И.А. Стернин в числе прочих называет и черты национального характера, которые, как нам думается, уже встраиваются в русское коммуникативное пространство: вежливость, обходительность; дух соревнования, борьба «всех против всех»; отсутствие интереса к другим народам и странам; патриотизм и национальная гордость; чувство национального превосходства; спортивность» [11]. Современной русской лингвокультурой заимствуются и некоторые черты американского национального характера. Это, во-первых, «позитивное мышление», которое заключается в постоянном оптимистическом настрое и демонстрации окружающим своего отличного настроения (отсюда «дежурная» улыбка американцев, так непонятная представителям русской лингвокультуры) [2. С. 50—51]. Во-вторых, это культ обложки, культ обертки и культ первого впечатления. Если в русской лингвокультуре «по одежке встречают, а по уму провожают», то у американцев и встречают, и провожают по одежке. Иными словами, предпочтение в восприятии отдается первому, сиюминутному, локальному впечатлению, а не фундаментальным качествам коммуниканта. Не случайно разработанное Джоном Гриндером (John Grinder) и Ричардом Бендлером (Richard Bandler) главное правило нейролингвистического программирования (NLP) гласит: «You'll never stand/have a chance to put a first impression» — «У вас никогда не будет второго шанса произвести первое впечатление». Американская исследовательница Линн Виссон подтверждает это: «Для американца, который не стремится судить о людях слишком фундаментально, слишком жестко, а говорить о производимом ими впечатлении больше, чем об их личных качествах, симпатичный человек — это a nice person („приятный“) (курсив наш — А.Г.)» [5. С. 34].

Говоря о современном влиянии англо-американской лингвокультуры на русскую, необходимо помнить, что русская корпоративная культура полностью ориентируется на американскую, которая у современного носителя русского языка ассоциируется с высокими стандартами ведения дел, лучшими мировыми образцами. Приведем примеры привлекающих номинаций, которые пришли на смену традиционным номинациям должностей и были заимствованы из английского языка: *помощник руководителя (personal assistant)*, *офис-менеджер (office manager)* вместо привычного *секретарь*; *HR-менеджер (HR-manager/human resource manager)* вместо *кадровик*; *менеджер/директор по клинингу (cleaning manager/director)* вместо *бригадир бригады уборщиц*, *продавец-консультант/консультант (shop assistant)* вместо *продавец*.

В этой связи нельзя не упомянуть такой лингвокультурный феномен, как языковая мода. Мы понимаем этот термин двояко: во-первых, как моду на изучение

определенного иностранного языка (английский в настоящий момент — иностранный язык номер один в России) и, во-вторых, как моду на выражение своих мыслей определенным образом и с использованием определенных средств языка. В жизненном цикле той или иной тенденции языковой моды можно, воспользовавшись теорией В.В. Вернадского, обозначить продуцентов, или производителей моды, консументов, или ее потребителей и редуцентов, или разложителей моды.

В качестве лингвокультурной единицы-индикатора влияния США и Великобритании выступает в том числе привлекающая номинация, или бономен. Появление бономенов и их обилие в русском языке начала XXI в. вызвано переносом «культы обертки, обложки и первого впечатления», с одной стороны, и «позитивного мышления», с другой стороны, в русское культурно-языковое пространство. Суть привлекающих номинаций в том, чтобы максимально броско, красиво назвать товар или услугу, для того чтобы привлечь внимание потенциального клиента, а также при помощи названия актуализировать конкурентное преимущество, если оно есть. Приведем ряд недавно собранных примеров: *индустрия чистоты* вместо *вывоз мусора*, *гастрономический дом* вместо *продовольственный магазин*, *мясной дом* вместо *мясоперерабатывающий завод*, *салон связи* вместо *магазин мобильной связи*, *автостудия* вместо *автомастерская* (под номинацией самой автомастерской размещена и привлекающая номинация услуги — *придание Имиджа Авто*, что также красноречиво свидетельствует о заимствовании принципа графики из англо-американской лингвокультуры, а именно об активизации использования заглавных букв), *галерея меха* вместо *магазин меха*, *кафе для всей семьи* вместо *кафе*, *академия детского мюзикла* вместо *детские курсы актерского мастерства*. Собранный нами материал привлекающих номинаций показал, что конкурентное преимущество они актуализируют редко, в основном лишь броско, красиво и модно называют предмет или явление действительности [2].

