

**АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ВКРАПЛЕНИЯ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ
ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ КОРПУСНЫХ ДАННЫХ)**

Рычкова Людмила Васильевна

кандидат филологических наук, доцент

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы

Гродно, Республика Беларусь

**ENGLISH INCLUSIONS IN THE RUSSIAN LANGUAGE
TEXTS (BASED ON THE CORPUS DATA)**

Rychkova Liudmila

PhD in Philology, Associate Professor

Yanka Kupala State University of Grodno

Grodno, Republic of Belarus

Аннотация: С использованием возможностей основного модуля Национального корпуса русского языка показана частотность и специфика употребления англоязычных вкраплений в русских текстах на примере произвольно выбранных англоязычных лексем *boy*, *express* и *power*.

Abstract: Using the capabilities of the main module of the Russian National Corpus, frequency and specificity of English-language inclusions usage in Russian texts are shown on the example of randomly selected English lexemes *boy*, *express*, and *power*.

Ключевые слова: взаимодействие языков в речи; лингвистический корпус; Национальный корпус русского языка; корпусные технологии; англоязычные вкрапления.

Keywords: interaction of languages; linguistic corpus; Russian National Corpus; corpus technologies; English-language inclusions.

Лингвистический корпус традиционно рассматривается как электронное собрание текстов, размеченное таким образом, чтобы в нем можно было быстро найти лингвистические объекты, отвечающие набору определенных характеристик. Соответственно, корпус текстов – это «унифицированный, структурированный и размеченный массив языковых данных в электронном виде, предназначенный для определенных филологических и, более широко, гуманитарных изысканий» [1, с. 52]. В определенном смысле, каждый корпус представляет собой уменьшенную модель языка или подязыка [2, с. 5]. Поскольку лингвистический корпус, как «сложное словесное единство» [3, с. 21], включает в себя разнообразную информацию не только о составе и структуре своего речевого материала, но и специально разработанную систему средств разметки различных типов языковых объектов, то его также можно рассматривать как специальным образом построенную семиотическую систему.

Спецификой лингвистического корпуса является тот факт, что, будучи специально созданным на основе аутентичного языкового материала полнотекстовым электронным языковым ресурсом, он, отражая реальный узус речи, может без ограничений использоваться для целей разнообразных лингвистических исследований, включая изучение динамики речевых практик. Например, в Национальном корпусе русского языка [4] тексты датированы, следовательно, нетрудно проследить за хронологией языковых изменений, отследить, например, архаичные модели словообразования и использовать полученные данные в преподавании языка.

Интенсификация межкультурного взаимодействия и открытость информационного пространства способствовали распространению нетрадиционных коммуникативных практик, обусловивших появление в современной социолингвистике новых понятий, номинированных такими терминами, как «полилингвизм» [5], «гибкий билингвизм» [6], «транслингвальные» [7] или «трансидиоматические практики» [8]. Такого рода практики в русскоязычной не только устной, но и письменной речи проявляются в использовании многочисленных иноязычных вкраплений (о различных трактовках иноязычных вкраплений см., например [9, с. 7]).

Рассматривая особенности интерпретации англоязычных вкраплений в русскоязычных рекламных текстах, Р. З. Назарова и З. Ю. Пальгова приходят к выводу о том, что «англоязычные вкрапления являются культурообусловленными элементами, которые имеют различные толкования в англоязычной и русскоязычной лингвокультурах» [10, с. 108]. Тем не менее, неопределенность выборки языкового материала, на котором строилось их исследование, не позволяет судить о степени объективности подобной точки зрения. Мы решили использовать возможности основного модуля Национального корпуса русского языка, как наиболее репрезентативного электронного ресурса, отражающего генеральную совокупность языкового материала, чтобы на примере произвольно выбранных лексем английского языка проследить частотность и специфику их употребления в узусе русской письменной речи.

