

Казимеж Люциньски, Евгений Зубков

Свентокишская Академия им. Яна Кохановского

Институт Славянской филологии

ul. Leśna 16, 25-369 Kielce, Polska

Тел.: (48-41) 344 48 56

E-mail: ifs@pu.kielce.pl

«ИГРЫ ВООБРАЖЕНИЯ» – ЦЕЛЬ ИЛИ СРЕДСТВО?

Данная статья рассматривает речевую деятельность как «игру воображения». В ней оговариваются различные аспекты вербальной коммуникации в контексте потребностей и целей.

Основная цель статьи заключается в том, чтобы попытаться дать ответ на вопрос – является ли то, что мы говорим, целью или только средством достижения определенных целей. Поэтому был дан анализ лексических единиц, взятых из различных социолектов или профессиональных жаргонов, для проверки тезиса, является ли речевая деятельность непременно реализующей интенцию воздействия на адресата или служащей прежде всего выражению эмоций. Особое внимание было обращено на социолекты для сравнения функции речевой деятельности, осуществляемой в различных стилистических регистрах.

Одним из важных вопросов, обсуждаемых в статье, является проблема заимствований из английского в русском языке. Нами были описаны бизнес-термины и единицы социолектов, заимствованные из английского языка, а также произведено сравнение с соответствующими заимствованиями в немецком языке.

Результат проведенного исследования позволил дать ответ на поставленный в начале работы вопрос.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: речевая деятельность, цель, средство.

Чтобы прояснить тему исследования, необходимо дефинировать выражение «*игры воображения*». Слово – единица лексического уровня языковой структуры. Выбор того или иного слова зависит от того, как располагаются слова в языковом сознании носителей языка, а также от того, по какому принципу они связаны друг с другом. Проиллюстрировать это может эксперимент, использующий *метод свободных ассоциаций*, с помощью которого еще З. Фрейд показал, что «течение приходящих в голову ассоциаций строго детерминировано и что этот поток ассоциативно всплывающих слов может определяться либо познавательными, ситуационными или понятийными, либо аффек-

тивными процессами»¹. Метод состоит в том, что испытуемому предлагается слово-стимул, на которое он должен отреагировать первым пришедшим на ум словом или словосочетанием. Слово – реакция будет той самой лексемой, которая связана со словом – стимулом. Авторы одного из экспериментов приводят следующие данные: если информанты запишут на бумаге первые пришедшие в голову слова в ответ на стимулы *русский поэт, часть лица, фрукт*, то это будут *Пушкин, нос и яблоко*. Следует также упомянуть, что у представителей разных культур ассоциации на одно и то же слово-стимул могут быть неодинаковы. Это естественно: за словами стоят понятия, за

¹ ЛУРИЯ, А. Р. *Язык и сознание*. Москва, 1979, с. 93.

понятиями – жизненный опыт людей. Так, например, у русских на слово-стимул *хлеб* может возникнуть ассоциация *соль*, у французов – *вино*, у англичан и американцев – *масло*, а у узбеков – *чай*². Общность ассоциаций внутри «коллективного сознания» нации или этноса дает возможность создания словарей ассоциативных норм различных языков. Ассоциации могут различаться по характеру связи со словом-стимулом. Наиболее частотными, как известно, выступают связи двух типов: *синтагматические* и *парадигматические* (хотя в данной работе мы не будем на этом подробно останавливаться). *Ассоциативные связи* между словами могут мотивироваться не только особенностями культуры, к которой принадлежит носитель языка, но и отражать социальное бытие человека: его профессию, место жительства, возраст, социальное происхождение и т. д. *Ассоциации* в сознании людей образуют *ассоциативные (семантические) поля*, в которых слова, близкие по значению, объединяются в группы³. В этой связи необходимо вспомнить серию блестящих опытов, которую провел вместе со своей ученицей О. С. Виноградовой А. Р. Лурия. Эксперименты были основаны на некоторых особенностях физиологических реакций человека на болевой раздражитель (в виде удара током).