Итак, изучение англо-американского лингвокультурного влияния в культурологическом аспекте призвано ответить на следующие вопросы:

- в каких сферах жизни общества оно ощущается наиболее сильно (определение масштабов влияния);
- какова связь англо-американского лингвокультурного влияния с современной языковой модой (определение природы явления);
- какие языковые и речевые единицы отражают это влияние и почему (определение представленности явления на уровне единиц);
- какие языковые и речевые процессы отражают это влияние и почему (определение представленности явления на уровне процессов)?

Рассмотрение проблемы англо-американского лингвокультурного влияния было бы неполным без указания на лингвометодические перспективы, в особенности если учитывать существенно возросшую значимость такой педагогической дисциплины, как межкультурная коммуникация.

Отличительной чертой современного образования (школьного, вузовского, поствузовского) является его гуманитаризация, которая проявляется:

- в антропоцентрическом подходе, т.е. противоположности сциентизму;
- усилении роли гуманитарной составляющей учебных дисциплин [6].

В этой связи остро встает проблема культуры речи, т.е. культуры использования современного русского языка, отличительная черта которого — феномен иноязычности, частным случаем является англо-американское лингвокультурное влияние. Применительно к заимствованиям проблема может быть сформулирована так: уместно или неуместно использовать заимствования? Фактически речь идет о приемлемом для той или иной аудитории коэффициенте иноязычности, главным критерием здесь выступает *понятность* заимствования для определенной аудитории. Параметры аудитории, которые должен включать в поле зрения оратор в связи с использованием заимствований, на наш взгляд, таковы:

— возраст аудитории (не секрет, что в советских школах английскому языку учили в первую очередь, чтобы коммуникант мог рассказать на английском о своей стране и общественном строе);

— уровень образования и профиль образования (гуманитарии и экономисту из-за разницы в профиле образования будут понятны разные заимствования);

— родной язык аудитории (если аудитория иностранных учащихся представляет страну — бывшую колонию Англии, можно использовать больше заимствований, чем, например, в случае со студентами из бывшей французской колонии). Главный, по нашему мнению, принцип включения/невключения заимствования из английского языка в речь заключается в его соответствии с целью общения, включать заимствования в речь с целью «речевого щегольства» недопустимо.

Кроме того, английский язык в практике преподавания русского языка как иностранного является «языком-посредником № 1». В современном глобализирующемся мире, где уровень владения английским языком постоянно растет, он распространяется все шире и шире, английский язык как язык-посредник должен помогать взаимодействию учителя и ученика в учебном процессе. Однако стоит помнить и о наличии «ложных друзей переводчика» в английском языке, и о трудностях, связанных с «ложными друзьями переводчика» у иностранных учащихся. По нашему мнению, «ложным другом преподавателя» заимствование или иноязычное вкрапление становится тогда, когда у него есть точный русский эквивалент (*пати — вечеринка*). Преподаватель, обучая общению на русском языке, обучает русскому языку на современном этапе его развития, отличительная черта которого — обилие заимствований из английского языка, а также иноязычных вкраплений. Все они должны быть понятны как преподавателю, так и учащимся. Следовательно, знания об англо-американском лингвокультурном влиянии, умение адекватно оценивать результаты этого влияния и навык использования результатов обозначенного влияния в практике преподавания являются частью лингвистической компетенции преподавателя, которая входит в профессиограмму преподавателя русского языка как иностранного.

ПРИМЕЧАНИЕ

- (1) Пояснение к системе обозначений интонационных характеристик в приведенной фразе:
- | — речевая пауза
 - — ровный тон
 - / — повышение тона
 - \ — понижение тона

