

УДК 811.161.1' 373

И.С. ЕЛИСЕЕВА

РЕФЛЕКСИВЫ КАК ОСОБЫЙ СПОСОБ ВВЕДЕНИЯ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЙ ТЕКСТ ЗАИМСТВОВАННЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

Статья посвящена актуальной для современной лингвистики проблеме исследования заимствований-неологизмов с точки зрения участников коммуникативного процесса – как говорящего, так и воспринимающего речь субъекта. Внимание сосредотачивается на явлении языковой рефлексии, которая представляет собой стремление говорящего учитывать интересы адресата речи, чтобы обеспечить достаточно корректное понимание новых иноязычных слов, так как заимствования-неологизмы прежде всего характеризуются несформировавшимся семантическим объемом и стилистической неопределенностью.

Помимо таких функциональных типов рефлексивов, как рефлексивы-толкования и рефлексивы-оценки, в статье выделяются концептуальные рефлексивы, представляющие особый интерес для обсуждения в целом проблемы заимствований и их роли в расширении не только словаря, но и концептосферы языка-реципиента, явления гораздо более широкого и сложного, чем процессы лексического обогащения.

Коммуникативное взаимодействие речевых партнеров предполагает установление обратной связи между адресантом и адресатом: с одной стороны, автор высказывания строит свою речь, учитывая потенциальные возможности адресата понять смысл сказанного, с другой стороны, адресат интерпретирует адресанта, опираясь на его текст и собственный опыт. Коммуникация при этом может быть успешной или неуспешной. Успешная коммуникация – это адекватная коммуникация, при которой достигается более или менее полное, но обязательно достаточное, с точки зрения коммуникантов, взаимопонимание. Поэтому определенный интерес вызывает то, каким образом предупреждаются коммуникативные неудачи при введении в текст газетной публицистики заимствованных лексических единиц, не получивших статуса узуальных в современном русском языке.

Цель данной статьи – проследить за функционированием заимствований-неологизмов в структуре современного публицистического (газетного) текста; определить, какие существуют особенности в организации высказывания, связанные с появлением в нем новых заимствованных лексических единиц.

Предварительных замечаний требуют такие использующиеся в данной статье понятия, как “метатекст” и “рефлексив”, в квалификации которых в современной лингвистической практике нет единого мнения. Такое положение дел обусловлено отчасти разным определением объема метатекстовых конструкций, комментирующих основной текст, что позволяет говорить о существовании широкого и узкого понимания метатекста. При широком подходе в понятие “метатекст” вкладывается ситуативно-прагматическое содержание, то есть под метатекстом понимается строевой компонент текста, выполняющий иллокутивную функцию, связанную с речевыми шагами говорящего по порождению текста, функцию координации адресата в речевом потоке. При узком понимании метатекстов к ним относят вербальную экспликацию по поводу лексической единицы, представляющую собой разнообразный комментарий к выбору слова [1, с. 72-77].

Для обозначения метаязыкового комментария актуальной для современного словоупотребления лексической единицы будем использовать предложенный

И.Т. Вепревой термин “рефлексив”, который подчеркивает главную, родовую черту метаязыковых образований – наличие языковой рефлексии, направленность языкового сознания на познание самого себя, сознательное отслеживание и анализ собственной мысли. Обращение к языковой рефлексии прежде всего по отношению к слову, как поясняет И.Т. Вепрева, обусловлено значимостью этого языкового феномена в системе языка и в концептуальной системе, так как слово, которое является основной единицей этих систем, соединяет в себе два уровня сознания – вербальное и невербальное – и выполняет в этом случае важную функцию – служит средством доступа к той информации, которая содержится в памяти человека [1, с. 77-79].

Языковая рефлексия говорящего/пишущего связана не только с обостренным личностным началом, присущим современной публичной речи, но и с необходимостью преодолевать коммуникативные помехи, создаваемые смысловой неопределенностью слова [2, с. 217]. Данное положение, в частности, можно отнести к употреблению в языке современной газетной публицистики лексических заимствований-неологизмов.

