

ИЗМЕНЕНИЕ ГЛУБИННОГО СЛОЯ ЗАИМСТВОВАНИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ НАРОДОМ-РЕЦИПИЕНТОМ

В статье освещена проблема изменения концептуального слоя заимствования под влиянием картины мира системы-реципиента. Анализ русского и японского англицизмов, прототипом которых является слово ‘business’, показал, как элементы чужого языкового сознания, принесенные в язык вместе с единицей, приспосабливаются к особенностям концептуализации действительности народом.

Ключевые слова: лексическое заимствование, особенности концептуализации, концепт, взаимодействие картин мира, семантическая ассимиляция.

Современные лингвисты (например, Е.В. Урысон [1]) отмечают, что языковое заимствование представляет собой многоплановое явление, состоящее из поверхностного и глубинного слоев. При контактах двух народов из одного языка в другой попадают лингвистические элементы (лексические единицы, грамматические явления, синтаксические структуры и так далее), которые формируют поверхностный ярус заимствования. Вместе с языковым материалом переносятся концепты чужой картины мира, элементы чужого языкового сознания, скрытые смысловые структуры, то есть часть картины мира народа-донора, которые составляют глубинный слой заимствования [2, с. 14–15]. В языке-реципиенте элементы поверхностного и глубинного слоев видоизменяются, приспосабливаясь к структурным особенностям принимающей системы, способу категоризации действительности этносом.

В данной статье на примере функционирования англоязычной единицы ‘business’ в русском (‘бизнес’) и японском (‘бидзинэсу’) языках будет показано, каким образом элементы чужого языкового сознания, принесенные в систему вместе с заимствованной единицей, изменяются в той или иной степени под влиянием структуры языка-реципиента, особенностей концептуализации действительности народом.

Прежде чем перейти к подробному рассмотрению функционирования англицизмов ‘бизнес’ и ‘бидзинэсу’ в русской и японской системах, проведем анализ словарных дефиниций многозначного прототипа ‘business’.

«Business – 1) the work of buying or selling products or services for money [работа по покупке и продаже продуктов и услуг за деньги]; 2) an organization that buys or sells services for money [организация, которая продает свою продукцию и услуги за деньги]; 3) something that you have to deal with [дело,

* © Шмунер А.С., 2010

Шмунер Александра Семеновна (ashmuner@gmail.com), кафедра лингвистики и межкультурной коммуникации Рязанского государственного университета им. С.А. Есенина, 390000, Россия, г. Рязань, ул. Свободы, 46.

которым необходимо заниматься]; 4) something that affects or involves a particular person and no one else [то, что касается одного человека и никого другого]; 5) something that has happened, especially something that has caused problems and has been continuing for a long time [нечто произошедшее, в особенности, то дело, которое продолжается в течение определенного отрезка времени и приносит неудобства]» [3, с. 184] (перевод наш. – А.Ш.).

«Business – 1) a profit-seeking enterprise or concern [предпринимательская деятельность с целью получения прибыли]; 2) an occupation, profession, or trade [занятие, профессия или коммерческая деятельность]; 3) trade or patronage [коммерческая деятельность или частная финансовая поддержка учреждений]; 4) a person's principal concern [основная забота человека]; 5) affair or situation [дело или ситуация]; 6) task or duty [задание или обязанность]; 7) mean business, to be serious in intent [иметь серьезные намерения]» [4, с. 121].

Итак, ядро концепта 'бизнес' представлено следующими компонентами: деятельность, организация, прибыль. Данные компоненты связаны следующим образом: организация (субъект) осуществляет какую-либо деятельность по предоставлению товаров или услуг и получает за это денежную плату. Субъект деятельности при этом ощущает личную заинтересованность в правильном выполнении какого-либо задания и, следовательно, серьезно относится к делу. Данный факт, видимо, обуславливает наличие элемента серьезности в семантической структуре единицы 'бизнес'. Отношение носителей к концепту нейтральное, близкое к положительному. Данная единица гармонично вписывается в систему мировидения американской культуры, которую характеризует, кроме всего прочего, идея рыночных отношений, предполагающих плату за предоставленный товар. Эта идея английского мировосприятия вошла вместе с единицей в русскую действительность.

Лексема 'бизнес' появилась в русском словаре в первой половине двадцатого века [5, с. 34]. В словарях находим следующие определения данной лексемы.

«Бизнес – коммерческая, биржевая и предпринимательская деятельность, приносящая доход, прибыль; 2) деловая жизнь, экономическая деятельность в отличие от других сфер жизнедеятельности; 3) перен. предпринимательская сфера как источник обогащения, наживы» [6, с. 109].