Эксперимент начинался с того, что испытуемому многократно одновременно с произнесением слова-стимула наносился легкий удар током. Эта процедура повторялась до тех пор, пока у человека не выработывался условный рефлекс (как у собаки Павлова) – защитная сосудистая реакция на определенное слово (использовались два слова *кошка* и *скрипка*). Достаточно было произнести слово-стимул, как (уже без болевого раздражения) сосуды рук и головы подопытного сужались. Этот эксперимент позволил сделать следующие выводы: можно констатировать существование в язы-

ковом сознании семантических полей, установленных объективными методами, у выявленного семантического поля можно выявить центр и периферию, где связи между словами ослабляются. Значения слов, входящих в различные семантические поля, конкретизируются в речевом контексте. Слова в нашем сознании связаны не только по смыслу, но и по форме. Причем связь по форме (по звучанию) значительно слабее смысловой связи⁴.

Стремление проявить смысловые связи слова отражается, в частности, в обращении к производной семантике слова тогда, когда говорящие сталкиваются с новым, ранее не известным словом. Часто понимание смысла лексемы может вытекать из мотивирующей семантики, из внутренней формы. Сталкиваясь, например, с заимствованием, носитель языка может переделать на свой лад, «прояснить» производную семантику лексемы, сделать ее внутренней форму «прозрачной». Такое явление, как известно, носит название «народной этимологии». Обычно оно наблюдается в речи детей или малообразованных пожилых людей. Вместо *вентилятор* в таких случаях говорят *вертилятор*, вместо *бульвар* – *гульвар*, вместо *кроссовки* – *крассавки*. Но, анализируя разговорную речь, мы наблюдали «народную этимологию» и в речи людей молодых. Даже воровскому жаргону не чуждо явление создавать эвфемизмы с прозрачной внутренней формой, обнаруживающей смысловые связи между отдельными словами: *кармен* – ‘цыганка, промышляющая карманными кражами’.

Так, М. В. Грачев отмечает этимологическую связь криминонима *муравей* (‘вор-карманник’) с польским жаргонизмом начала XX века *marwicher* (‘высококвалифицированный вор-карманник’), который параллельно существовал и в русском воровском аргоне – *марвихер*. Затем в 1920-х годах этот жаргонизм был преобразован

² ГОРЕЛОВ Н. И.; СЕДОВ К. Ф. *Основы психолингвистики*. Москва, 2001, с. 22–23.

³ ГОРЕЛОВ, СЕДОВ, сноска 2.

⁴ ГОРЕЛОВ; СЕДОВ, сноска 2, с. 25.

в *муравьихорь*, и, наконец, по созвучию и не без влияния соответствующего образа нормативного слова *муравей*, приобрел конечную русифицированную форму *муравей*⁵. Добавим также, что приобретенный ассоциативный образ («мелкое проворное насекомое») повлиял на современную семантику этого криминонима – новые словари фиксируют и другое значение слова *муравей*: ‘карманный вор-подросток’⁶.

Иногда метафорическая имитация (игра воображения) может приобретать в названиях воровских специальностей и более сложный характер. Так, в распространенной метафоре *художник* (*мошенник*), с одной стороны, отражается примитивное представление о профессиональной деятельности художника – живописца (ловкость рук «и никакого мошенничества»), а с другой – романтизируются, возвышаются до якобы творческих порочные занятия мошенника.

Конечно же, метафора – самое популярное и эффективное средство реализации эстетического приема остранения. Метафора может быть также рассмотрена как заимствование, своеобразный семантический экзотизм среди привычных и нейтральных номинаций. Однако это заимствование не слова или значения, а образа, и не из чужих лексических систем, близких (территориальные диалекты или социолекты) или далеких (другие языки), а из собственной общеупотребительной и общедоступной лексико-семантической системы. Это метафорическое переосмысление может, конечно же, превосходить заимствование, которое направлено на именование объекта: оценочность, которую несет заимствованный экзотизм, обычно исходит от формы знака, от осязаемого говорящим и слушающим фактора его принадлежности к чужим экзотическим систе-

мам с закрытой для массового носителя русского языка внутренней формой.

