

ЛИНГВИСТИКА

Русский язык и языки Российской Федерации

Демократизация языка. Язык СМИ. Политический дискурс

УДК 82-9:81'42

К. А. Бальшева

ДЕМОКРАТИЗАЦИЯ ЯЗЫКА В МАССОВОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ РУБЕЖА XX–XXI вв.

В статье рассматривается один из основных путей демократизации русского литературного языка на рубеже XX–XXI вв. – стилистическое освоение англоамериканизмов в языке современной массовой художественной литературы, которое представлено как процесс развития у заимствований функциональных и эмоционально-оценочных коннотаций.

The article is concerned with one of the basic ways of democratization of the Russian literary language at the beginning of the 20th – the end of the 21st centuries – with stylistic assimilation of anglo-americanisms in the language of modern mass fiction, which is represented as the process of development of functional and emotional-evaluative connotations in borrowings.

Ключевые слова: демократизация языка, массовая литература, англоамериканизм, стилистическое освоение, коннотация, жаргонизм, окказионализм.

Keywords: democratization of the language, mass fiction, anglo-americanism, stylistic assimilation, connotation, jargonism, occasionalism.

Одним из ключевых процессов, характеризующих русский литературный язык на рубеже XX–XXI вв., лингвисты считают процесс демократизации, то есть «раскрепощение» языка, размытие границ между его подсистемами, жаргонизацию, либерализацию и, наконец, расшатывание традиционной нормы (В. Г. Костомаров [1], Л. П. Крысин [2], Г. Н. Складарская [3]). Другими словами, под явлением демократизации понимается «опрощение» русского литературного языка, ориентированное на широкие слои населения, в результате которого происходит «смягчение» литературной нормы.

Процесс демократизации, исторически являющийся одним из основных процессов развития

русского литературного языка, напрямую связан с демократизацией общества и имеет волнообразный характер. Так, в разные периоды истории развития языка демократические тенденции то активно проявлялись (например, в Петровскую эпоху, на рубежах XVIII–XIX, XIX–XX вв.), то нивелировались.

На разных этапах развития русского литературного языка источники и пути демократизации дифференцированы и качественно не совпадают. Демократическая доминанта рубежа XX–XXI вв. характеризуется усилением в речи личностного начала, диалогичностью, стилистическим динамизмом [4]. Основными источниками демократизации русского литературного языка на данном этапе являются жаргонные элементы, а также, по нашим наблюдениям, стилистически освоенные англицизмы. Для современного этапа по сравнению с предыдущими историческими периодами характерно влияние американского варианта английского языка, поэтому данный лексический пласт в современной исследовательской литературе наряду с «англицизмами» называют «англицизмами-американизмами», «заимствованиями-англицизмами», «англоамериканизмами» (Китанина [5], Сидоренко [6]). Вышеперечисленные источники обуславливают пути развития русского литературного языка современного периода: 1) обширное включение в литературную речь жаргонных, сниженных элементов, бытующих в современной устной речи; 2) стилистическое освоение заимствований-англицизмов в языке средств массовой информации и массовой художественной литературы, в результате которого у заимствований формируется богатый спектр сниженных функционально-стилистических и эмоционально-оценочных коннотаций («жаргонное», «пренебрежительное», «ироничное», «шутливое»).

Как показывает проведенное исследование, именно демократизация является важнейшей стилевой особенностью языка современной массовой художественной литературы. Массовая литература как «антитеза вершинной культуры» [7] имеет ряд характерных черт: 1) представляет со-

бой нижний ярус литературы [8], литературу «среднего» качества, предназначенную для «массового» чтения [9]; 2) выполняет информационно-развлекательную функцию [10]; 3) является наиболее «ходким» литературным товаром, серийно изготовленной продукцией по его образцу, отбор которого диктуется рыночной конъюнктурой [11]. Данные черты обуславливают и литературно-художественное содержание произведений массовой литературы: они зачастую наполнены «бесконечными играми, анекдотами, ерничеством, хохмами, чудачеством» [12]. Кроме того, в процессе литературного творчества определяющим фактором становится реализация креативно-интеллектуального потенциала автора, а его языковая компетенция, культурный уровень, профессиональный и социальный статус уходят на второй план, что неизбежно накладывает отпечаток на качество и характер создаваемых текстов.