«Бизнес – предпринимательская, экономическая деятельность, приносящая доход, прибыль» [7, с. 113].

Итак, ядро концепта 'бизнес' составляют следующие компоненты: предпринимательская, экономическая деятельность, доход. При этом зачастую под прибылью понимают личное обогащение. Так, выражение «делать бизнес на чем-то» предполагает в русском языке получение личного дохода через осуществление определенной деятельности или ее неосуществление (*Он делает бизнес на здоровье детей. Вы можете делать бизнес на настроениях, эмоциях, заблуждениях*). Необходимо отметить, что для русской языковой картины мира характерной является идея о том, что плохо, когда человек действует из соображений практической выгоды [8, с. 11]. Поэтому в этом слове выражена негативная коннотация.

При анализе примеров из корпуса русского языка [9] мы пришли к выводу о том, что при употреблении слово получает определенную агентивность, происходит одушевление данной единицы (*глобализация сделала бизнес не только*

ключевым игроком мировой экономики, но и важным фактором мировой политики. Кроме того, надо создать условия для того, чтобы малый и средний бизнес вышел из тени. Проектный и инжиниринговый бизнес сегодня чувствует себя не везде хорошо). Более того, в некоторых случаях мы можем говорить о метонимическом переносе наименования деятельности на группу людей, осуществляющих ее (нефтяной бизнес «осознал» по-новому свою социальную ответственность. Крупный бизнес соотносил бы свои интересы с интересами общества. Но почему об этом не знает бизнес? Отсюда вытекает и порой низкий уровень работы, и коррупция, и отсутствие хороших профессионалов, которых прибирает к своим рукам бизнес). Кроме того, слово 'бизнес' в русском языке соотносится с определенным местом, в которое человек может пойти (Многие выступавшие утверждали, что пошли в бизнес не за длинным рублем, а от безысходности, так как найти должность по специальности невозможно). Из вышесказанного следует, что единица 'бизнес' приобретает большую активность по сравнению с англоязычным прототипом. 'Бизнес' порой создает впечатление живой сущности, не зависящей от человека.

Говоря об отношении русских людей к слову 'бизнес' и к выражаемому им понятию, необходимо отметить, что, согласно данным «Русского ассоциативного словаря» [10, с. 15], анализируемая единица является реакцией к следующим стимулам: «делка, дело, продажа, частный, Америка, богатство..., выгода, дельный, красть, малый, миллионер, кидать, русский...». При этом тот, кто занимается бизнесом, бизнесмен, ассоциируется у русских со следующими единицами: «капиталист, бездеятельность, богатый, деловой, деятель, крутой, молодец, начинающий, отсталый, честный» [10, с. 15].

Итак, в сознании русских людей единица 'бизнес' вызывает ассоциации с западными реалиями (Америка, капиталист), с определенной деятельностью (дело, продажа, сделка) или бездеятельностью, с воровством (кидать, красть) и непорядочностью. При этом словосочетание 'честный бизнесмен' предполагает, что в самой лексеме 'бизнесмен' содержится указание на нечестность человека. Определенное понимание 'бизнеса' как деятельности «нечистоплотной» проявляется в употреблении данной лексемы. Например, в предложении *Она перестает понимать, где заканчиваются благие намерения и начинается бизнес, неразборчивый в средствах. В свежей немецкой газете есть такая оценка: на 95 процентов «честный русский бизнес» построен на продаже сырья, на 5 процентов — все же на криминале*, слово 'бизнес' предстает как нечто беспринципное, нечистое. С другой стороны, бизнес ассоциируется у русских людей с чем-то положительным, престижным, лучшего качества. Так, единица 'бизнес-класс' обозначает «места высшего разряда в самолете, поезде, предназначенные для бизнесменов» [6, с. 109]. Английская же лексема 'business class' указывает на места, которые по уровню комфортности и величине цены находятся между экономическим и первым классами. Подобное противоречивое отношение к слову 'бизнес' можно ко всему прочему объяснить недостаточным развитием данной экономической сферы в России (у нас бизнес молодой). В процессе развития бизнеса в нашей стране, видимо, данное понятие будет приобретать все более четкие границы.

Перейдем к анализу лексемы 'бидзинэсу' в рамках японского языка и восточной культуры. Англицизм обладает в системе-реципиенте следующими значениями.

«Бидзинэсу – работа, профессия, деятельность, торговля, коммерция [сигото, сёкугё:, дзигё:, сё:бай]; 2) работа, которую нельзя смешивать с личными чувствами, и которая нацелена на получение прибыли [кодзинтэкина кандзё:о мадзиэзуни риэкино цуйкю:номио мокутэжитоситэ сусумэру сигото]» [11].

