

© 2011 г. А.А. ГОРБОВ

О НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМАХ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ИНОЯЗЫЧНОГО МАТЕРИАЛА ПРИ ОПИСАНИИ НОВЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ*

Статья посвящена проблемам, связанным с необходимостью уточнения лексических значений иноязычных неологизмов, вошедших в словарный состав русского языка в последние два десятилетия. Анализируются слова, приводимые в качестве примеров, казалось бы, подтверждающих достоверность известных гипотез о «престиже» заимствованного слова как одной из причин интенсификации процесса заимствования, а также о «повышении в ранге» значения заимствуемого слова «на входе» в лексическую систему русского языка. Однако проведенный анализ не подтверждает указанные предположения и приводит к следующим выводам: 1) между значениями иноязычных неологизмов и ближайших по значению исконных слов обнаруживаются расхождения денотативного характера, не имеющие отношения к престижности самих слов или их употребления; 2) при вхождении заимствованного слова в словарный состав русского языка неологизм обычно употребляется именно в том значении, которое уже имеется у слова-прототипа в языке-источнике.

В лингвистических исследованиях, посвященных изучению состояния русского языка на рубеже XX–XXI вв., подчеркивается факт усиления иноязычного влияния на русский язык (см., например [Крысин 1995; 1996; 2002; 2008; 2010а; Костомаров 1996; Брейтер 1997; Феоклистова 1999]). В частности, отмечается, что в последние два десятилетия имеет место интенсификация процессов заимствования и анализируются ее причины. При этом приводятся многочисленные примеры неологизмов иноязычного (в первую очередь английского) происхождения и формулируются суждения об их значении в русском языке, на основе которых строятся рассуждения и выдвигаются гипотезы, ведущие к теоретическим обобщениям и выводам.

Однако какими бы верными ни казались на первый взгляд такие обобщения и выводы, они, как представляется, требуют обязательной верификации посредством анализа языкового материала. В частности, в отношении иноязычных заимствований вопросы вызывают в первую очередь толкования значений (или суждения о значениях) заимствуемых лексических единиц как в языке-реципиенте, так и в языке-источнике. Точность определения значений иноязычных неологизмов и их этимонов не только имеет собственно лексикографическую ценность, но и важна при формулировке выводов о причинах заимствования и наличии или отсутствии изменения значения слов «на входе» в заимствующий язык.

В данной статье вопросы, связанные с толкованием лексических значений новейших заимствований, рассматриваются в связи с гипотезами о факторе «престижа» заимствованного слова как одной из причин интенсификации процесса заимствования и о так называемом «повышении в ранге» значения слова в заимствующем языке (см., например [Крысин 1996: 147–153; 2002: 28–29; 2008: 171–172]). В качестве материала для анализа используются иноязычные неологизмы, приводимые в соответствующем разделе монографии [Крысин 2008] для подтверждения формулируемых положений.

* Работа выполнена при поддержке гранта Президента РФ для государственной поддержки ведущих научных школ РФ «Школа общего языкознания Ю.С. Маслова» НШ-3668.2010.6.

«ПРЕСТИЖ» ЗАИМСТВОВАННОГО СЛОВА КАК ФАКТОР ИНТЕНСИФИКАЦИИ ПРОЦЕССОВ ЗАИМСТВОВАНИЯ И ТОЛКОВАНИЕ ЗНАЧЕНИЙ ИНОЯЗЫЧНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ

Одной из причин массового заимствования русским языком иноязычных лексических единиц считается тот факт, что «носители языка считают иностранное слово более престижным по сравнению с соответствующим словом родного языка: *презентация* выглядит более респектабельно, чем привычное русское *представление*, *эксклюзивный* – лучше, чем *исключительный*, *топ-модели* – шикарнее, чем *лучшие модели*» [Крысин 2008: 171]. С другой стороны, Л.П. Крысин указывает, что «здесь нам сдается некое (разрядка моя. – А.Г.) смысловое размежевание “своего” и “чужого” слов: *презентация* – это торжественное представление фильма, книги и т.п.; *эксклюзивным* чаще всего бывает интервью или право на что-либо, хотя наблюдается и расширение лексической сочетаемости подобных слов» [Там же].

В связи с высказанными соображениями возникает два вопроса. Во-первых, не до конца ясно, к чему именно в данном случае должно применяться понятие престижа – к языковому значению слов (к какому-либо элементу их концептуального значения или к коннотациям) или к факту их употребления говорящим. Иными словами, имеется ли здесь в виду, что *презентация* как мероприятие более престижна, чем (торжественное) *представление*, или употребление говорящим слова *презентация* вместо слова *представление* каким-либо образом способствует повышению авторитета говорящего в глазах слушающего? Во-вторых, встает вопрос об оценке степени и характера семантической дифференциации между иноязычными неологизмами и близкими по значению исконными или ранее заимствованными лексическими единицами. Для ответа на оба вопроса необходимо прежде всего точное толкование значений новейших заимствований, что предполагает изучение их функционирования в речи.

Ниже предпринимается попытка уточнить лексические значения некоторых иноязычных неологизмов. Для этой цели дефиниции значений анализируемых слов, приведенные в словарях, соотносятся со значениями, в которых они употребляются в высказываниях, зафиксированных в Национальном корпусе русского языка [НКРЯ] и найденных в сети Интернет при помощи поисковых систем yandex и google.