Однако иногда эти процессы, т. е. метафоризация и заимствование, могут происходить параллельно. Метафоризация, конечно же, связана «...с отстраняющим переосмыслением общеупотребительного нейтрального слова и предполагает обязательный учет его внутренней формы, исходной нормативной семантики, которая создает выразительный образ и предполагает неизбежную оценку предмета или действия»⁷. А. Баранников приводит такой пример: в русском арго есть слово *шкар* (‘брючный карман’) и *шкер*, *шкеры* (‘брюки’), восходящие к цыганскому *шукар* (‘красивый, прекрасный, красавец’). Сближение значений ‘брючный карман’ и ‘прекрасный’ возможно потому, что из брючного кармана легко красть, в отличие от внутреннего нагрудного. Фонетический облик цыганизмов в арго варьируется очень широко. Цыганские корни очень легко поддаются под русские словообразовательные процессы и фонетические влияния, например: *штар* – *четыре*, *четыре рубля* – *штарка*, *штарец*; *панч* – *пять*, *пять рублей* – *панж*, *пеньж*, *пеньжа*, *пеньжак* и т. п. (способы словообразования и метафоризации у цыган в высшей степени прагматичны, т. е. минимальное количество корней дает максимальное количество значений⁸).

Чем же вызвано подобное варьирование? Принимая во внимание все сказанное выше, мы можем высказать предположение, что наша речь – это что-то вроде ключа к закрытой двери, к передаче образов, которые возникают в нашем сознании. Подбор слов – это подбор ключей на основе метода свободных ассоциаций, если мы будем исходить из утверждения Дж. Лакоффа о том, что «...при общении функция выражения

⁵ ГРАЧЕВ, М. А. «По фене ботаю – тюрьму схлопотаю». In *Русская речь*, 1993, № 4, с. 68.

⁶ СТЛБЖ: *Словарь тюремно-блатного жаргона (Речевой и графический портрет советской тюрьмы)*. Авт.-сост. Д. С. БАЛДАЕВ; В. К. БЕЛКО; И. М. ИСУПОВ, Москва, 1992, с. 145.

⁷ ХИМИК, В. В. *Поэтика низкого, или просторечие как культурный феномен*. Санкт-Петербург, 2000, с. 87–88.

⁸ БАРАННИКОВ, А. П. Цыганские элементы в русском воровском арго. In *Язык и литература*. Ленинград, 1931, т. 7, с. 157–158.

экспрессии является доминирующей»⁹. К тому же выводу мы придем, читая, например, Р. Барта: «Образ содержит в себе несколько перцептивных уровней, ... читатель (или говорящий) обладает свободой выбора того уровня, на котором он, даже несознательно, остановит свое внимание... В социальных языках ...первичное или буквальное сообщение служит опорой вторичному смыслу, аффективному или идеологическому...»¹⁰. Итак, наши игры воображения на уровне повседневного общения, т. е. передача представляемого нами образа собеседнику, этот подбор ключа к двери чужого сознания – являются ли они целью, либо лишь средством, ведущим к осуществлению коммуникации? Передача образа как самоцель предусматривала бы подбор слов однозначных, т. е. аналогичных терминам. На наш взгляд, реализация игры воображения в речи, безусловно, будет средством общения, так как общение заложено в самой природе человека (познавательная и эмфатическая функции). Теперь мы должны ответить на вопрос, что же тогда является целью общения, в рамках которого разыгрываются «игры воображения»? Принимая за методологическую основу взгляды Л. Ельмслера (или Р. Барта, или повсеместно распространенный взгляд вообще) о метаязыках как об «...операциях, роль которых – придание реальной системе комплекса оригинальных дескриптивных означающих»¹¹, мы можем приписать чисто целевую установку передачи информации. С деятельности, разворачивающейся в рамках делового общения на основе использования терминологических единиц языка, обратимся к примерам: в русском деловом языке существует лексема *скэлпер* (англ. *scalper*, нем. *kleiner Börsenspekulant*) со значением ‘мелкий маклер,