В рамках данной статьи рассматриваются особенности стилистического освоения новейших англоамериканизмов в текстах массовой литературы на рубеже XX–XXI вв., а именно в языке художественной прозы, где отражена корпоративная культура (С. Минаев «Dухless», «Media sapiens»; М. Нарышкин «Дауншифтер», «Бабло побеждает зло», «\$то причин убить босса»), жизнь московской гламурной тусовки (С. Минаев «Dухless»; О. Робски «ПРО любовь/он», «Casual»; О. Робски, К. Собчак «Замуж за миллионера, или Брак высшего сорта»; Е. Токарева «Лохness. Роман с чудовищем»; М. Царева «Московский ВЕСТИарий»).

Характерной чертой представителя больших корпораций, бизнес-элиты, московской светской тусовки является хорошее знание английского языка, который и становится основой для формирования профессиональных и социальных жаргонов. Например, слова *джим* «спортзал» (ср. англ. gym «1. спортивный зал; 2. гимназия»), *интертейнмент* «развлечение» (ср. англ. entertainment «1. прием, вечер; зрелищное мероприятие; 2. гостеприимство, угощение; 3. развлечение, увеселение»), *коммьюнити* «сообщество» (ср. англ. community «1. общность; 2. государство; 3. сообщество»), *коуч* «тренер» (ср. англ. coach «1. частный педагог; 2. тренер, инструктор»), *лузер* «неудачник» (ср. англ. loser «1. проигравший; 2. мот, расточитель; 3. неудачник»), *респект* «уважение» (ср. англ. respect «1. уважение, признание, почет; 2. привет, поклон; 3. отношение, причастность, связь»), *селебретиз* «знаменитости» (ср. англ. celebrity «1. известность, слава; 2. знаменитость; 3. торжественный обряд, торжество»), *фейк* «подделка» (ср. англ. fake «1. хитрость, обман; 2. подделка, фальшивка; 3. обманщик, мошенник»), *экспириенс* «опыт; случай, событие» (ср. англ. experience «1. опыт;

2. случай, событие; 3. впечатление, переживание»). Как правило, в английском языке данные слова многозначны, в русском языке лишь одно из значений становится жаргонным. Так как отмеченные выше номинации имеют устоявшиеся однословные эквиваленты в русском языке, то при заимствовании образуются смысловые параллели «английское слово – русское слово», причем англицизм в данном случае является смысловым излишеством и используется для создания эффекта приобщенности к офисной культуре, культуре закрытой московской тусовки. Жаргонизмы, то есть единичные элементы соответствующих жаргонов, выполняют различные стилистические функции в языке массовой литературы: выражают отношение автора к описываемым событиям, явлениям, героям; характеризуют персонажей с точки зрения их социального, профессионального статуса, образовательного, культурного уровня. Например, следующее: «Ух ты, какой подход, я просто расплачусь от такого *респекта* моей скромной персоне» («Media Sapiens», с. 31); «От наших знакомых миллионеров нам доподлинно известно, что эти наивные ребята сами ходят в *джим* не только для того, чтобы качать мышцы» («Замуж за миллионера...», с. 62); «Постой, постой. А любовь? Это тоже *фейк*?» («Dухless», с. 313); «Мы идиоты, *лузеры*, бездельники, не выполнили план из-за собственной профнепригодности и неумения думать» («Dухless», с. 103); «Перебирая события прошедших часов, я четко вспоминаю, что покинул “Шатер” и дошел до Чистопрудного бульвара. Но спина, вспомнившая *экспириенс* недельной давности, у меня уже мокрая» («Dухless», с. 292).