Если нейтральная лексическая единица в силу своей неоценочности, немаркированности является широко употребительной, признается безусловно нормативной, привычной, то заимствование-неологизм всегда находится в фокусе внимания носителя языка и, как правило, получает обязательный метаязыковой комментарий. Это обусловлено тем, что употребление заимствования-неологизма ведет к появлению так называемых “зон коммуникативного напряжения”, которые представляют собой отражение определенных языковых усилий автора ввести заимствованное слово в языковой код. В этом случае рефлексивы выступают как своеобразные маркеры речевой координации коммуникативных партнеров, обеспечение бесконфликтного общения между которыми и является основной целью метавысказываний (или рефлексивов): “*Психологический террор, или, как его модно называть, моббинг (от англ. – толпа), – зло, эффективных средств борьбы с которым не изобретено*” (АиФ, 2005, № 20); “*Никаких вкусностей типа шоколадки или печенья! На ланч, или, по-нашему, перекус до обеда, белоруска может съесть бутерброд*” (КП, 2004, № 214); “*В целом косметическая продукция делится на ширпотреб (менее обидное определение – масс-маркет), селективную и профессиональную*” (АиФ, 2004, № 51).

Формальным показателем к определению рефлексива является наличие в анализируемом отрезке метаоператора, к которому относится лексическая единица “слово”, а также глаголы и существительные, обозначающие речевые действия [2, с. 219].

К стилистически нейтральным метаоператорам, посредством которых в современный публицистический газетный текст вводятся заимствования-неологизмы, можно отнести следующие слова и обороты: “иначе говоря”, “иное название”, “это называется”, “то есть”, “имеет значение”, “означает”, “понимается” и т.п. Например: “*Обнаружила недавно в книжечке одного нашего молодого поэта “пагер” — стихи и SMS-стихи... То есть стихотворения, предназначенные для пересылки по пейджеру и мобильным телефонам*” (СБ, 2006, № 62). На отстраненность авторской позиции указывают метаоператоры “так называемый”, “как говорят теперь”, “можно назвать на иностранный манер”, “как по-западному называют” и др.: “*Наше телевидение уже давно скопировало так называемые реал-шоу*” (АиФ, 2004, № 45); “*Сэконд-хэнд, как по-западному называют бывшие в употреблении вещи, давно и прочно вошел в нашу жизнь*” (СБ, 2006, № 101). Престижность употребления заимствования-неологизма намеренно

подчеркивается введением в текст таких метаоператоров, как “модное слово”, “модное определение”, “как модно теперь говорить” и т.п.: “В фильме Сергея Сычева, как это модно сейчас говорить, определенно есть месседж, или четкая идея, как говорили раньше” (СБ, 2006, № 78); “Почему вы не придерживаетесь дресс-кода?” (установленная для данного мероприятия “форма одежды” – очень модное слово. – Авт.)” (СБ, 2006, № 110). Операторы “точнее”, “точнее сказать”, “вернее” используются для уточнения смысла сказанного: “А сейчас – зайдите в магазин. Сколько сортов кефира, молока (точнее сказать брэндов) вы там насчитаете?” (АиФ, 2006, № 15). Своего рода сигналами неоднозначного отношения адресанта к иноязычному слову являются метаоператоры “мудреное слово”, “если выражаться по-простому”, “по-нашему”, “по-ихнему”, “так поумному называются” и др.: “Есть люди, для которых посещение фломаркета (так по-умному называются блошинные рынки) – настоящее хобби” (АиФ, 2005, № 5); “– У вас световозвращатели есть” – мудреное слово “фликер” стараюсь не употреблять” (СБ, 2006, № 86); “«Смарт» в переводе с английского – “умный”. И если выражаться по-простому, то смартфон – это некий гибрид мобильного телефона с микрокомпьютером” (СБ, 2005, № 65).

Среди рефлексивов, реагирующих на коммуникативное напряжение, можно выделить два функциональных типа: **рефлексивы-толкования** и **аксиологические (оценочные) рефлексивы**.