Для проведения исследования были выбраны существительные, принадлежащие к различным семантическим разрядам, а именно: *boy* ‘мальчик’, *express* ‘экспресс’ и *power* ‘власть’. Неожиданно для нас все три лексемы оказались представленными в основном модуле Национального корпуса русского языка далеко не единичными вхождениями. Так, поиск лексемы *boy* позволил получить 46 контекстов (67 вхождений), лексемы *express* – 147 контекстов (277 вхождений) и лексемы *power* – 121 контекст (165 вхождений). Результаты поиска позволили предположить, что статистически незначимые расхождения частоты встречаемости каждой из лексем обусловлены их различным потенциалом с точки зрения грамматической омонимии, проявляющейся в способности выполнять функцию имени прилагательного.

Основной модуль Национального корпуса русского языка снабжен различного рода опциями, облегчающими анализ результатов выданных. Среди них наиболее интересными представляются опции «Распределение по годам» и «Статистика». Первая опция наглядно, при помощи системы координат, позволяет увидеть изменения в частоте употребления леммы за достаточно продолжительный временной период: с 1800 по 2014 год. Вторая – позволяет увидеть распределение целевой лексемы с учетом доступных метаатрибутов: авторства, пола автора, сферы коммуникации, жанра, типа и тематики текста (отметим, что атрибуты авторства, жанра и тематики не всегда имеют определенные значения).

Обращение к первой опции (значения по данной опции здесь и далее приведены с учетом сглаживания, равного трем) относительно леммы *boy* позволило выявить, что первое употребление этой лексемы относится к 1821 году, абсолютный пик относительной частоты употребления (почти единица на миллион словоупотреблений) приходится на 1870 год, а следующий – на 1954 год, непрерывное же употреб-

ление данной лексемы с незначительными колебаниями частотности и медианным ростом наблюдается с 1968 года. Абсолютное первенство в употреблении лексемы *boy* принадлежит авторам мужского пола (61,19%), это слово практически равномерно представлено в публицистике (32,84%) и в художественной литературе (40,30%); первое место среди типов текстов занимает статья (26,87%), а на втором месте находится роман (17,91%).

Чрезвычайно интересным представляется распределение по годам леммы *power*: первое употребление также относится к 1821 году, затем эта лексема продолжает употребляться вплоть до 1830 года, причем пик частотности в этот период (0,78) наблюдается на протяжении трех лет – с 1823 по 1825 годы, затем незначительный всплеск активности наблюдается в период с 1900 по 1920 годы, чуть более существенный – в период с 1937 по 1949 годы, и, наконец, начиная с 1962 года наблюдается перманентный рост частотности с абсолютным пиком со значением 2,54 в 2014 году. Здесь также абсолютное первенство с точки зрения употребления принадлежит авторам мужского пола. Основными сферами употребления являются публицистика (52,12%), учебно-научная (21,82%), художественная (7,88%), электронная коммуникация (6,67%).

Аналогично лексеме *power*, первый период употребления леммы *express* начинается в 1821 году и продолжается до 1830 года, пик употребления в этот период (0,78) приходится на 1823–1828 годы. Затем траектории употребления этих двух лексем расходятся: следующий период «активности» лексемы *express* – с 1860 по 1868; после этого наблюдается непрерывность употребления данной лексемы, начиная с 1887 года, причем абсолютный пик частотности (4,64) приходится на 1905 год, а следующий – на 2012 год. Основной сферой употребления данной лексемы является публицистика (85,92%), а типами текста – статья (24,19%) и заметка (35,02%), зачастую не отражающие авторства; тем не менее, там, где авторство указано, количество авторов мужского пола, употребляющих данную англоязычную лексему (37,18%), также значительно превышает количество авторов женского пола (5,05%).

Рассмотрение функциональных ролей англоязычных вкраплений в русскоязычных текстах показывает абсолютное первенство их употребления в качестве а) оригинальных англоязычных названий или (значительно реже) б) сконструированных на основе англоязычных элементов специфично русских названий. Приведем примеры использования оригинальных номенов (даются усеченные контексты из корпусных выдоч): У Arbyrg и Boy есть машинки...; Сыграл бы «Nature boy»; ноты для пианино «Dragon-boy»; Game Boy; About a Boy, режиссеры Крис Уайц, Пол Уайц; Чоппер Harley Davidson Fat Boy;

Power& Motoryacht, Power-Aware Computing and Communications, Tokyo Electric Power Company, Gas & Power American Express как дочернее предприятие...; Сегодня владельцами MoneyGram являются Viad Corp. и Travelers Express Company Inc.; гостиница Holiday Inn Express; оператор экспресс-доставки Pony Express; опубликована в статье для журнала Optics Express и многие другие.