«Бидзинэсу – 1) работа, деятельность [сигото, сёкугё:]; 2) дело, конторская (канцелярская, административная) работа, предпринимательство [гё:му, дзиму, э:гё:]; 3) работа, деятельность, нацеленная на получение прибыли (наживы)» [12, с. 478].

В словаре синонимов ‘бидзинэсу’ рассматривается как единица, соотносимая с лексемами ‘сёку’, ‘сёкугё:’, ‘сигото’, ‘э:гё:’, ‘наривай’ и объясняется как слово, которое, наряду со значением «работа, профессия или предприятие [сигото, сёкугё:, дзигё:]», обладает семантикой «предпринимательство, торговля (коммерция), коммерческая сделка [э:гё:, сё:бай, сё:торихики]» [13, с. 442].

Итак, в ядре японского заимствования находятся компоненты «дело, работа» (не отдых), например, *Кё: ва бидзинэсудэ о:сакаэ кимасита [Я приехал в Осаку по делу (по работе)]*. Данная единица также указывает на сделку, например, *Бидзинэсу га сэ:рицусита [Сделка осуществилась]*. Кроме того, данное слово обозначает коммерческую, экономическую деятельность в целом: например, *бидзинэсукайниойтева.... [в мире бизнеса]*.

Часть семантической характеристики «работа, которую нельзя смешивать с личными чувствами, и которая нацелена на получение прибыли», содержит указание на отсутствие человеческих эмоций при ведении бизнеса, вошло в значение единицы ‘бидзинэсурайку’ (от англ. businesslike), которое, в отличие от своего прототипа, определяется как «деловой, холодный, сухой [дзимутэкидэ цумэтай, дорай]» [14, с. 52]. Таким образом, в японском языке данная единица получила несколько негативную окраску.

Человек, который имеет отношение к японскому понятию ‘бидзинэсу’, получил название ‘бидзинэсуман’. Здесь нужно отметить несоответствие японской единицы английскому прототипу. Так, в английском языке лексема ‘businessman’ обладает семантикой «1) человек, работающий в бизнесе, особенно директор (начальник, менеджер) [a man who works in business, especially a manager]; 2) человек, искусно управляющий финансовыми делами [a man who is good at dealing with financial matters]» [3, p. 184] (перевод наш. – А.Ш.). Японская единица ‘бидзинэсуман’ обычно соотносится со словом ‘кайсяин’ и указывает на работника торговой фирмы [13, с. 453]. Так, предложение *Ватаси ва бидзинэсуман десу*, скорее всего, будет переведено как *Я работаю в торговой компании (Я служащий торговой компании)*. Значение, соответствующее английской единице, передается с помощью слова ‘дзицугё:ка’ [15, с. 1211].

Как уже упоминалось, японский язык активно использует заимствованные единицы для образования так называемых «псевдоанглицизмов», «псевдозаимствований». Лексема ‘бидзинэсу’ не является исключением и участвует в образовании, к примеру, следующих сложных слов: ‘бидзинэсухотэру’, ‘бидзинэсуэри:то’, ‘бидзинэсутянсу’ и так далее. Рассмотрим подробнее каждое из них.

Значение единицы ‘бидзинэсутянсу’ (от английского business+chance) может быть выведено из семантики его компонентов и звучит следующим образом: «удобный момент для осуществления сделки, для организации бизнеса, для торговой операции и так далее, возможность создания предприятия [дзи-

гё:яторихикино кикай, сё:ки, кигё:но кано:сэ:] [11]. Единица ‘бидзинэсуэри:то’ (англ. business+elite) служит для обозначения способных, особо отличившихся конторских (канцелярских, административных) работников на престижном предприятии. Единица ‘бидзинэсумана:’ имеет значение «правила приличия и поведения служащих [кайсяинтоситэно рэ:гисахо:]». Лексема ‘бидзинэсухотэру’ указывает на недорогую гостиницу, предназначенную для останова в ней работников предприятий, приехавших куда-либо по командировке, и находящуюся в легкодоступном месте [11]. По словам Масасигэ Ямада, лексема ‘бидзинэсу’ в сочетании с другими словами имеет значение «относительно недорогой» [14, с. 52].

