

Бушев А. Б.
Санкт-Петербургский государственный
инженерно-экономический университет
(филиал в г. Твери)

МАКАРОНИЧЕСКИЙ ЯЗЫК БИЗНЕСМЕНА-БИЛИНГВА В РОССИИ

Социальные изменения в современном российском обществе вызывали невиданные изменения в разговорном русском языке. Современная беллетристика, где язык, по меткому выражению В. В. Виноградова, олитературируется, также не может не отражать эти изменения. Это, например, феномен сниженности, вульгаризации речи – мы называем его *феномен новой разговорности*. Это особая лингвоцентричная креативность разговорного языка – *новый фольклор*, отражением которого в какой-то мере являются реклама и эстрада. Это стандартизация и стереотипизация политического дискурса, дискурса масс-медиа, административного дискурса¹.

Настоящая статья посвящена феномену билингвальности в современном российском бизнесе (русский плюс английский, официально продекларированные международными компаниями в качестве кредо), влиянию феномена билингвальности на состояние современного русского языка, тем более что современная российская беллетристика потрудились поставить прекрасный полевой материал – книги С. Минаева “Duxless” и “The Телки”. Главный герой указанных романов – билингвальный бизнес-профессионал, работающий в международной компании в Москве. Посмотрим на такую особенность его социолекта, как макароничность, варваризмы.

Разговорный язык вестеринизированных героев пересыпан английскими словами:

– И ты собираешься уехать в Штаты?

– Еще пару лет, honey. Получу head of purchasing, осуществлю some investments и все. Быстро сделать карьеру и состояние можно только в России, you know, а делать investments и жить я хочу в America.

Американизм воплощают в его мире музыка, бренды, клубы, компании, экспаты, люди, *живущие или застрявшие где-то in between*.

Идеал карьеры для молодого менеджера мультинациональной компании типичен:

Ты возглавишь какой-нибудь департамент Wall Mart, я продолжу работу в финансах в BONY, Citybank или JP Motgan Chase.

Язык как романа, так и героев воплощает их ценности. Это мир менеджмента, имеющего вестеринизированный флер.

– Ты решил отменить совещание?

– Management meeting? Совещание? Нет, honey, солнце мое. Просто тут у меня ...- you know- порезал десну. Да мне тут на reception desk ... секретарши дали drug...из аптечки.

Когда тебе дадут пост партнера, ты будешь исполнять same tricks.

Это слишком overestimated проблема, – говорит одна из героинь подруге.

А мы сегодня пойдем на фешн-шоу на “Веранду у дачи”.

¹ А. Б. Бушев. Русский язык и современный социум // Знамя, № 11, 2007. А. Б. Бушев. Языковая динамика и социодинамика: современный российский социум // Язык и стиль современных средств массовой информации. Межвузовский сборник научных трудов Всероссийской конференции, посвященной 80-летию проф. Н. С. Валгиной. М.: МГУП, 2007. С.56–62. А. Б. Бушев. Устная русская речь в рассеянии и дома. Коллоквиум “Русское зарубежье». Сайт института Культурологии РАН. <http://www.riku.ru/Hot.htm> А. Б. Бушев. Современные особенности языка российских СМИ (социолингвистические заметки) // Вестник ЦМО МГУ. – № 5. – Ч. 1-2. “Филология. Культурология. Методика”. – М.: Ред. Изд. Совет МОЦ МГУ, 2005. – С. 67–72.

Компанія Вадима купила в серіалі продакт-плейсмент для своїх духів.

Ленка. Я тебе умоляю. Все cool. Лена, relax, що такого произошло?

Клавішею Escape мне служили книги, привезенные мамой из Russia.

Это комп'ютеризований мир, мир дивайсов:

В аттаче – текст статті. Дома открываю почту, вытираю сотню писем спама. Отвечаю на какие-то каменты в своем ЖЖ.

Экспаты и люди мира – населяют мир мультинационального бизнеса.

Вот типичное воспоминание из детских гламурного журналиста:

Прикольные вещи из детства – вспоминается “Faserland” Кристиана Крахма. Хотел было выдать эту историю за свою. Да боюсь, не прокнает за sweet memos.

Корпорация – это фабрика, где объектом производства служат продажи, маркетинг, бюджет, статус, дистрибуция, корпоратив, бонусы, клиненты, компании. Это мир, за который не грезится даже прыгнуть. Флажками этого мира являются *маркет-ресерч, филд – репорт, сейлз, аутсорсинг*. Обитатели его могут быть ироничны и полуобразованны даже в своей системе координат:

Тренинг по тайм-менеджменту – это что за хе*ня такая!