К «сконструированным» номенам, насколько можно судить из корпусных выдач, можно отнести следующие (даются минимально необходимые для понимания контексты): Крупнейший в России игрок этого рынка — SPSR Express; Две попытки создания отечественных лоукостеров — авиакомпаний Sky Express и «Авианова»; Brands Russia намерена развивать и два других формата: классический ресторан полного цикла (сегодня 11 таких пиццерий есть в Санкт-Петербурге), а также Pizza Hut Express — точки на фудкортах в торговых центрах; В ближайшие два месяца в галерее будет проходить выставка лучших работ, опубликованных в журнале за последнее время, объединенных общей темой «Style, Power, Sex» и др. Отметим, что подобных номенов, содержащих лексему *boy*, в корпусных выдачах не встретилось.

Лингвокультурной спецификой отличается употребление лексемы *boy* с прописной буквы. Такие употребления эквивалентны лингвокультуремам *настоящий мужчина / Мужчина* с большой буквы, но несут дополнительный смысл, аналогичный тому, который свойственен американскому дискурсу в сочетании *my boy* при нейтрализации семы возраста на фоне актуализации не только семы пола, но и семы наличия связи с партнером: У настоящего Boy-я есть принципы, которые он ни за что и никогда не нарушит; Даже перестав любить девочку, настоящий Boy позаботится о том, чтобы ей было не так больно [Уроки плейбоев от Иракли (2004) // «Твой курс» (приложение к «Аргументам и фактам»), 2004.11.10]. Сюда же примыкают употребления производной от *boy* лексемы *boyfriend* (приведены усеченные контексты): Всегда инициаторами были мои boy-friends... [Женщина + мужчина: Психология любви (форум) (2004)]; Теперь это называется boy friend [И. М. Дьяконов. Книга воспоминаний. Глава восьмая (1933-1935) (1995)]; ... без конца звонят Галины boy-friends, а Анатолий читает лекции по-английски... [Письмо сестре (1981)].

Частотными для лексемы *boy* являются ее употребления для передачи иноязычных концептов, очевидно не освоенных русскоязычной лингвокультурой, например (даются усеченные контексты из корпусных выдач): ... такие шмотки в стиле "bad boy/girl"; ... в общем, то, что на жаргоне страны таких джемперов называется The Party Boy; ... Teddy-boy, как перевел это слово мой друг... (в последнем контексте очевиден метафорический перенос, восходящий к Teddy bear).

Характерным для лексем *express* и *power* функционалом является их использование в русскоязычных текстах, имеющих отношение к сфере информационных технологий: Вариант комплектации Enterprise Edition отличается от Standard Edition наличием ... сервера приложений IBM WebSphere Application Server-Express для iSeries [Игорь Лукьяненко. Виртуальная мощность Power5 (2004) // «Computerworld», 2004.07.02]; Все данные в STEP представляются в текстовом формате на языке EXPRESS [А. В. Сарафанов, В. О. Рутковский. Организация виртуального предприятия на базе структурных подразделений технического вуза (2004) // «Информационные технологии», 2004.05.24]; Линейка программных продуктов Express, адресуемых IBM предприятиям малого и среднего бизнеса, пополнилась сервером электронной почты Lotus Domino Messaging Express. [Lotus «на вырост» (2004) // «Computerworld», 2004.07.23]; Система Domino Collaboration Express аналогична по функциям Messaging Express, но в дополнение поддерживает возможность развертывания приложений для Domino [Lotus «на вырост» (2004) // «Computerworld», 2004.07.23]; Например, используя импортные Oracle Express Server... [Программно-инструментальные средства для разработки информационно-аналитических систем (2004) // «Геоинформатика», 2004.06.30]; ...Power bank, от которых в походных условиях можно 2-3 раза полностью зарядить мобильник или планшет. [«Чумачечая весна» на рынке электронных мобильных гаджетов // «Русский репортер», 2013]; Подобные эксперименты сейчас ведутся во многих лабораториях, уже появился Wireless Power Consortium, который разрабатывает стандарты для беспроводных зарядных устройств [Григорий Тарасевич. Размазать лампочку по стенке // «Русский репортер», № 45 (223), 17 ноября 2011, 2011]; Разработчики PowerPC (в данном случае аббревиатура PC обозначала Performance Computing) стремились создать высокопроизводительный процессор, оптимизировав архитектуру POWER, которая представляла собой довольно сложную суперскалярную реализацию принципов RISC. [Наталья Дубова. Рождение PowerPC (2004) // «Computerworld», 2004.07.09]; Apple начала продажу новых систем семейства Power Mac G5. [С водяным охлаждением (2004) // «Computerworld», 2004.07.02] и др.