Новейшие англицизмы-американизмы, пока не включенные в современные толковые словари и словари иностранных слов, являются одним из основных стилиобразующих факторов произведений массовой литературы рубежа XX–XXI вв. Проанализированные номинации могут быть разделены на две группы: 1) освоенные на основе морфологического способа англицизмы-американизмы, получившие в русском языке сниженный характер в результате добавления к ним русских аффиксов; 2) окказионализмы, созданные в результате обыгрывания стилистически нейтральных заимствований-англицизмов и словообразовательных элементов английского языка.

Рассмотрим номинации первой группы. По результатам проведенного исследования наиболее активны суффиксальный, префиксальный и префиксально-суффиксальный способы, с помощью которых от стилистически нейтральных английских слов образуются, главным образом, стилистически сниженные существительные и глаголы.

Так, суффиксы со значением лица мужского/женского пола -ер-, -ш-, -щик-, используемые для

образования существительных, служат своего рода критерием сниженности для незакрепленных в словарях номинаций и придают слову жаргонную коннотацию. Некоторые слова с аналогичными суффиксами уже отмечены в словарях пометой «разговорное»: например, *спамщик*, *креативщик*, *спамер*, *бизнесменша* [13]. В то же время целый ряд существительных с данными суффиксами широко используются в корпоративном жаргоне и жаргоне гламурной тусовки. Поэтому допустимо предположить, что, к примеру, существительные *фейсконтрольщик*, *фейсконтролер* (от англ. face control «визуальная оценка возраста, соответствия внешности человека, его личностных качеств правилам, установленным в том или ином учреждении для каких-либо целей»), *блоггерша* (от англ. blogger «создатель блога, сетевого дневника»), *аутсорсер* «тот, кого привлекают в качестве третьего лица» (от англ. outsource «приобретать товары и услуги у внешних поставщиков»), *аутсорсингерша* (от англ. outsourcing «использование внешней организации для обработки финансовых данных при осуществлении коммерческих операций; экспорт услуг»), *медийщик* «работник сферы средств массовой информации» при суффиксации приобретают жаргонную, а не разговорную окраску. Более того, у некоторых жаргонизмов в художественных контекстах развиваются дополнительные эмоционально-оценочные коннотации. Например, у жаргонизмов *аутсорсер*, *аутсорсингерша* развивается дополнительная коннотация пренебрежения: «Не желая пользоваться услугами совершенно лишней сейчас *аутсорсингерши* Вики, исполняющей на нашем этаже роль не секретаря, а барменши, я лично налил девочке чаю...» («Про зло и бабло», с. 218); «Я возвращаюсь в свой кабинет, открываю файл, содержащий цифры ежедневных отгрузок компании, чтобы посмотреть картину в департаменте этого *аутсорсера* Миши» («Духless», с. 34).

Суффиксальный, префиксальный и префиксально-суффиксальный способы используются для образования значительного количества глаголов, формирующих так называемый «офисный» жаргон. Например, *аутсорсить* «привлекать третьих лиц для выполнения работ» (от англ. outsource), *апрувить* «получать одобрение у босса» (от англ. approve «одобрять, утверждать»), *запрувить*, *заапрувить* «получить одобрение у босса» (от англ. approve «одобрять, утверждать»), *поюзать* «одурачить» (от англ. use «использовать; обращаться, обходиться»), *приатачить* «прикрепить файл, документ» (от англ. attach «прикреплять, прикладывать»), *проандейтить* «обновить информацию, заменить информацию на более новую» (от англ. update «обновить, модернизировать»). Ср.: «Можешь мою секретар-

шу *аутсорсить*, кстати, она быстро печатает на компьютере» («Духless», с. 34); «И отчет о своих рабочих визитах и плане визитов *приатачить* к себе, о'кей?» (там же, с. 34) «Увидев номер договора, она пообещала найти его среди бумаг и принести, а я между тем закидывал удочку ближе к омуту, чтобы *проандейтить* новую информацию сразу, как она появится» («Про зло и бабло», с. 217); «Я *заапрувил* мероприятие у Старостины» (там же, с. 221); «Я рассмеялся и посмотрел на креативщика. Меня хотят *поюзать*, а я не пойму как именно» («\$то причин убить босса», с. 34). Кроме того, некоторые глаголы в контексте приобретают дополнительную эмоционально-оценочную коннотацию иронии, пренебрежения, шутовности.