Явственны противоречивость, амбивалентность думающего героя: “я очень хочу, чтобы здесь все изменилось. Чтобы гаишнику не нужно было давать денег, чтобы хорошие дороги, чтобы таможенники на прилете из Милана не выворачивали чемоданы, чтобы чиновник инее ассоциировался с вором, чтобы приход пожарника в офис не означал бы “бутылку коньяка и соточку зелени”. Чтобы лицом русской моды был Том Форд, а не Зайцев, чтобы нашу музыку ассоциировали не с Пугачевой, а с “И-2”, чтобы все угорали не над шутками Галкина или Коклюшкина, а над юмором Монти Пайтона”.

Его кумиры находятся на Западе, в его речи отражаются пласты варваризмов, заимствований и англицизмов, являющиеся синонимами престижности, продвинутости, знакомства с европейской культурой, потребления западных продуктов

Prada Vogue café, Chateau Margaux, Vuitton, Plaza Athenee, Nobu, ZIMA, галерея. Ибице, Chivas Regal, crystal Roederee, Челси – позывные тусовки, сигналы, посылаемые “продвинутым”. Не обойтись без Wi Fi – для понимающего достаточно.

На страницах книги фигурируют персонажи гламура – *Ян Шрагер и Стив Рабелл, Филипп Старк...*

Сложные образцы игры слов, интертекста, часто макаронического – признак городской культуры современного российского мегаполиса:

Как закалялся “style”.

Тяга к luxury.

Москва- город менеджеров на hold-e.

Наш герой – Духless, на щите которого словно написано “Буду работать за еду и шмотки. А ниже логотип Dolce & Gabbana”.

Перечислим брэндсы, рекуррентно встречающиеся на страницах книги:

Лаундж-зона, выдержанная в традициях парижского Costes.

Стрижка а-ля Джастин Тимберлейк, шампанское Ruinart, сапоги Gucci, вино Grigio от Livio Felluga.

Celin, Bacardi, Calvin Klein, кеды Converse, черный костюм Ralph Lauren, dries van Noten, Dirk Bikkenbergs, сумки Downtown YSL, туфли от Manolo Blahnic.

Культовые фигуры тусовки – Хорст Вессель, Кристи Трамингтон., Кобейн, Ву-Танг Клан, Паблик Энеми, Шенкенберг.

Здесь читают глянец – меню удовольствий GQ и Vogue, обсуждают клубные

истории проектов в Европе и Штатах, party, night-people, spa-салон, сумки Tod's, товары Pal Zileri Paul & Shark и все эти нескончаемые *cartier – tiffany- alainsilberschtain*.

Мир глянца диктует жизненный стиль:

Ты начинаешь свой день с кофе и неспешно выкуренной сигареты под Blur Pulp Radiohead, Cure, oasis, nirvana, Pearl jam, Smashing Pumpkins, Linkin park, garbage.

Блокнот Moleskine.

Bosco Café.

Темные очки Ray Ban Wraparound.

Соответственны аллюзии:

Из-за алчной неврастенички, вообразившей себя Хербом Ритцем.

Западнические ассоциации.

А на полу валяется дубленка, как в том клипе у Боно из U-2.

Дальнейшее происходит как в боевиках Гая Риччи.

Надо иметь силы, чтобы уйти а пике, – думаю я. – Как Джамирокуай...

Наш герой – Хомо брэндикус. Он – англоман, если под этим понимать знатока современной американской музыкальной культуры. В голове играет Moby – “We're all made of stars”

Для нашего героя характернее совсем иной ассоциативный ряд:

Двух молоденьких студентов, похожих на Кайли Миноуг

На этом комплексе сидят все топ-модели: Кейт Мосс, наоми...

Физиономия солиста А-На пола Ваактаара.

Как в клипе satisfaction Benassi.

Sex & The City = Сара Джессика Паркер.

Я похож на Джастина Тимберлейка, хотя мечтаю выглядеть, как Джим Моррисон. Мои кумиры – Курт Кобейн, Микки Рурк и Моррисон. Ну еще немного Тупак Шакур. Нашу тусовку предал только Билли Коргна. Возродивший “Smashin Pumpkins”.

Достаю из шкафа бутылку “Dewars”, залпом накачиваю стакан. Вставляю в плеер диск с концертом Моррисси “Who put “M” in Manchester”.