Достаточно большое количество употреблений лексемы *power* принадлежит контекстам, связанным с иными областями техники, в том числе бытовыми техническими устройствами. Но наиболее интересными представляются употребления этой лексемы в сочетаниях, именующих социальные конструкты, получившие закрепление в англоязычной лингвокультуре: *cat power*, *flower power*, *girl's power*, *grassroots power*, *network power*, *soft power*, *white power* и др. (см. примеры усеченных контекстов из корпусных выдоч: Шарлин Маршалл,

больше известная как Cat Power, обладательница фантастически красивого голоса; все было в стиле Flower Power; О каком flower-power может идти речь; Girls' Power, так сказать; то, что называется grassroots power; природа которого определяется ими как «network power»; С этим процессом связано появление на международной арене понятия «Soft power»; намерение впредь не пренебрегать... инструментами soft power; Всем фэнам нравится идея white power). Подобные сочетания, без сомнения, именуемые заимствованные концепты, отличаются разной степенью освоения (о чем свидетельствуют, в том числе, различия в графическом представлении в тексте), и некоторые из них достаточно широко используются как переводные кальки, например белая сила и мягкая сила.

Таким образом, далеко не всегда англоязычные вкрапления «имеют различные толкования в англоязычной и русскоязычной лингвокультурах», требуется более тщательный, семантико- и когнитивно-обусловленный, подход к их изучению на основе репрезентативных корпусных данных с учетом сферы употребления, типа текста, соотношения экстралингвистических факторов с особенностями распределения по годам употребления отдельных лемм.

Список литературы

1. Захаров, В. П. Поисковые системы Интернета как инструмент лингвистических исследований / В. П. Захаров // Русский язык и Интернет. – Казань : Казанский государственный университет, 2003. – С. 48–59.
2. Захаров, В. П. Корпусная лингвистика : учебно-метод. пособие / В. П. Захаров. – СПб : СПбГУ, 2005. – 48 с.
3. Рыков, В. В. Корпус текстов как новый тип словесного единства / В. В. Рыков // Труды Международного семинара «Диалог-2003». – М. : Наука, 2003. – С. 15–23.
4. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ruscorpora.ru/>. – Дата доступа: 17.02.2019.
5. Jorgensen, J. Polylinguaging in Superdiversity / J. Jorgensen, M. S. Karrebaek, L. M. Madsen, J. S. Moller // Diversities. – 2011. – V. 13(2). – 23–37.
6. Blackledge, A. Multilingualism: A critical perspective / A. Blackledge, A. Creese. – London : Continuum, 2010. – 272 p.
7. Canagarajah, S. Translingual practice. Global Englishes and cosmopolitan relations. – New York : Routledge, 2013. – 224 p.
8. Jacquemet, M. Transidiomatic practices: language and power in the age of globalization / M. Jacquemet // Language & Communication. – 2005. – # 25. – P. 257–277.

9. Зорина, А. В. Англицизмы в современном русском языке (на примере интернет-лексики) / А. В. Зорина // Казанский лингвистический журнал. – 2018. – Т. 1. – № 2(1). – С. 5–14.

10. Назарова, Р. З. Особенности интерпретации англоязычных вкраплений в рекламных текстах / Р. З. Назарова, З. Ю. Пальгова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 5 (259). – Филология, искусствоведение. – Вып. 63. – С. 104–108.