Таким образом, стилистически нейтральные англицизмы-американизмы, освоенные русским литературным языком на словообразовательном уровне, приобретают новые сниженные коннотации жаргонного характера. Подобные новообразования становятся лексической основой «офисного» жаргона и жаргона московских тусовщиков, причем элементы этих жаргонов, то есть жаргонизмы, употребленные в языке произведений массовой литературы, развивают в художественном контексте дополнительные эмоционально-экспрессивные окраски иронии, шутовности, неодобрения, пренебрежения.

Окказионализмы, объединенные во вторую группу, представляют значительный интерес для исследований, так как демонстрируют не только субъективно-оценочный потенциал русского словообразования, но и яркие примеры языковой игры интеллектуала-автора с читателем, способным оценить креативные способности автора. Под окказионализмами в статье понимаются речевые новообразования, которые формируются под влиянием контекста «для выражения смысла, необходимого в данном случае, и создаются из имеющегося в структуре языкового материала вопреки сложившейся литературной норме» [14].

Эффект языковой игры является одной из стилевых доминант изученных романов и повестей современной массовой литературы и особенно ярко репрезентируется на фонетическом и словообразовательном уровнях. Языковая игра на фонетическом и словообразовательном уровнях, а также синкретизм сразу нескольких способов языковой игры оказываются источником яркой экспрессии и эмоциональной оценочности и создают ситуацию, при которой читатель вынужден разгадать авторские интенции, чтобы понять значение окказионального слова. Творческий потенциал авторов оказывается настолько богатым, что кажется неисчерпаемым.

Так, языковая игра на фонетическом уровне, на основе паронимии в сочетании с графичес-

ким выделением создает эффект интеллектуального остроумия, а также является средством создания иронической, шуточной окрашенности в окказиональных образованиях, использованных в качестве названий произведений массовой литературы. Современные исследователи отмечают активизацию графических приемов создания языковой игры со шрифтовым выделением наиболее значимой части (Осина [15], Михайкина [16]). Прием графического выделения наиболее частотен в качестве дополнительного средства экспрессии на различных уровнях языковой игры в названиях романов и повестей массовой литературы. К примеру, заголовок «Московский БЕСТиарий» (англ. best «лучший» и бестиарий «средневековый нравоучительный трактат – перечень иносказательно употребляемых названий животных (в том числе геральдических и мифических)») следует понимать, по определению самого автора М. Царевой, как «словарь существ, которых можно встретить в мегаполисе», таких, как алкоголики, бизнес-леди, модели, нимфетки, серые мышки, экстремалы. Умышленная замена корня -бест'- (от бестия «плут, пройдоха») английским best создает ироничный намек на то, что это «лучшие» представители столицы. Или, например, названия следующих романов: *FUCK'ТЫ / FUCK'ts* (англ. нецензурное fuck you и факты); *ПРО любoff/on* (про любовь и англ. off/on «отключенный/включенный»).

Зачастую целью использования графических приемов (английской графики, заглавных букв на месте строчных) является привлечение читательского внимания для того, чтобы покупатель выбрал на полке среди огромного количества подобных книгу с наиболее необычным названием, и, в конечном счете, получение коммерческой прибыли, например: *Realная любовь, Ultraфиолет, Шамки, Замуж за миллионера, или Брак высшего сорта, Любовницы на ЭХспорт, \$то причин убить босса*.