1. Презентация

Поскольку данное слово зафиксировано уже в словаре [Ушаков 1939], может возникнуть сомнение в том, что оно является неологизмом. Однако в соответствующей статье этого словаря представлено лишь одно узкоспециальное значение «предъявление, представление ко взысканию» [Ушаков 1939: 733], вряд ли известное носителям русского языка, не знакомым с финансовой терминологией. В этимологической справке в качестве источника заимствования указан латинский язык (слово-прототип – *praesentatio*). Из 1203 случаев употребления слова *презентация*, найденных в основном корпусе НКРЯ, не обнаружено ни одного, где было бы реализовано данное значение. Однако общее число вхождений данного слова несомненно свидетельствует о том, что оно широко употребляется в современном русском языке последних десятилетий (примеры, имеющиеся в НКРЯ, относятся к периоду с 1999 по 2007 г.).

В словаре под редакцией Г.Н. Складневской представлены два значения существительного *презентация*: (1) «большой официальный прием (иногда с угощением), устраиваемый фирмой, организацией, предприятием и т.п. с целью рекламы, для ознакомления со своей деятельностью» и (2) «торжественное публичное представление, демонстрация чего-л. (иногда сопровождаемое приемом с угощением)» [Складневская 2008: 784]. Однако контексты употребления данного слова (в первом значении) свидетельствуют о том, что *презентация* не обязательно должна быть большой:

(1) В Риге мы подписали соглашение с латвийским общенациональным каналом, являющимся аналогом российского первого канала. Кстати, здесь же состоялась **небольшая презентация**

Единой Лиги ВТБ, и меня очень порадовало то позитивное отношение к соревнованию, которое наблюдается у наших латвийских партнеров¹;

(2) Мы поможем организовать и спланировать мероприятие, обеспечить технической составляющей и провести работу с целевой аудиторией. Будь то **маленькая презентация** в стенах университета, либо презентация нового сингла в концертном зале².

В обязательной торжественности презентации (во 2-м значении) как «публичного представления, демонстрации чего-л.» заставляет усомниться даже текстовый пример, иллюстрирующий это значение в словаре:

(3) Книжки в Интернет покупать? А зачем? Ведь в магазине обычном – в разы интереснее потолкаться. Странички пожелтевшие полистать. Народу умного послушать. Иртенъса за руку подержать на **презентации** его новой книжки. Модус, 2000, № 20 [Скляревская 2008: 784].

Ср. также следующий контекст, где вряд ли уместно без иронии говорить о «торжественности» представления, хотя речь, безусловно, идет об официальном мероприятии:

(4) Совместная **презентация** подготовленного ООН Всемирного доклада по наркотикам будет проведена А.М. Костой 25 июня, в канун отмечаемого по призыву ООН Международного дня борьбы с наркоманией и наркобизнесом (Ответы официального представителя МИД России на вопросы российских СМИ в связи с заседанием «круглого стола» по проблеме незаконного транзита афганских наркотиков через территорию России и презентацией Всемирного доклада по наркотикам (2004) // «Дипломатический вестник») [НКРЯ].

Кроме того, слово *презентация* нормально сочетается с прилагательным *торжественная*, что косвенно подтверждает предположение о как минимум факультативном характере элемента торжественности в значении самого рассматриваемого слова:

(5) Отборочная команда постаралась повсюду: российские премьеры фильмов «Взгляд Улисса» Тсо Ангелопулоса и «Свидания в Париже» Эрика Ромера, **торжественная презентация** «Над облаками» Микеланджело Антониони, чествования Джини Лоллобриджиды, Барбары Брыльской и любимицы «Кинотавра» Сильвии Кристель (С. Добротворский. Новый кинофестиваль в Москве (1996) // «Коммерсантъ-Daily») [НКРЯ].

При этом следует отметить, что приведенные в словаре два значения слова весьма близки друг другу. По существу, эти значения можно объединить в одно: «публичное мероприятие (иногда сопровождаемое приемом), устраиваемое для ознакомления общественности или заинтересованных лиц с чем-л. недавно созданным и/или для представления / демонстрации / рекламы чего-л. нового».

В сети Интернет и в НКРЯ имеются также многочисленные примеры употребления слова *презентация* в значениях, не зафиксированных в словаре [Скляревская 2008], однако также достаточно характерных для узуса последних десятилетий. В частности, в примерах 6 и 7 реализуется значение «деятельность, направленная на представление публике чего-л., показ чего-л. в выгодном свете – товаров (особенно новых), результатов проделанной работы, достижений и т.п.», в примере 8 – «мультимедийный информационный продукт, позволяющий сообщить необходимые сведения о чем-л. в удобной для получателя форме», в примере 9 – «устное информационное сообщение (иногда с применением мультимедийных средств)», ср.:

(6) Необходимы адресация и **презентация** сделанного, его «публикация», а их эффекты не предопределены (Б. Эльконин. Действие как единица развития (2004) // «Вопросы психологии») [НКРЯ];

(7) Новое предложение для российского рынка – изолированные стеклянные двери и фронты – камера и витрина одновременно: хранение товарного запаса, **презентация товаров**, пополнение выкладки без выхода в торговый зал (Международная выставка в новом центре «Крокус Экспо» (2004) // «Мясная индустрия») [НКРЯ];

¹ <http://www.vtb-league.com/ru/news/177/default.aspx>

² <http://www.muumi.ru/presentations>

(8) Хорошим вариантом коммерческого ролика, промотирующего конкретную услугу, место или продукт, может быть ролик-презентация (например, ролик «РОСНО», где персонаж в сопровождении картинок и цифр рассказывает о преимуществах ОСАГО) (В. Ляпоров. Маркетинг: правильная работа (2004) // «Бизнес-журнал») [НКРЯ];

(9) В ходе заседания Анатолий Чубайс выступил с презентацией, в которой дал оценку текущего состояния и той роли, которую крупный бизнес играет в инновационной экономике³.