При рассмотрении развития семантической и смысловой структуры англицизма в японской системе необходимо учитывать стабильность и четкую организацию японской экономики, в которой довольно сложно начать новое дело, организовать конкурентоспособное предприятие. Данная ниша уже достаточно развита и занята японскими управленцами. Более того, в сознании японцев существует видение организации, основанной на принципе иерархичности и продвижения по карьерной лестнице. Человек должен дослужиться до начальствующих постов. Поэтому выражение ‘start your own business’ не совсем типично для психологии жителей Востока. Вследствие этого, в языке-реципиенте единица утратила указание на управление каким-либо предприятием, организацию дела и стала обозначать выполнение определенной работы, осуществление сделок и так далее. Это слово указывает не на создание чего-либо нового, а, скорее, продолжение, развитие уже существующего.

Итак, англицизм ‘бизнес’, заимствованный в русскую реальность с идеей американской культуры о том, что за товары и услуги необходимо платить, получил негативную окраску под влиянием русской картины мира, для которой характерна отрицательная оценка действий человека из соображения практической выгоды. Кроме того, слово ‘бизнес’ приобрело большую агентивность по сравнению с прототипом. Вследствие того, что японский язык и культура заимствуют необходимые инородные объекты для создания собственных элементов, в данной системе были образованы следующие единицы из английской лексемы ‘business’: ‘бидзинэсухотэру’, ‘бидзинэсуэри:то’, ‘бидзинэсутянсу’. Ввиду четкой структурированности японской экономики и взгляда японцев на организацию как систему, основанную на принципе иерархичности и продвижения по карьерной лестнице, рассматриваемое заимствование стало служить для обозначения деятельности офисных работников какого-либо предприятия, а не управленцев.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что элементы чужого языкового сознания, принесенные в систему вместе с заимствованной единицей, могут изменяться в той или иной степени под влиянием структуры языка-реципиента, особенностей концептуализации действительности народом.

Библиографический список

1. Урысон Е.В. Языковая картина мира и лексические заимствования (лексема *округа* и *район*) // Вопросы языкознания. 1999. № 6. С. 79–82.
2. Ваганова Н.В. Современные заимствования из английского языка: семантико-словообразовательный аспект: на материале англицизмов конца XX – начала XXI в.

в современном русском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Нижний Новгород, 2005. 279 с.

3. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners: International Student Edition. Oxford: Bloomsbury Publishing Plc, 2002. 1692 p.

4. Webster's Desk Dictionary of the English Language. New York, New Jersey: Gramercy Books, 1983. 1078 p.

5. Эрудит. Толково-этимологический словарь / Н.Н. Андреева [и др.]. М.: Школа-Пресс, 1995. 272 с.

6. Булыко А.Н. Современный словарь иностранных слов: Более 25 тысяч слов и словосочетаний. М.: Мартин, 2004. 848 с.

7. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. М.: Рус. яз., 1998. 847 с.

8. Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М.: Языки славянской культуры, 2005. 544 с.

9. Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru>.

10. Русский ассоциативный словарь. Кн. 2. Обратный словарь: от реакции к стимулу / Ю.Н. Караулов [и др.] М.: ИРЯ РАН, 1996. 324 с.

11. Дайдзисэн: толковый словарь японского языка. URL: <http://dic.yahoo.co.jp/guide/jj>.

12. Ёсидзава Норио, Госио Исивата. Гайрайгоно гогэн [Этимология японских заимствований]. Токио: Кадокавасётэн, 1979. 733 с.

13. Руйгорэ:кайдзитэн [Словарь синонимов в японском языке]. Токио: Сё:гакукан, 2003. 1143 с.

14. Ямада Масасигэ. Амэрикадзинни сиранай этго [Английский язык, неизвестный американцам]. Токио: Марудзэнкабусикикайся, 1995. 216 с.

15. Lighthouse Japanese-English Dictionary: Fourth Edition / Yoshiro Kojima [et al.] Masuda: Kenkyusha, 2002. 1607 p.

*A.S. Shmuner**

CHANGES IN THE DEEP LAYER OF BORROWING AS A REPRESENTATION OF REALITY CONCEPTUALIZATION BY THE RECEIVING NATION

The article dwells upon the problem of changes in the conceptual layer of borrowing under the influence of reality conceptualization by the receiving nation. The analysis of Russian and Japanese borrowings, the prototype of which is the word 'business', shows, how elements of foreign linguistic consciousness, brought into a language together with a unit, adapt to the features of the conceptualization of reality by people.

Key words: lexical borrowing, conceptualization features, concept, worldview interaction, semantic assimilation.

* *Shmuner Alexandra Semenovna* (ashmuner@gmail.com), the Dept. of Linguistics and Cross-Cultural Communication, Ryazan State University S.A. Esenin by name, Ryazan, 390000, Russia.