На словообразовательном уровне для достижения эффекта языковой игры используются преимущественно два способа: 1) добавление английских суффиксов к русским словам; 2) построение индивидуально-авторских слов по традиционно существующим в языке моделям. Примером добавления английских суффиксов к русским словам служат индивидуально-авторские новообразования *loхness* и *duxless*. При добавлении английского суффикса *-ness* существительное *лох* «излишне доверчивый человек, которого легко обмануть» приобретает значение «качество», «состояние». Эффект шутки, иронии в окказионализме *лохness* достигается за счет контраста между жаргонным *лох* и суффиксом *-ness*, который придает жаргонному слову оттенок книжности. Суффикс *-less* сообщает прилагатель-

ному *duxless* значение «лишенный чего-либо, не имеющий чего-либо»; сам автор С. Минаев объясняет это прилагательное как «бездуховные, бедные духом». Авторская ирония особенно отчетлива в контексте, так как проводится аналогия с прилагательным *homeless* «бездомный» и «слоганом» бездомных «*Homeless. Will work for food*», который в книге «*Duxless*» превращается в слоган «бездуховных» «*Duxless. Буду работать за еду (и шмотки)*».

Способом сложения образован целый ряд окказиональных существительных. К примеру, *гламур-пати* «гламурная вечеринка» («*Media Sapiens*»), *лесбос-пати* «лесбийская вечеринка» («*Замуж за миллионера...*»; в основе данных слов лежат английские прототипы *singles party* «мальчишник», *garden party* «прием гостей в саду»); *бар-серфер* (шутливое название алкоголика в книге М. Царевой «Московский БЕСТиарий»), *бар-серфинг* «процесс хождения по барам» (построены по модели английского названия спорта *wind-surfing* «виндсерфинг» и спортсмена, занимающегося этим видом спорта *wind-surfer* «виндсерфер»); *Барбиленд* «место, в котором обитают красотки, похожие на Барби» (ассоциируется с названием парка аттракционов *Disneyland*; «Московский БЕСТиарий»).

По модели латинского термина *homo sapiens* созданы на основе английских слов индивидуально-авторские «научные термины» *хомо брэндикус* (от англ. *brand* «торговая марка») «человек, смысл жизни которого заключается в соответствии определенным брендам» («*Duxless*») и *media sapiens* (от англ. *mass media* «средства массовой информации») «разумная медиа» («*Media Sapiens*»). В данных окказионализмах эффект языковой игры и интеллектуального остроумия, а также оттенки иронии, шутки создаются на основе присвоения предметам и явлениям новых, необычных для них свойств. Например, отмечают не существовавшие ранее типы вечеринок – *гламур-пати, лесбос-пати*; фиксируется новый вид «спорта» – *бар-серфинг* и «спортсмен» – *бар-серфер*; выделяется новый вид человека – *хомо брэндикус*; неодушевленные медиа персонажируются, и медиа становится разумной – *media sapiens*; появляется особое место, где живут красавицы, похожие на куклу Барби – *Барбиленд*).

По модели русских собственных имен образованы от английских слов, например, номинации *Бэттич* и *Вип Випыч*. В окказионализме *Бэттич*, созданном автором повести «*Duxless*» С. Минаевым, эффект языковой игры достигается при уподоблении английского имени собственного *Batman* «человек-летучая мышь», героя популярных комиксов и одноименного фильма, разговорной форме русского отчества. Такая анало-

гия, выраженная в тексте, служит средством создания авторской иронии: «И чтобы Бэтмен этот был глубоко народный персонаж. Чтобы в баню ходил, косяки имел с любовницами, мог с мужиками выпить запросто. В общем, такой *Бэтмен* из соседнего подъезда, который вдруг стал начальником ДЭЗа» («Духless», с. 224). Окказионализм *Вип Випыч*, построенный по русской модели имя + отчество в разговорной форме от английской аббревиатуры VIP «особо важная персона» в романе О. Робски «ПРО любoff/оп», имеет ярко выраженную коннотацию иронии: «Мои друзья, девушки в большом количестве, артисты, певцы, бизнесмены из тех, кто не пропускает хорошую тусовку, и *Вип Випычи*, человек пять, ради которых и было все организовано. Они должны были взять на себя финансирование партии» («ПРО любoff/оп», с. 185).