действующий от своего имени или по поручению и оперирующий небольшими партиями реального товара на бирже’. Понятие «скэлпер» предполагает смысловой блок получения прибыли: прибыль *скэлпера* получается за счет изменения цены на товар, как правило, в течение биржевого дня. В немецком языке существует эквивалент *скэлпера* – *маленький биржевой спекулянт*¹². В русском языке это заимствование из английского могло прижиться в период становления бирж, которые по западным меркам были «мелковаты», что могло также относиться к маклерам и брокерам, оперирующим на них. К этому следует добавить влияние языковой моды и неполное понимание экспрессивной окраски термина и лексического значения слова *scalper* в языке-доноре.

Таких примеров может быть множество: *бык*, *медведь*, *черный рынок*, *черный нал* и т. п. Свойственна ли этим словам многозначность при терминологическом употреблении? По данным словарей, многозначности здесь не наблюдается. Однако будут ли они восприниматься одинаково участниками речевого акта даже при терминологическом употреблении в рамках делового общения? Ведь они не соответствуют как терминам четвертому и пятому основным пунктам (см. статью «Термин»), указанным в энциклопедическом словаре «Языкознание»¹³, т. е. отсутствию экспрессии и стилистической нейтральности.

Итак, мы приходим к выводу, что и при терминологическом употреблении важна не только цель общения, но и избираемые средства. И при терминологическом употреблении слова мы осуществляем поиск ключа к чужому сознанию для передачи наших внутренних образов. Даже при заимствовании языковых

⁹ LAKOFF, R. L. Psychoanalytic Discourse and Ordinary Conversation. In *Variation in the Form and Use of Language*. Ed. R. F. FASOLD. Washington, 1983.

¹⁰ БАРТ, Р. *Система Моды. Статьи по семиотике культуры*. Москва, 2003, с. 47.

¹¹ БАРТ, сноски 10, с. 47.

¹² ЛЮЦИНЬСКИ, К. Бизнес-заимствования в русском языковом пространстве. In *Русское слово в мировой культуре. Материалы 10-го конгресса МАПРЯЛ*, Санкт-Петербург, 30 июня – 5 июля 2003 г.

¹³ *Большой энциклопедический словарь. Языкознание*. Гл. ред. В. Н. ЯРЦЕВА. Москва, 2002, с. 508.

единиц для терминологического употребления процесс заимствования детерминирован целевой установкой не всегда¹⁴. И вот почему:

Мы сталкиваемся с влиянием языковой моды при заимствовании иноязычных лексем, причем нет явной необходимости в заполнении пустых мест в системе заимствующего языка. Проиллюстрировать это может следующий пример: *инвойс* (от англ. *invoice*) – *счет-фактура* (англ. (*commercial*) *invoice*, нем. *die Rechnung, die Faktura*) – в международной торговле является товарным документом, выписываемым продавцом на имя покупателя за отгруженный товар с указанием всех необходимых данных на пути следования товара, который направляется совместно с другими отгрузочными документами в соответствующий банк, и только после уплаты *инвойса* покупателю вручается оригинал *коносаменента* – основного отгрузочного документа.

Заимствование этого термина из английского языка можно приписать только влиянию языковой моды, так как в русском языке уже существовало заимствование слова латинского происхождения в значениях: 'фактура' (лат. *factura* – 'обработка, строение') – 1) своеобразие, особенности художественной техники в произведениях изобразительного искусства; 2) особенности отделки или строения поверхности какого-либо материала; 3) счет, выписываемый продавцом на имя покупателя и удостоверяющий фактическую поставку товара или услуг и их стоимость. Заимствование русским языком 1-го и 2-го значений этого слова можно приписать влиянию итальянского искусства. Но расширение семантической структуры слова – появление 3-го значения – мы вполне можем приписать влиянию немецкого языка. Аргументом в пользу подобного предположения может служить то, что в немецком отсутствуют дополнительные признаки уточнения термина – *commercial* в английском языке

и *счет* – в русском. На определенном временном отрезке истории один из языков приобретает большую авторитетность в силу различных экстралингвистических причин: заимствования из него выражают дух времени и, как сказано выше, определяются не целевой установкой – иметь необходимое средство именования, – а желанием носителей определенной культуры подчеркнуть признание или значимость другой культуры и ее языка. Заимствование в таком случае становится средством выражения отношений между культурами.