Легко видеть, что слово *презентация* в действительности обладает гораздо более широким спектром значений, чем можно судить по словарю. Дефиниция «публичное представление чего-н. вновь созданного (фильма, печатного издания, предприятия и т. п.)», представленная в словаре [Крысин 2010б]⁴, охватывает лишь часть, хотя и весьма значительную, этого спектра: слово *презентация* далеко не во всех случаях синонимично слову *представление*, а тем более (вопреки упомянутому выше предположению Л.П. Крысина о направлении возможного смыслового размежевания этих двух слов) словосочетанию *торжественное представление*.

По-видимому, в данном случае мы имеем дело с так называемым вторичным заимствованием (об этом понятии см., например [Крысин 2008: 175–176]): в конце XX века слово *презентация* вошло в состав общеупотребительной лексики современного русского языка в результате заимствования из английского языка слова *presentation* в следующих значениях: «an event at which you describe or explain a new product or idea» [Longman] – «событие / мероприятие, в ходе которого кто-либо описывает новое изделие, произведение или разъясняет новые идеи»⁵; «a speech or talk in which a new product, idea, or piece of work is shown and explained to an audience» [Oxford] – «доклад или сообщение, в котором аудитории представляют новое изделие, произведение, идею или результат выполненной работы, и дают разъяснения»; «a talk giving information about something» [Cambridge] – «сообщение, содержащее информацию о чем-либо» (здесь и далее переводы мои. – А.Г.). Кроме того, также под влиянием английского языка (*multimedia presentation*) слово *презентация* стало употребляться в значении «мультимедийный продукт, сопровождающий либо заменяющий устное сообщение и позволяющий передать информацию получателю в наиболее удобной для восприятия форме».

Не случаен тот факт, что вторичное заимствование слова *презентация* происходит в тот период, когда публичные выступления с целью привлечения внимания целевых аудиторий к той или иной деятельности, повышения популярности той или иной идеи, рекламы новых товаров и услуг и т. п. становятся одним из важных видов дискурса. В «дореволюционный» период подобный вид речевой деятельности столь широко не практиковался. Характерно, что и сегодня те виды публичных выступлений, которые были достаточно широко распространены до 90-х годов XX века, презентациями не называются. Например, выступление на научной конференции – это доклад или сообщение; под презентацией в такой ситуации подразумевается не само устное выступление, а созданный при помощи специального приложения (например, MS PowerPoint) компьютерный файл с сопровождающими доклад материалами, предназначенными для показа при помощи проектора.

³ <http://www.chubais.ru/news/view/5246/>

⁴ Данное значение приведено вторым (и последним) после узкоспециального значения «предъявление переводного векселя лицу, обязанному оплатить его (*trassatu*)» (см. [Крысин 2010б: 619]).

⁵ При этом следует отметить, что слово *представление*, в отличие от слова *презентация*, в русском языке вряд ли может означать какое-либо *мероприятие* (кроме, разве что, театрального спектакля); оно означает лишь деятельность, которая является основным содержанием презентации, ср.: Презентация проводилась с целью продвижения на рынок высокопрочного крепежа (ВПК), соответствующего недавно введенному ГОСТ Р 52643-2006... (<http://www.metaldaily.ru/news/news22067.html>) при невозможности *Представление проводилось с целью продвижения на рынок высокопрочного крепежа.

Таким образом, словом *презентация* обозначается относительно новый, однако получивший в последние годы широкое распространение вид коммуникации, существенными характеристиками которого, помимо информационно-ознакомительного характера, являются публичный характер и направленность на облегчение восприятия аудиторией передаваемой информации, а также (чаще всего) показ объекта сообщения и/или лица, выступающего с сообщением, в выгодном свете.

Из сказанного выше следует, что слово *презентация* в современном русском языке обладает своим собственным концептуальным ядром лексического значения и своей сферой употребления, которые не совпадают со значением и сферой употребления близких по значению слов *представление*, *доклад*, *сообщение*. В связи с этим вторичное заимствование этого (латинского по происхождению) слова из английского языка представляется для русского языка совершенно естественным и оправданным, в то время как предположение о «большем социальном престиже» иноязычного слова как о причине выбора для обозначения соответствующего денотата заимствованной, а не исконной лексической единицы вызывает сомнения. Причиной создающегося здесь впечатления «престижа» слова или факта его употребления говорящим может быть реальный социальный престиж денотата этого слова – явления, связанного с западной цивилизацией и системой ценностей.

2. Топ-модель

К аналогичным выводам приводит и сопоставление композита *топ-модель* со словосочетанием *лучшая модель*. Определительный компонент *топ-* заимствован из английского языка, в котором соответствующая именная основа *top* (от существительного методом конверсии образуется соответствующее прилагательное) имеет исходное значение ‘верх’ и целый ряд выводимых значений, образованных в результате метафорических переносов. Среди значений прилагательного *top* имеется и значение ‘лучший’, однако качество в этом случае оценивается не непосредственно, а с точки зрения успешности, положения в рейтинге, либо с точки зрения места в иерархии, принятой в обществе и задающей его ориентацию на соответствующие образцы. Именно в этом значении основа *топ-* употребляется в русском языке в качестве атрибутивного компонента именных композитов, а также в прилагательном *топовый*.