Наблюдения за функционированием окказиональных слов в языке массовой художественной литературы, созданных на основе стилистически нейтральных англицизмов, показывают, что они выполняют номинативную и экспрессивную функции, но зачастую стремление к выразительности, эпатажности, оригинальности, свежести преобладает над потребностью в номинации. Языковая игра на фонетическом и словообразовательном уровнях, синкретизм нескольких способов языковой игры (контаминация + графика + паронимия) создают эффект интеллектуального остроумия, избранности, элитарности, гламурности и становятся средством экспликации ироничной, шуточной или пренебрежительной окрашенности. Использование англицизмов в качестве основы для создания эффекта языковой игры определяет нацеленность романов и повестей массовой литературы на «своего» читателя-интеллектуала с безусловным знанием английского языка.

Таким образом, стилистически освоенные русским литературным языком англицизмы-американизмы и индивидуально-авторские новообразования, созданные на основе обыгрывания заимствований-англицизмов и английских словообразовательных элементов, являются одним из источников демократизации языка массовой художественной литературы и русского литературного языка на рубеже XX–XXI вв. Количественное и качественное разнообразие стилистически сниженных номинаций, выделенных в произведениях массовой литературы (жаргонные или жаргонно-ироничные, жаргонно-пренебрежительные, жаргонно-шутливые), и окказионализ-

мов, свидетельствует о том, что язык массовой художественной литературы является одной из основных сфер, наряду со средствами массовой информации, где процесс демократизации русского литературного языка в настоящий момент протекает наиболее интенсивно. Формируясь в рамках русской лексической системы, рассмотренные номинации воздействуют на систему языка в целом, делают ее более «демократичной», восприимчивой, проницаемой для периферийных единиц и определяют тенденции дальнейшего развития русского литературного языка.

Примечания

1. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. Изд. 3-е, испр. и доп. СПб.: Златоуст, 1999. С. 5.
2. Крысин А. П. Русский литературный язык на рубеже веков // РР. 2000. № 1. С. 28–40.
3. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г. Н. Склярской. СПб.: Изд-во «Фолио-Пресс», 2000. С. 9.
4. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожин; 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. С. 210.
5. Китанина Э. А. Прагматика иноязычного слова в русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2005.
6. Сидоренко С. Г. Функциональные и типологические особенности английских заимствований лексико-семантической группы «наименование лица» в современном русском литературном языке: дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2005.
7. Лотман Ю. М. О русской литературе. СПб.: «Искусство – СПб», 1997. С. 783.
8. Черняк М. А. Массовая литература XX века. М.: Флинта: Наука, 2007. С. 6.
9. Федорова Ж. В. Массовая литература XIX века: художественный и социальный аспекты // Русская и сопоставительная филология. Взгляд молодых. Казань, 2003. С. 203–209.
10. Там же.
11. Краткая литературная энциклопедия М.: Сов. энцикл., 1978. Т. 9. С. 517.
12. Костомаров В. Г., Бурвикова Н. Д. Старые мехи и молодое вино. Из наблюдений над русским словоупотреблением к. XX века. СПб.: Златоуст, 2001. С. 14.
13. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г. Н. Склярской. М.: Эксмо, 2006.
14. Русский язык: Энциклопедия / под ред. Ю. Н. Караулова. М.: Науч. изд-во «Большая Российская Энциклопедия», 2003. С. 283.
15. Осина А. А. Языковые приемы и средства в истории отечественного каламбура: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007.
16. Михайкина С. Г. Технология каламбура: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008.