Подобное расширение семантического поля под влиянием немецкого языка наблюдается также в термине *комиссионное поручение*.

Комиссионное поручение (англ. *comission*; нем. *der Kommissionsauftrag*) – документ, в котором продавец указывает размер комиссионного вознаграждения, процент от суммы счета или какой-либо другой способ расчета комиссионного вознаграждения, на получение которого имеет право агент по продаже. *Комиссия* – (лат. *comissio* 'поручение' → *committo* 'поручаю') – 1) временно созданная группа лиц, наделенная полномочиями для выполнения какого-либо задания; 2) специализированный орган в государственном аппарате; 3) договор, согласно которому одно лицо уполномочивает другое совершить какую-либо сделку, также вознаграждение, уплачиваемое за работу по такому договору.

В термине *комиссионное поручение* возможна специализация значения 'комиссии' (в 3-ем значении) благодаря кальке с немецкого *Kommissionsauftrag* – *комиссионное поручение* (дословный перевод), что подтверждает наше предположение о влиянии немецкого языка при расширении семантического поля лексики *фактура*¹⁵.

Мы, конечно же, не разделяем взгляда на речевую деятельность как на явление чисто синхроническое¹⁶. Например, у Л. Толстого в

¹⁴ ЛЮЦИНЬСКИ, сноска 12, с. 485–491.

¹⁵ ЛЮЦИНЬСКИ, сноска 12, с. 485–491.

¹⁶ БАРТ, сноска 10, с. 36–103.

«Юности» встречаем студенческий арготизм XIX века *спустить*: «... Остальные экзамены я спустил без всякого старания и волнения»¹⁷. То же слово в ином значении употреблялось букинистами конца XIX века. У А. А. Астапова в «Воспоминаниях старого букиниста» читаем: «В настоящее время есть немало переплетчиков, нисколько не задумывающихся спустить книгу своему клиенту во всяком виде»¹⁸. В тех же значениях и в ряде иных, смежных с ними, это слово употребляется и в наши дни.

Или, например, в старой Москве, описанной Гиляровским, существовала специальная «профессия» нелегального ночного продавца спиртных напитков, которого, а также его место торговли, называли *шланбой*. То же слово стали употреблять в Москве в 80-е годы в разгар антиалкогольной кампании. Многие слова на протяжении столетий живут как устойчивые метафоры. Мотив сохранения от непостоянных тайны может разбавляться чисто прагматическими соображениями типа борьбы с конкурентами (в профессиональных жаргонах) или защиты от властей. Следует заметить, что аристократическая тенденция всегда была очень сильна у воров. В средневековье воровская аристократия не только нормировала арг, но также обучала этому арг своих преемников через школяров, причем такая система была отлично налажена. (Вспомним хотя бы существовавший еще в начале двадцатого века термин *козлятник*, т. е. 'старый, опытный и уважаемый вор, обучающий молодое поколение'. Конечно же, в наше время за такое воры могут взять на шило, т. е. убить.) Любому аргу свойственно противопоставление «блатных» и «(на)блатыканых» (у воров), «системных» и «мажоров» (у некоторых современных социумов), «рома» и «гаджо»(у цыган) и т. д.

Один из собирателей московского языка и быта начала XX века, Е. П. Иванов, приводит

целый ряд образцов речи представителей различных профессий. Вот некоторые образцы из речи парикмахеров:

На ладони кудри растить – делать плешивому втирания репейного масла или березового настоя дляращения волос;

Барина прикончить – выдавить прыщ или чирей с обязательным прижиганием накаленной на огне шляпкой гвоздя;

Обрить в щетку – умышленно причинить клиенту неприятность, заключающуюся в том, чтобы во время бритья держать бритву как можно прямее. От такого приема через несколько часов воспалялись луковицы срезанных волос, появлялись красные пятна¹⁹ и т. п.