Рефлексивы-толкования комментируют сигнификативный аспект семантики иноязычного слова посредством толкования, под которым в данном случае понимается как развернутая дефиниция, так и поясняющая синонимическая замена. Рефлексивы-толкования не только раскрывают значение заимствованной лексической единицы, пополняя таким образом информационный фонд адресата, но и могут мотивировать правомерность выбора именно данной номинации: “Сперва на Западе, а теперь и у нас появилась категория людей, которых называют модным словом метросексуалы – то есть те, кто отвергает семью, живет исключительно ради себя и для себя” (АиФ, 2005, № 31); “Термин *pick up* (в переводе с английского “снять”, “подцепить”) имеет несколько значений. Обычно под ним понимаются технологии знакомства для мужчин: как быстро соблазнить женщину минимальными усилиями за минимальный промежуток времени...” (АиФ, 2006, № 26); “Многие деловые издания публикуют сегодня так называемые *рэнкинги*, или *листинги*. Некоторые называют их *рейтингами*, но это не так. Это линейный список банков, ранжированных по основным показателям...” (АиФ, 2003, № 49).

Следует отметить, что метаязыковой комментарий может предварять появление заимствования-неологизма в газетном тексте, в этом случае новая лексическая единица чаще всего употребляется в качестве повторной номинации к уже существующему понятию в языке-реципиенте: “Дискриминация по возрастному признаку, так называемый *эйджизм*, свойственна, конечно, не только нашей стране” (СБ, 2006, № 116); “Здесь мы уже касаемся вопроса общественных связей, то есть *пиара*” (АиФ, 2005, № 12).

Отличительной чертой аксиологических (оценочных) рефлексивов является наличие оценочной субъективности, то есть акцентирование точки зрения адресанта, его предпочтений, оценки, эмоций. По отношению к иноязычным лексическим единицам в языке современной газетной публицистики это проявляется либо как аксиологическая реакция адресанта на вхождение в языковой код заимствования-неологизма, либо как оценка употребления слова с точки зрения уместности/неуместности в данном высказывании. Например: “Но все чаще этим занимаются специальные сотрудники: в Германии их называют *Kontakter*, в

России – менеджерами по продажам, агентами по поиску клиентов (слово “контактер”, прямо скажем, у многих четко ассоциируется с удостоившимся встречи с НЛО)” (АиФ, 2004, № 49). В данном метавысказывании не только поясняется смысл иноязычного слова “контактер”, но и интерпретируется коннотативный аспект семантики лексической единицы: номинация “контактер” оценивается как нежелательная, неадекватная с точки зрения эмотивных ассоциаций русского человека.

Другие примеры аксиологических рефлексивов: “Я страшно не люблю слово “блокбастер” (СБ, 2006, № 116); “С прошлого мирового чемпионата пришла к нам эта словесная радость – “мундиаль”. Комментаторы тут же ухватились за нее, и вот “мундиаль” не оторвешь от родного болота – только за первые 25 минут матча Эквадор – Коста-Рика это неблагозвучное слово было произнесено более 10 раз” (СБ, 2006, № 121).

Посредством рефлексива адресант может не только раскрыть значение заимствованной лексической единицы, выразить свое мнение о пригодности, точности языкового средства в данном высказывании, но и попытаться интерпретировать “глубинное” понимание заимствования-неологизма: “Как и следовало ожидать, широко разрекламированная “голубая революция” приказала долго жить... Еще через месяц “движение” приняло совершенно карнавальные формы, скатившись к так называемым флэш-мобам. Это такая молодежная игра, когда дети шармируют взрослых. Внезапно по условному сигналу подходят, например, к газетному киоску и дружно поворачиваются к нему спиной. Затем по сигналу расходятся. По глубокому детскому замыслу это должно обозначать “протест против официальной прессы”. Но сия глубокомысленность понятна разве только самим участникам, остальные горожане только в недоумении смотрят довольным “моберам” вслед” (СБ, 2006, № 86). В данном высказывании истолкование иноязычной лексемы “флэш-моб” сопровождается явно выраженной авторской иронией относительно действий белорусской оппозиции, потерпевшей поражение в выборах 2006 г., что позволяет говорить о слиянии воедино двух компонентов – интерпретационного и оценочного.