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Григорян А.Э. «Американобесие» уходит? // Русская речь. — 2005. — № 1. — С. 62—69. [Grigoryan A.E. «Amerikanobesie» uhodit? // Russkaya rech. — 2005. — N 1. — S. 62—69.]
- [2] Григорян А.Э. Привлекающие номинации: в погоне за впечатлением // Русский язык за рубежом. — 2013. — № 1. — С. 49—57. [Grigoryan A.E. Privlekeyushchie nominatsii: v pogone za vpechatleniem // Russkiy yazyk za rubezhom. — 2013. — N 1. — S. 49—57.]
- [3] Григорян А.Э. Красивые номинации (бономены) в русском языке (общая характеристика) // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. Материалы Международной научной конференции «V Кирилло-Мефодиевские чтения», 18—20 мая 2004 года. — М.: Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, 2004. — С. 94—99. [Grigoryan A.E. Krasivyye nominatsii (bonomenyi) v russkom yazyike (obshchaya harakteristika) // Slavyanskaya kultura: istoki, traditsii, vzaimodeystvie. Materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii «V Kirillo-Mefodievskie chteniya», 18—20 maya 2004 goda. — M.: Gos. IRYa im. A.S. Pushkina, 2004. — S. 94—99.]
- [4] Григорян А.Э. Появление новых коннотаций у слов современного русского языка под влиянием иноязычных заимствований // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. Материалы Международной научной конференции «VI Кирилло-Мефодиевские чтения» Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, 16—18 мая 2005 года. — М., 2005. — С. 279—286. [Grigoryan A.E. Poyavlenie novyih konnotatsiy u slov sovremennogo russkogo yazyika pod vliyaniem inoyazyichnyih zaimstvovaniy // Slavyanskaya kultura: istoki, traditsii, vzaimodeystvie. Materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii «VI Kirillo-Mefodievskie chteniya» Gos. IRYa im. A.S. Pushkina, 16—18 maya 2005 goda. — M., 2005. — S. 279—286.]
- [5] Виссон Линн. Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур / Пер. с англ. — М.: Р. Валент, 2003. [Visson Linn. Russkie problemyi v angliyskoy rechi. Slova i frazyi v kontekste dvuh kultur / Per. s angl. — M.: R. Valent, 2003.]
- [6] Военная педагогика. Словарь-справочник / Под ред. О.Ю. Ефремова. — СПб., 2008. [Voennaya pedagogika. Slovar-spravochnik / Pod redaktsiey O.Yu. Efremova. — SPb., 2008.]
- [7] Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. Изд. 3-е, испр. и доп. — СПб.: Златоуст, 1999. [Kostomarov V.G. Yazykovoy vkus epohi. Iz nablyudeniya nad rechevoy praktikoy mass-media. Izdanie 3, ispr. i dop. — SPb.: Zlatoust, 1999.]
- [8] Левонтина И.Б. Русский со словарем. — М.: Азбуковник, 2010. [Levontina I.B. Russkiy so slovarem. — M.: Azbukovnik, 2010.]
- [9] Леонтьев А.А. Иноязычные вкрапления в русскую речь // Вопросы культуры речи. — Вып. VII. — М.: Наука, 1966. — С. 60—68. [Leontev A.A. Inoyazyichnyie vkrapljeniya v russkuuyu rech // Voprosyi kulturyi rechi. — Vyip. VII. — M.: Nauka, 1966. — S. 60—68.]
- [10] Нецименко Г.П. Заимствования как проявление культурно-языковых контактов и их функционирование в языке-реципиенте // Встречи этнических культур в зеркале языка. — М.: Наука, 2002. — С. 121—151. [Neschimenko G.P. Zaimstvovaniya kak proyavlenie kulturno-yazykovyih kontaktov i ih funktsio-nirovanie v yazyike-retsipiente // Vstrechi etnicheskikh kultur v zerkale yazyika. — M.: Nauka, 2002. — S. 121—151.]
- [11] Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А. Очерк английского коммуникативного поведения. — Воронеж: Истоки, 2003. [Sternin I.A., Larina T.V., Sternina M.A. Ocherk angliyskogo kommunikativnogo povedeniya. — Voronezh: Istoki, 2003.]
- [12] URL: http://www.gumfak.ru/kult_html/lecture/lect06.shtml
- [13] URL: www.itv.ru/newsvideoarchive

**MARKS OF ENGLISH
AND AMERICAN LINGUOCULTURAL INFLUENCE
IN RUSSIAN LANGUAGE AND SPEECH**

A.E. Grigoryan

Chair of General and Russian linguistics
Volgina str., 6, Moscow, Russia, 117485

The article is dedicated to problem of English and American linguocultural influence and its marks in contemporary Russian language and speech divided into two groups of mark-processes and mark-units. Also, the necessity of comprehensive, complex, system study of problem is proved.

Key words: linguoculture, mark-process, mark-unit, bonomenon (attractive nomination), linguocultural influence, translingual interaction, transcultural interaction.