Мир музыки воспринимается как позывные: Земфира, МакСим, Shinead O'Connor, Cardigans, Bryan Ferry – теперь твои любимые исполнители, не говоря о George Michael.

Показательны аллюзии к фильмам:

Я хочу оказаться героем, которого играл Ривер Финикс в “Моем собственном Айдахо”.

Западничество – манифест героя:

Я не могу позволить себе, чтобы в моей машине на заднем сиденье валялась книга с названием “Комбат атакует” или “Спецназ выходит на связь”. Я не смотрю бригаду. Не люблю русский рок. У мен нет компакт-диска Сереги с “Черным Бумером”. Я читаю Уэльбека, Эллиса, смотрю старое кино с Марлен Дитрих. И свои первые деньги я потратил не на “бэxu” четырехлетней, как у пацанов. А на поездку в Париж.

Современная молодежь, современная любовь – одна из тем романа:

Я хотел любить ее по-настоящему, с ревностью, ожиданиями у подъезда, обвалом электронной почты, ICQ и телефона.

Мы изнасиловали все доступные средства связи – телефоны, ICQ, почту, собственные live journals.

Посвящает мне километровые постинги в своем livejournal.

Выше приведены лишь некоторые примеры, которые позволяют говорить о радикальном изменении менталитета, языковой картины, социолекта и разговорного

язика после глобалізації. Очевидно, что за темпом этих изменений не угонится никакой словарь.

Валігура О. Р.

Київський національний лінгвістичний університет

МОДЕЛЮВАННЯ КОГНІТИВНОГО ПОРОДЖЕННЯ ІНТЕРФЕРОВАНОГО МОВЛЕННЯ БІЛІНГВОМ

Одним із найактуальніших напрямів сучасної когнітології є опис когнітивної діяльності людини у процесах породження, сприйняття й розуміння мовлення, а також механізму обробки природної мови та побудови моделі її розуміння. Загальні методологічні засади когнітивної лінгвістики, спрямованої на розгляд мови як пізнавального знаряддя кодування та трансформації знань, в основі своїй уможливають дослідження когнітивних особливостей фонетичних явищ, зокрема, дозволяють аналізувати й інтерпретувати причини виникнення фонетичної інтерференції та механізми її реалізації в англійському мовленні українців.

Відповідно до відомих концептуальних положень [1, 35–39; 2, 62–78; 3, 92–95; 4, 160–163; 8, 93–94] моделювання є вихідним методом наукового пізнання та його центральним методологічним засобом, суть якого полягає в заміщенні об'єкта спеціальною моделлю, що відтворює головні особливості оригіналу, та проведенні за її допомогою необхідних досліджень [3, 92]. З методологічної точки зору особливо важливо те, що специфіка моделювання дозволяє заміщувати досліджуваний реальний об'єкт, який має незліченне різноманіття властивостей, сторін і відношень, певною моделлю, що містить лише істотні з погляду мети дослідження риси, властивості, відносини чи зв'язки об'єкта (оригіналу). Для здійснення безпосереднього вивчення й опису когнітивних механізмів породження інтерференції та їхнього відповідного експериментального дослідження виникає потреба у створенні адекватної когнітивної моделі фонетичної системи англійського мовлення носіїв української мови.

З огляду на це метою нашої статті було обґрунтування та розробка когнітивної моделі породження інтерферованого англійського мовлення українськими білінгами.

У лінгвістичній літературі терміни “модель” та “моделювання” знаходять дещо різні трактування. Так, О. В. Клименюк визначає модель як узагальнений, створюваний з метою одержання і (або) збереження інформації специфічний об'єкт (у формі уявного образу, опису знаковою або матеріальною системою), що відбиває властивості, характеристики й зв'язки об'єкта оригіналу довільної форми, істотні для завдань, розв'язуваних суб'єктом [3, 175]. При цьому ним підкреслюється, що всі наші уявлення про світ носять модельний характер, а історично сформовані наукові поняття, пов'язані з об'єктивною реальністю (закони, теорії, наукові картини світу), є моделями різних рівнів і ступенів складності. Поділяючи цю думку, О. О. Селіванова тлумачить модель як абстрактний й ідеалізований знаковий образ спрощеного відтворення певного об'єкта (оригінала), штучно створений дослідником із метою вивчення ознак, складників цього об'єкта, способів його існування й функціонування [5, 386].

Щодо суто лінгвістичної моделі, то вона трактується як штучно створений лінгвістом реальний чи мисленневий пристрій, який відтворює, імітує своєю поведінкою (у спрощеному вигляді) поведінку іншого пристрою (оригінального об'єкта)