Таким образом, *топ-* обозначает ‘занимающий высшее (или одно из самых высоких) положение в каком-либо рейтинге либо в иной социально релевантной иерархии и потому престижный и дорогой или высокооплачиваемый’. *Топ-менеджер* – это не обязательно лучший руководитель, но обязательно высокооплачиваемый и высокопоставленный руководящий сотрудник крупной организации, *топ-модель* автомобиля – это модель в самой дорогой, но не обязательно в лучшей по соотношению цены и потребительских качеств комплектации, *топ-модель* в индустрии моды – это самая высокооплачиваемая и престижная модель (или одна из самых высокооплачиваемых и престижных моделей), внешность которой служит образцом для многих женщин, причем конкретные характеристики этого образца изменяются во времени, ср.:

(10) В 1960-е годы модный бизнес преподнес публике совершенно новый тип женщины. Таких еще не было: Твигги – 17-летняя девочка из Лондона, бесконечно длинная, с ногами аистенка, первая из **топ-моделей**, которой подражало целое поколение юных девушек (Е. Голованова. Я опять во сне летал... (2002) // «Домовой») [НКРЯ].

При этом интересно также отметить, что прилагательное *лучший* в сочетании с существительными в форме единственного числа тяготеет к выражению суперлативного качественного значения, тогда как значение компонента *топ-* в составе именного композита выражает либо безотносительно высокую степень качества (и в этом случае компонент *топ-* синонимичен прилагательному *топовый*), либо вообще приближается по значению к относительным прилагательным, сужая и уточняя значение вершинного существительного.

Так, *лучшая модель* является безусловно самой хорошей, тогда как *топ-модель* автомобиля или компьютера – возможно, лишь одна из самых дорогих и престижных (компонент *топ-* имеет здесь значение, близкое значению прилагательного *топовый*), ср:

(11) ASRock P55 Deluxe3 – *топ-модель* для процессоров Intel LGA 1156⁶;

(12) Теперь *топовая модель* MacBook Pro 15” в стандартной конфигурации может похвастаться процессором Intel Core Duo с тактовой частотой 2.66 ГГц, что немного больше, чем в предыдущей модели (2.53 ГГц). Однако если вы хотите использовать всю мощь своего MacBook Pro по максимуму, за дополнительные 300 долларов вы можете заказать собственную конфигурацию ноутбука с процессором Intel Core Duo 2.93 ГГц⁷.

Что же касается композитов *топ-модель* (профессия в индустрии моды) и *топ-менеджер*, то в этих случаях компонент *топ-* выражает уже скорее не качество, а классифицирующий признак и не может быть заменен прилагательным *топовый*. *Топ-модель* (супермодель) – это, согласно статье Википедии⁸, модель, сотрудничающая «с крупными компаниями, контракты с которыми превышают миллион долларов». *Топ-менеджером* может быть назван только член высшего руководства (например, правления или совета директоров) крупной компании: в этом его отличие как от менеджера среднего звена, так и от директора малого предприятия. Препозитивный компонент *топ-* в рассматриваемых композитах по типу выражаемого значения приближается к классифицирующим прилагательным в составных названиях должностей и званий типа *старший преподаватель* или *заслуженный артист*. Отличие заключается лишь в несколько меньшей четкости и определенности значения атрибутивного элемента *топ-*, что объясняется, по-видимому, неофициальным характером статуса *топ-модели* или *топ-менеджера*, и, следовательно, отсутствием однозначных критериев его определения.

Приведенные соображения подтверждают, как представляется, предположение о том, что основа *топ-*, заимствованная из английского языка, обладает, как и слово *презентация*, своим собственным лексическим значением, отличным от значений слов, имевшихся в русском языке до времени заимствования. Факт заимствования объясняется здесь не большей престижностью самого иноязычного слова, а релевантностью для современной жизни комплекса признаков статуса, включающего в себя, прежде всего, положение в рейтинге и оценку в денежном выражении, что влечет за собой потребность в наименовании всего этого комплекса одной лексической единицей (в данном случае, по-видимому, мы имеем дело с основой, способной выступать в качестве атрибутивного компонента именного композита, образованного методом синтаксического основосложения).

3. Эксклюзивный

Анализ значения прилагательного *эксклюзивный* в русском языке также подтверждает предположение о том, что иноязычные неологизмы не являются всего лишь более престижными эквивалентами исконных и ранее заимствованных слов.

Значения слов *эксклюзивный* и *исключительный* в современном языке не совпадают не только в части коннотаций, но и в части собственно концептуального ядра.

⁶ <http://www.gigamark.com/content/view/5105/2/>

⁷ <http://www.imtime.ru/publication?id=8720>

⁸ См. <http://ru.wikipedia.org/>

Заглавным словом статьи является слово *супермодель*; композит *топ-модель* дан в скобках как абсолютный синоним. По некоторым наблюдениям, однако, композит с препозитивным элементом *топ-* характеризуется более высокой частотностью употребления: в НКРЯ соотношение количества вхождений слова *топ-модель* в два раза превышает количество вхождений *супермодель* (102 и 51 соответственно); примерно такое же соотношение демонстрируют результаты поиска в системе yandex.

Так, только прилагательное *исключительный* употребляется в значении 'представляющий собой исключение из общих правил, обычных норм' [МАС] (например, в сочетании *исключительный случай*), а также в значении 'особенный, необыкновенный, редкий' при характеристике степени проявления какого-либо качества или признака (*исключительная функциональность, исключительная долговечность*) даже в рекламе дорогих, престижных и, возможно, «эксклюзивных» товаров:

(13) **Исключительная** контрастность, захватывающее качество изображения. Технология LED Pro использует отдельно управляемые светодиоды для точной настройки необходимого уровня подсветки. Насыщенные черные и чистые белые детали – **исключительный** уровень контрастности и четкости плюс низкое энергопотребление⁹.