Можно предположить, что успешная коммуникация дистанцированных во времени и пространстве порождающего и воспринимающего газетный текст состоится в том случае, если наборы когнитивных структур автора и читателя будут совпадать. Однако восприятие заимствованных слов носителями языка-реципиента может быть не связано с когнитивной базой того или иного лингвокультурного общества, то есть помимо коммуникативного напряжения в процессе коммуникации возможно возникновение и концептуального напряжения, которое также может эксплицироваться в виде рефлексива, что дает возможность выделить еще один тип метаязыковых высказываний – **концептуальные рефлексивы**. Сразу следует оговориться: на практике бывает довольно трудно определить тип рефлексива – коммуникативный или концептуальный – в ситуации, когда в рефлексиве для ликвидации коммуникативного напряжения поясняется значение заимствования-неологизма, и в то же время происходит обсуждение того, что стоит за словом в действительности: “Что такое “брэнд”? Словарь современного русского языка толкует это понятие как “образ марки товара (или услуги) в сознании покупателя, выделяющий его в ряду конкурирующих марок...” Но есть у него и куда более реальное жизненное воплощение – на общедоступном языке денег. За рубежом наиболее известные брэнды (фактически просто “клеймо”, название фирмы, написанное определенным шрифтом) стоят десятки милли-

ардов(!) долларов. Подчас гораздо дороже, чем все оборудование, труд специалистов и т.п.” (АиФ, 2005, № 7).

Концептуальные рефлексивы дают возможность проследить за обновлением концептуального мира носителя языка, за перестройкой его мировоззренческих установок, приспособляющих человека к изменениям современной политической, экономической и социокультурной жизни нашей страны. В качестве иллюстрирующего примера можно привести следующее: “Сегодня, наконец, стало возможным приобрести загородный дом, отвечающий статусу хозяина, с достойными для жизни условиями. В Беларуси уже достраивается первый в стране настоящий таунхаус бизнес-класса “Заславские горки”. Таунхаус (от англ. townhouse – особняк, городской дом, город-поселок) – последователь родового гнезда-дома 19 века, объединявшего под одной крышей несколько семей одного рода, не потерял своей актуальности, позволяет сохранять комфорт индивидуального жилья и при этом ощущать общность и единство клана...” (АиФ, 2005, № 26).

Автор данного высказывания с целью достижения успешной коммуникации не только раскрывает значение заимствования “таунхаус”, но и пытается закрепить новое понятие в узусе современного русского языка посредством опоры на концепт ДОМ, который В.А. Маслова относит к концептам-артефактам русского языкового сознания: в концептосфере русского человека ДОМ – это прежде всего строение, жилье, семья, какое-то свое, безопасное, замкнутое пространство, однако приоритетным является представление о родном доме как центростремительном перекрестке всех жизненных путей человека, сходящихся у родного очага, как первой вселенной человека, объединяющей его воспоминания, мысли, мечты и тем самым организующей “связь времен” [3, с. 235].

Таким образом, для достижения успешной коммуникации необходимо не только взаимодействие всех коммуникативных компонентов, к числу которых относят текст, контекст, цели и намерения коммуникантов, но и обязательный учет фоновых знаний участников коммуникации, так как конечная цель понимания состоит не просто в репрезентации иноязычного слова ради самого слова, а в приращении нового знания у адресата. Именно с этой задачей успешно справляются рефлексивы, комментирующие актуальные для современного словоупотребления лексические единицы, что дает основание отнести их к специфическим способам введения в современный публицистический (газетный) текст заимствований-неологизмов.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Вепрева, И.Т.** Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху / И.Т. Вепрева. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – 384 с.
2. **Вепрева, И.Т.** Что такое рефлексив? Кто он, homo reflectens? / И.Т. Вепрева // Известия Уральского государственного университета. – 2002. – № 24. – С. 217-228.
3. **Маслова, В.А.** Когнитивная лингвистика: учеб. пособие / В.А. Маслова. – Мн.: ТетраСистемс, 2005. – 256 с.

Перечень принятых сокращений:

АиФ – “Аргументы и факты”

СБ – “Советская Белоруссия”

КП – “Комсомольская правда”