А вот некоторые образцы из речи торговцев (различные формы обмера и обвеса)²⁰, причем большинство сохранилось до нашего времени:

с походом – с незаметной манипуляцией на чаше весов;

на бумажку (на пакет) – с упаковкой в двойную бумагу с целью увеличения веса;

на бросок – с быстрым бросанием на весы;

на пушку – с отвлечением внимания покупателя;

втемную – так, чтобы покупатель плохо видел показания весов;

на путешествие – с отправлением покупателя в кассу во время взвешивания;

на нахальство – манипуляция с гирями;

с подначкой – при взвешивании на ручных весах с помощью ловких движений пальцами;

на время – с быстрым снятием товара с весов;

пиротехника (радуга) – подмена одного товара другим;

ассортимент – довешивание хорошего товара плохим;

семь радостей – с использованием всех приемов одновременно.

Или, например, современные «спутнику» и «поддув»:

¹⁷ ТОЛСТОЙ, Л. Н. *Собрание сочинений в 12-ти т.* Москва, 1958, т. 1, с. 217.

¹⁸ *Московская старина: Воспоминания москвичей прошлого столетия.* Москва, 1989, с. 253.

¹⁹ ИВАНОВ, Е. П. *Меткое московское слово: Быт и речь старой Москвы.* Москва, 1989, с. 190–193.

²⁰ ИВАНОВ, сноска 19, с. 167–169.

спутник – кусок чего-либо, чаще мяса, который постоянно подбрасывается на весы во время взвешивания товара, а потом незаметно снимается;

поддув – манипуляция с электронными весами с помощью дутья в определенное место, отчего показания весов варьируются и т. п.

Как видим, в каждом из этих жаргонизмов, если знать их значение, можно усмотреть определенный внутренний образ.

Ушли в прошлое многие профессии, имевшие свои развитые аргы, например, шорники, шаповалы, цирюльники, извозчики. Однако на смену ушедшим профессиям приходят аналогичные. Например, «...офеней заменили фарцовщики, шорников и кузнецов-подковщиков

лошадей – автомеханики, половых – официанты и бармены, извозчиков – шоферы. Но зададим себе вопрос – чем с онтологической точки зрения может отличаться угонщик автомобилей от конокрада?...»²¹

Итак, мы приходим к выводу, что наши «игры воображения», т. е. *речевая деятельность*, является скорее средством, нежели целью. Однако мы не можем с полной уверенностью заявить, что даже на уровне повседневного общения цель отсутствует. Нам кажется, что наиболее приемлемым для характеристики речевой деятельности был бы термин «средство с целью», причем не чисто синхроничное, а скорее *диахронически синхроничное*.

Kazimierz Liuciński, Jevgenij Zubkov
Holy Cross Academy n. a. Jan Kochanovski

“PLAY OF IMAGINATION” –
AIM OR MEANS?

Summary

This article concentrates on speech as play of imagination. It discusses various aspects of verbal communication in the context of needs and aims.

The main objective of this article is to answer the question whether everything what we say is an aim or just means. Therefore, it provides the analysis of lexical units selected from various social and professional environments in order to check whether the produced discourse is always inten-

tional or emotional. A special attention was paid to the analysis of the subculture languages in order to compare the function of speech in different social groups.

Another important issue discussed in this article is the question of English borrowings in Russian. Both business English terms and colloquial phrases were described and compared with the corresponding ones in German.

The results of the conducted investigation allow us to provide an answer to the initial question that speech cannot be perceived as either the aim or the means. It is a perfect combination just to become means with the aim.

KEY WORDS: speech, aim, means.

Gauta 2004 01 05
Priimta publikuoti 2004 02 11

²¹ ЕЛИСТРАТОВ, В. С. *Словарь русского аргю*. Москва, 2000, с. 591–595.