С другой стороны, существуют контексты, в которых нельзя заменить слово *эксклюзивный* словом *исключительный*. Такая замена невозможна, помимо таких сочетаний, как *эксклюзивное интервью* и *эксклюзивный дистрибьютор*, во всех случаях, где данное прилагательное употребляется в значении, соответствующем одному из значений английского прилагательного *exclusive* – «catering for or available to only a few, select customers; high class and expensive» («предназначенный для немногих избранных клиентов, или доступный только таким клиентам; высококлассный и дорогой») [Oxford], ср.:

(14) Кроме **эксклюзивного** постельного белья марок Yves Delorme, Pierre Frey, Kenzo, в отделе «Текстиль для дома» представлена новая для Москвы марка швейцарского белья Schlossberg и Billerbeck (одеяла и подушки на гагачьем пуху) (Бижутерия для дома (2004) // «Мир & Дом. City») [НКРЯ];

(15) Мануфактура «Silvano Lattanzi» является лучшим итальянским производителем и признанным мировым лидером по пошиву эксклюзивной обуви класса люкс по индивидуальным меркам¹⁰.

В словарях современного русского языка даются следующие толкования прилагательного *эксклюзивный*: «исключительный, составляющий исключительную принадлежность» [Крысин 2010б: 907]; «предоставленный только одному лицу или организации, не имеющий повторения» и «исключительный, крайне редкий, единственный в своем роде; самый лучший, предпочтительный» [Скляревская 2008: 1090]. Интересно отметить, что последнее из приведенных значений в словаре под редакцией Г.Н. Скляревской иллюстрируется цитатой из романа Б. Акунина «Алтын-толобас»: *Сразу было видно, что клуб был в высшей степени эксклюзивный, и абы кого сюда не пустят*; однако в данном случае речь, безусловно, идет не о редкости, единственности или предпочтительности клуба, а о том, что этот клуб является заведением особо высокого класса и его членами могут быть только очень состоятельные люди, принадлежащие к элите общества.

При этом рассматриваемое значение у прилагательного *исключительный* полностью отсутствует. Следовательно, между значениями слов *эксклюзивный* и *исключительный* выявляются расхождения денотативного характера, не имеющие отношения к большей или меньшей престижности употребления того или иного из этих слов.

Таким образом, «престижность» иноязычных неологизмов как языковых единиц не представляет собой причину заимствования, а является вторичным эффектом, который создается, как отмечалось выше, престижностью денотата, связанного с новыми для носителей русского языка ценностными ориентирами¹¹. Выбор русским языком заимст-

⁹ http://www.europe-tv.ru/article/?body=philips_led_ver1

¹⁰ <http://www.silvanolattanzi.su/sl.htm>

¹¹ Впрочем, признак «престижности» иногда переносится собственно на слово с его денотата, что приводит к употреблению слова для создания эффекта положительной оценки в определенных речевых жанрах и типах текстов, где особое значение имеет фактор моды. Данное явление в отношении прилагательного *эксклюзивный* описано, в частности, М.А. Кронгаузом [Кронгауз 2008: 27–32]. Тем не менее, мода на слово проходит, и частотность его употребления в рекламе и гляцевых журналах снижается, однако слово остается в словарном составе языка и продолжает употребляться в соответствии с его денотативным значением.

ования как пути пополнения словарного запаса представляется в данном случае совершенно естественным, поскольку источником заимствования является язык тех культур, в которых эти ценностные ориентиры доминируют, и в этом языке уже имеются однословные наименования для соответствующих денотатов.

«ПОВЫШЕНИЕ В РАНГЕ»: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

В связи с соображениями о большем социальном престиже иноязычных слов по сравнению с исконными в исследованиях, посвященных проблемам новейших заимствований, выдвигается гипотеза о так называемом «повышении в ранге», которое Л.П. Крысин определяет следующим образом: «слово, которое в языке-источнике имеет обычный, «рядовой» объект, в заимствующем языке прилагается к объекту, в том или ином смысле более значительному, более престижному» [Крысин 2008: 171]. Однако предлагаемая Л.П. Крысиным трактовка примеров, приводимых им в подтверждение наличия данного явления в русском языке, вызывает серьезные возражения.

Представляется, что для установления факта «повышения в ранге» в каждом случае необходимо сопоставление лексических значений иноязычного слова в русском языке и прототипа этого слова в языке-источнике. При этом следует учитывать, что лексическая единица иностранного языка может быть полисемичной и заимствоваться языком-реципиентом лишь в части либо в одном из имеющихся значений.

Представляется логичным предположение, что обычно иноязычное слово «входит» в заимствующий язык в том значении, в котором оно употреблялось в языке-источнике; для изменения значения слова и приобретения им новых значений в заимствующем языке обычно требуется более или менее длительное время.

В связи с этим гипотеза о «повышении в ранге», как и о любом изменении значения слова уже «на входе» в лексическую систему, требует тщательной проверки.

Рассмотрим слова *бутик*, *хоспис* и *шоп*, которые приводятся в качестве примеров, иллюстрирующих «повышение в ранге». Наличие данного явления применительно к слову *бутик* аргументируется следующим образом: «...во французском языке слово *boutique* значит ‘лавочка, небольшой магазин’, а будучи заимствовано (возможно, через посредство английского) нашими модельерами и коммерсантами, оно приобретает значение ‘магазин модной одежды’» [Крысин 2008: 171–172]. С такой аргументацией, однако, трудно согласиться. Во-первых, требует уточнения толкование лексического значения слова *бутик*. Это слово обозначает не «магазин модной одежды», а, скорее, ‘небольшой узкоспециализированный магазин с ограниченным кругом состоятельных клиентов, предлагающий изделия одной или нескольких дорогих и престижных торговых марок’. В *бутиках* может продаваться как одежда, так и аксессуары или ювелирные изделия известных дизайнеров; кроме того, имеются гастрономические и винные *бутики*. Таким образом, необходимыми чертами *бутика* являются, помимо небольшого размера заведения, специализированный характер ассортимента, престижность торговых марок, высокая цена предлагаемых товаров и, следовательно, высокий уровень материального достатка клиентов, ср.:

(16) Уже не первый год на ежегодных московских ярмарках-выставках *Ambiente Rossija* он (дизайнер К. Лопатинский. – А.Г.) оформляет мультибрендовые стенды для компании *Louvre*, представляющей в своих *бутиках* знаменитые марки класса люкс, такие как *Cristal Saint-Louis*, *Christofle*, *Lalique*, *Cartier*, *Dunhill*, *Montblanc* и др. (Палящие сады над старым Арбатом (2004) // «Мир & Дом. City») [НКРЯ];

(17) Для самого важного дня в их жизни он уже давно купил в *бутике*, где продаются только элитные сорта чая, небольшую коробку особенного – редкого и дорогого – серебряного чая (М. Каминарская. Чай кофе шоколад (2002) // «Домовой») [НКРЯ];

(18) Развитие розничного бизнеса в банковской сфере может идти по схеме «супермаркета» (мелкие вкладчики) или «*бутика*» (VIP-клиенты) (А. Каледина. Важный клиент. Российские банки отработывают технологии по обслуживанию VIP-персон (2002) // «Известия») [НКРЯ].

Действительно, в обществе, среди ценностных ориентиров которого не последнюю роль играют материальный достаток и качество потребляемых продуктов, денотат слова *бутик* неизбежно ассоциируется с высоким уровнем престижа. Однако сам по себе этот факт еще не является доказательством «повышения в ранге» при заимствовании, поскольку необходимым условием такого повышения является более низкий «ранг» денотата слова-прототипа в языке-источнике на момент заимствования.

В отношении слова *бутик* трудно с полной определенностью сказать, заимствовано ли оно напрямую из французского языка или через посредство английского (хотя последнее более вероятно), но в обоих этих языках слово *boutique*, по-видимому, представлено в значении, идентичном описанному выше значению соответствующей лексики в русском языке.

Так, в английском языке, согласно данным Оксфордского словаря, имеются следующие значения слова *boutique*: «a small shop selling fashionable clothes or accessories» «небольшой магазин, торгующий модной одеждой или аксессуарами» и «a business serving a sophisticated or specialized clientele» «фирма, специализирующаяся на обслуживании клиентов с утонченным вкусом или особо высокими требованиями в определенной области» [Oxford].

Во французском языке, из которого данное слово было заимствовано в английский язык, слово *boutique*, восходящее, как и русское *аптека*¹², к греч. *apothēkē* 'склад', имеет длительную историю существования и является многозначным. На сайте Национального центра текстовых и лексических ресурсов (Centre national de ressources textuelles et lexicales) основное значение данного слова определяется следующим образом: «Local commercial de dimension modeste» – «торговое заведение небольшого размера». Однако в той же статье приводится и такой частный вариант этого значения: «Magasin élégant vendant des articles de confection portant la griffe de créateurs, grands couturiers, etc.» – «модный магазин, торгующий одеждой с фирменной символикой известных дизайнеров и модельеров»¹³. Здесь же делается следующее примечание: «Le mot *boutique* a longtemps eu une valeur dépréciative; de plus en plus s'y attache une idée de bon goût, d'élégance, d'originalité dans la création tant pour ce qui est du commerce que de l'artisanat» – «слово *boutique* долгое время имело уничижительный оттенок значения, однако в последнее время оно все больше ассоциируется с хорошим вкусом, элегантностью, оригинальностью замысла и исполнения как в применении к данной области коммерческой деятельности, так и к занятым в ней людям» [CNRTL].

Таким образом, сопоставление значений слова *бутик* в русском языке и слова *boutique* в английском и французском языках достаточно убедительно опровергает предположение о «повышении в ранге» при заимствовании данного слова русским языком. По-видимому, явление, которое можно было бы обозначить предложенным термином, – образование более узкого значения со сменой коннотаций и соотносением слова с «престижным» денотатом – имело место в процессе развития значения слова *boutique* во французском языке.

«Повышения в ранге» не наблюдается также в семантике слова *хоспис*, заимствованного из английского языка.

Согласно толкованиям, представленным в словарях современного английского языка, словом *hospice* обозначается не просто «приют, богадельня» [Крысин 2008: 172], а «(специальная) больница для умирающих (особенно от рака)», ср. «a special hospital for people who are dying» [Longman], «a hospital for people who are dying, especially from

¹² В русский язык слово *аптека* пришло, по-видимому, в XVI в. из немецкого языка (возможно, через посредство польского), где слово *Apotheke* уже имело соответствующее значение (см., например [Фасмер 1996: 82]).

¹³ Однако такой магазин не обязательно должен торговать одеждой, о чем свидетельствует другое толкование: «Magasin où un grand couturier vend sous sa griffe des accessoires ou des articles de confection» (thefreedictionary.com) «магазин, где продаются аксессуары или одежда под торговой маркой известного дизайнера или модельера».

cancer» [Cambridge] или «дом-интернат, обеспечивающий уход за пациентами с тяжелыми и неизлечимыми заболеваниями» («a home providing care for the sick or terminally ill» [Oxford])¹⁴. В русском языке слово *хоспис* употребляется и зафиксировано в словарях в том же самом значении¹⁵. При этом предположение Л.П. Крысина о том, что слово *хоспис* в русском языке обязательно обозначает «дорогостоящую больницу ... с максимумом комфорта, облегчающего процесс умирания» (разрядка моя. – А.Г.) не подтверждается: в НКРЯ не обнаружилось ни одного случая употребления данного слова в контекстах, указывающих на платный характер услуг и высокую стоимость пребывания больных, однако имеются контексты, косвенно свидетельствующие об обратном. В частности, в приведенных ниже примерах речь идет о финансировании хосписов за счет благотворительных пожертвований и привлечении для работы молодых людей, проходящих альтернативную службу по призыву вместо службы в вооруженных силах, что вряд ли возможно в дорогих коммерческих клиниках, приносящих прибыль за счет платы, взимаемой с пациентов или их родственников, ср.:

(19) У богатого человека есть возможность вложить свои деньги в то дело, которое он считает благородным. Это может быть финансирование **хосписов** или университетских программ, а может быть и финансовая поддержка разработки нового законодательства по благотворительности (С. Шаповал. Нет оснований сравнивать нашу экономику с фашистской (2003) // «Независимая газета») [НКРЯ];

(20) Альтернативная служба (...) обязательно должна существовать и продолжаться должна столько же, сколько служба в армии – 2 года. Было бы лучше всего, если бы людей отправляли работать в дома престарелых, в больницы, в **хосписы** – ухаживать за больными и инвалидами (А. Садчиков. Альтернативный призыв. Скоро можно будет служить не только в армии (2002) // «Известия») [НКРЯ].

Еще менее подходящим для иллюстрации «повышения в ранге» представляется слово *шоп*, о котором Л.П. Крысин пишет: «В русском языке название *шоп* приложимо не ко всякому магазину, а лишь к такому, который торгует престижными товарами, преимущественно западного производства (обычный продмаг никто *шопом* не назовет)» [Крысин 2008: 172]. Однако, по данным НКРЯ, слово *шоп* как автономная единица употребляется в русском языке редко: в подавляющем большинстве случаев употребления данной основы (119 из 150, т.е. 79,3 %) оно представляет собой компонент весьма частотных композитов типа *секс-шоп*, *интим-шоп*, *шоп-тур* и *шоп-турист*¹⁶, где используется в значениях, точно соответствующих значениям этой основы, представленным в языке-источнике. В тех же случаях, когда имеет место употребление слова *шоп* в качестве полностью автономного нарицательного существительного (31 из 150, или 20,7 %; следует отметить, что поиск в сети Интернет не даст ни одного такого примера на 100 первых найденных сайтов), данное слово употребляется почти исключительно в пейоративных и иронических контекстах:

(21) Прилавки густо завалены восточным кичем, дорогого стоящим у духовных людей в Москве, на самом же деле, бешеной дешевкой, закупленной оптом в китайском **шопе** «OneDollar» в Веддинге, грязноватом эмигрантском районе Берлина возле Стены (В. Баранов. От мертвого осла уши (2003) // «Лебедь») [НКРЯ];

¹⁴ Значение «приют для путешественников, особенно существующий при монашеском ордене» («a lodging for travellers, especially one run by a religious order») также зафиксировано в Оксфордском словаре, однако дано с пометой «archaic» (устаревшее).

¹⁵ В современных словарях русского языка представлены следующие толкования значения слова *хоспис*: «специальная *клиника* (в первом значении), для безнадежных больных, где создаются все условия для облегчения страданий человека» [Крысин 2010б: 862]; «больница для онкологических больных в последней стадии заболевания, где создаются условия для облегчения их страданий» [Скляревская 2008: 1053]; «специализированная больница-интернат для неизлечимых больных, находящихся в терминальной стадии болезни» [Шагалова 2010: 865].

¹⁶ Подробнее о подобных композитах и причинах их широкого распространения в последние десятилетия см. [Горбов 2010].

(22) Ведь если пенсионер, получающий в пересчете 20 долларов в месяц, приходит туда и видит, что простая шоколадка стоит 2 доллара, то он и должен понимать, что он не в магазине, он – в *шопе*! (А. Хайт. Монологи, миниатюры, воспоминания (1991–2000)) [НКРЯ];

(23) Если кругом пальба и воровство – норма, и безнравственно – не воровать и даже не подворовывать, если у всех чешутся руки: огреть бы! Осадить! Ошкурить! Если охлократический мотив повсюду: и в шоу, и в *шопе*, и... , если толпотворение набирает центробежную энергетику и все виды грабежа, разбоя, мошенничества принимают форму закона или депутатской болтовни, то наступает иная крайность, имя которой – беспредел (Ю. Азаров. Подозреваемый (2002)) [НКРЯ].

Анализ имеющегося материала показывает, что слово *шоп* как самостоятельное существительное (т.е. не в составе композитов) употребляется в русских текстах для обозначения магазина в следующих случаях: а) для обозначения собственно зарубежных реалий, причем наиболее характерно употребление данного слова именно в отношении небольших и не самых респектабельных торговых точек (см. пример 21); б) когда требуется подчеркнуть принадлежность (или претензии на принадлежность) заведения к «западной» цивилизации в противопоставлении отечественным реалиям, существовавшим до экономических потрясений (примеры 22 и 23; такое употребление чаще всего встречается в публицистике 1990-х – начала 2000-х гг.). Представляется, что по типу употребления данное слово сходно с так называемыми экзотизмами (как, например, *фазенда* в предложении *В воскресенье поеду на свою фазенду*) или иноязычными обращениями типа *мистер*, *мадемуазель*, *мадам* (ср. *мадам Грицацуева*), которые, как известно, также часто употребляются в иронических контекстах. Таким образом, слово *шоп* существует в русском языке на особых правах (характерно его отсутствие в словарях, и в частности, в [Скляревская 2008], при наличии в этом словаре композита *секс-шоп*), и говорить о повышении или понижении в ранге значения этого слова можно в той же мере, что и о повышении или понижении в ранге значений слов типа *фазенда*.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Понимание причин усиления иноязычного влияния на русский язык и интенсификации процессов заимствования предполагает наличие точных толкований лексических значений иноязычных неологизмов и их соотнесение со значениями соответствующих слов, представленными в языке-источнике на момент заимствования.

Недостаточно четкое понимание отличий денотативных значений новых заимствованных слов от значений близких по смыслу исконных и ранее заимствованных лексических единиц приводит, как кажется, к преувеличению роли социально-психологических причин заимствования русским языком иноязычной лексики и признанию иноязычных неологизмов «престижными» дублетами исконно русских слов.

Однако сопоставление значений новых заимствованных слов, иллюстрирующих указанное положение, и значений их исконно русских синонимов выявляет различия прежде всего денотативного характера. Впечатление «престижности» иноязычных заимствований в таких случаях вторично и создается, по-видимому, престижностью самого денотата. Причиной же заимствования является не престиж иноязычного слова, а отсутствие в русском языке однословных наименований для социально релевантных объектов и явлений при наличии таких наименований в языке-источнике заимствования.

Проведение анализа лексических значений иноязычных прототипов заимствуемых слов на момент заимствования весьма важно, поскольку игнорирование развития значения слова в языке-источнике приводит к предположению о семантической трансформации в момент включения заимствованного неологизма в лексическую систему русского языка. Такое явление, однако, представляется крайне маловероятным, в особенности в эпоху «сознательного» владения иностранными языками, когда заимствование иницируется людьми, достаточно четко осознающими значение, в котором слово реально употребляется в языке-источнике заимствования.

В связи с этим кажется вполне закономерным тот факт, что проведенный анализ не подтверждает предположения о «повышении в ранге» лексической единицы уже «на

входе» в лексическую систему заимствующего языка. О данном явлении, по-видимому, можно говорить только в применении к развитию значения лексической единицы в системе языка на протяжении длительного времени (примером может служить упомянутое выше семантическое развитие существительного *boutique* во французском языке). Иноязычные неологизмы – пока они являются таковыми – обычно употребляются в заимствующем языке в том значении, в котором они употреблялись в языке-источнике на момент заимствования. Изменения семантики иноязычных слов и приобретение ими новых значений происходят чаще всего не сразу, а лишь после полного усвоения слова лексической системой заимствующего языка, когда иноязычное слово уже не ощущается носителями языка как неологизм, бросающийся в глаза своей новизной и иностранным происхождением. Таким образом, представляется, что любое изменение значения слова «на входе» в лексикон заимствующего языка даже в период интенсификации процессов заимствования должно (при обнаружении такого изменения) расцениваться не как типичное явление, а как единичное исключение, требующее специального рассмотрения и объяснения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Брейтер 1997 – М.А. Брейтер. Англицизмы в русском языке. Владивосток, 1997.
- Горбов 2010 – А.А. Горбов. Топ-метод экспресс-номинации эконом-класса: о русских именных композитах с атрибутивным элементом в препозиции к вершине // ВЯ. 2010. № 6.
- Костомаров 1996 – В.Г. Костомаров. Русский язык в иноязычном потоке // Русский язык за рубежом. 1996. №2.
- Кронгауз 2008 – М.А. Кронгауз. Русский язык на грани нервного срыва. М., 2008.
- Крысин 1995 – Л.П. Крысин. Языковое заимствование: взаимодействие внутренних и внешних факторов (на материале русского языка современности) // Русистика сегодня. 1995. № 1.
- Крысин 1996 – Л.П. Крысин. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Е.А. Земская (отв. ред.). Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М., 1996.
- Крысин 2002 – Л.П. Крысин. Лексическое заимствование и калькирование в русском языке последних десятилетий // ВЯ. 2002. № 6.
- Крысин 2008 – Л.П. Крысин (отв. ред.). Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI вв. М., 2008.
- Крысин 2010а – Л.П. Крысин (отв. ред.). Современный русский язык: Система – норма – узус. М., 2010.
- Крысин 2010б – Л.П. Крысин. Толковый словарь иноязычных слов. М., 2010.
- МАС – Словарь русского языка. Т. 1–4 / Под ред. А.П. Евгеньевой. М., 1985.
- НКРЯ – Национальный корпус русского языка: <http://www.ruscorpora.ru/>
- Скляревская 2008 – Г.Н. Скляревская (ред.). Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика. М., 2008.
- Ушаков 1939 – Толковый словарь русского языка. Т. 1–4. / Под ред. Д.Н. Ушакова. Т. 3. М., 1939.
- Фасмер 1996 – М. Фасмер. Этимологический словарь русского языка: В 4 т. Т. 1 (А–Д). СПб., 1996.
- Феоклистова 1999 – В.М. Феоклистова. Иноязычные заимствования в русском литературном языке 70–90-х гг. XX века: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 1999.
- Шагалова 2010 – Е.Н. Шагалова. Словарь новейших иностранных слов (конец XX – начало XXI вв.). М., 2010.
- Cambridge – Cambridge dictionaries online: <http://dictionary.cambridge.org/>
- CNRTL – Centre national de ressources textuelles et lexicales: <http://www.cnrtl.fr/>
- Longman – The Longman dictionary of contemporary English online: <http://www.ldoceonline.com/>
- Oxford – Oxford dictionaries: <http://oxforddictionaries.com/>

Сведения об авторе:

Андрей Андреевич Горбов
СПбГУ
vcrdc2002@yandex.ru