

УДК 81'373.45

А. К. Казкенова

к.ф.н., доцент КазНПУ им. Абая, Алматы, Казахстан

Стратегии декодирования семантики нового / неизвестного заимствованного слова

Аннотация. В статье рассматриваются различные стратегии декодирования значения нового или неизвестного заимствованного слова, применяемые носителями русского языка. Данные стратегии представляют собой иерархически организованную систему: переход от одной стратегии к другой происходит в том случае, если первая по тем или иным причинам не обеспечивает непротиворечивое декодирование. Выводы основаны на результатах проведенного лингвистического эксперимента.

Ключевые слова: заимствования, декодирование, стратегия, система, лингвистический эксперимент.

В любом языковом коллективе существует убеждение, что каждое слово (в том числе новое, неизвестное) должно иметь значение: «...даже если нам в обычном тексте встречается совершенно незнакомое слово, мы а priori не считаем, что это слово лишено смысла...» [13, с. 60 – 61]. Не будет преувеличением утверждение о том, «презумпция значимости слова» лежит в основе вербальной коммуникации, является необходимым условием ее осуществления. Безусловно, она распространяется и на сферу новых и неизвестных слов.

Феномен новых и неизвестных слов является не только проявлением динамики развития внеязыковой действительности и отражающего ее языка, но и проявлением известной ограниченности человеческой памяти и опыта.

Представление о новом или неизвестном слове не может не быть субъективным. Для каждого носителя языка набор таких единиц будет сугубо индивидуальным. Кроме того, этот набор характеризуется высокой степенью динамичности, обладая способностью меняться как количественно, так и качественно.

Новые и неизвестные слова, выполняя собственно номинативную функцию, в тексте / дискурсе имеют, как правило, и ярко выраженные коммуникативные и прагматические особенности. Хотя их использование может заметно нарушать антиномии текста и кода, говорящего и слушающего (см. [10], [6]), тем не менее благодаря своей уникальности они при-

влекательны для говорящего / пишущего как средства создания особого коммуникативного эффекта и даже манипулятивного воздействия на адресата.

Не случаен интерес лингвистики к новым и неизвестным единицам. Однако если науки о неологизмах и их лексикографической фиксации – неология и неография – уже стали несомненной частью разветвленной системы лингвистических дисциплин, то неизвестные слова – агнонимы – стали объектом лингвистических исследований относительно недавно (см. [7]).

Не только стратегии декодирования семантики слова, но и само описание новых и неизвестных слов с необходимостью требует учета точки зрения адресата, так как именно адресат устанавливает особый статус этих слов. Соответственно, обращение к данным вопросам позволяет в результате осветить деятельность адресата, которая является «отнюдь не менее важной, целенаправленной, избирательной, активной, разносторонней, наконец – достойной научного изучения, тем более что существуют такие коммуникативные ситуации, в которых языковая компетенция актуализируется исключительно в процессах восприятия...» [4, с. 265].

В данной статье представлена попытка определения, каким образом носитель языка (в коммуникативной роли адресата сообщения) формирует в своем сознании представление о значении неизвестного ему слова. В качестве

новых и неизвестных слов нами были выбраны новые / неизвестные иноязычные заимствования, которым, как известно, присуще общее свойство – изначальная непроемкость.

Любое новое / неизвестное слово, производное или непроемкое, должно быть декодировано адресатом – операции декодирования компенсируют таким образом незнание данного слова адресатом, отсутствие слова в памяти в качестве отдельной единицы. Декодирование нового / неизвестного слова является, по всей видимости, проявлением «операционной стратегии», целью которой является «как можно более компактное и упорядоченное построение предмета, отвечающее всеобщим принципам рациональной организации» [1, с. 61 – 62].

Как новые / неизвестные слова обычно являются некоторой «коммуникативной аномалией», так и операционная стратегия в речевой практике значительно уступает по частоте своего использования «репродуктивной стратегии» [там же]¹. Тем не менее действующая в современных языках тенденция к усложнению коммуникации, повышению уровня ее интеллектуализации, продолжающийся «неологический бум», усиление метаязыковой рефлексии все чаще актуализируют использование алгоритмов декодирования семантики тех или иных слов. В связи с этим нередко можно говорить о речевой агрессии создателей текстов и состоянии «лингвистического стресса» у адресатов, вынужденных «расшифровывать» значение незнакомых слов в речи на родном языке.

Таким образом, выбор непроемких единиц обусловлен не тем, что значение производных слов не нуждается в декодировании, но тем, что, на наш взгляд, декодирование семантики нового производного и непроемкого слов осуществляется по разным направлениям. Действительно, носителем языка, при сходстве отдельных мыслительных операций, все же используются разные алгоритмы декодирования (ср. явление «ложной (народной) этимологии», характеризующееся не столько «ущербностью», сколько тем, что выбирается «не тот» способ дешифровки семантики²).

¹ С другой стороны, Жаналина Л.К. убедительно развивает теорию о том, что номинация является особой формой речевой деятельности (среди последних работ см., например, [3]), выделяемой наряду с коммуникацией.

² Как отмечает Т.А. Гридина, «в большинстве случаев, вопреки мнению о народной этимологии как не имеющей логических (рациональных) оснований, она действует в

Вопросы семантики производных слов подробно освещены в работах Г.О. Винокура, А.Н. Тихонова, Е.А. Земской, Е.С. Кубряковой, И.С. Улуханова, Е.Л. Гинзбурга, Л.К. Жанапиной, В.А. Кудрявцевой и мн. др. Анализ декодирования семантики производного слова предпринят, в частности, в работах Л.В. Сахарного.

При описании декодирования значения деривата в русском языке принципиально учитывать тот факт, что русские производные слова обладают высокой степенью идиоматичности, ср.: «1. преобладают словообразовательные модели, которые дают лишь намек на значение слова; 2. редки модели, целиком определяющие значение слова, и эти модели никогда не бывают последовательно неидиоматичны» [8, с. 69]. Следовательно, производность слова не является гарантией выводимости значения целого из значений составляющих его частей, и, сосредоточив внимание на новых / неизвестных заимствованных словах в современном русском языке, мы должны принимать тезис о фразеологичности семантики практически любого слова.

Тем не менее иноязычное происхождение слова накладывает особый отпечаток на характер декодирования его лексического значения адресатом. Как показывают наблюдения, информанты предпринимают попытки подобрать подходящие интерпретации значения того или иного незнакомого заимствования, выходя по мере возможности за пределы своего языка.

Для выявления используемых носителями преимущественно русского языка стратегий декодирования семантики новых / неизвестных заимствованных слов нами был проведен лингвистический эксперимент.

42 респондента в возрасте от 17 до 55 лет, имеющие среднее или высшее образование, как владеющие в той или иной степени несколькими языками, так и говорящие только на русском языке (табл. № 1 – 3), получили анкеты, в которых было предложено объяснить значения 10-ти слов иноязычного происхождения, представленных как вне, так и в контексте (преимущественно в газетном), а также кратко описать используемые ими способы / принципы определения значений слов (табл. № 4). Информантам были предложены слова, заимствованные из

русле закономерных номинативных и семантических тенденций функционирования слов в лексической системе языка» [2, с. 69].

английского языка (они составили основную часть новых наименований), а также из латинского, греческого, итальянского, французского, немецкого языков (эти слова предположительно могли составить группу агнонимов). Эксперимент проводился в 2011 году.

Таблицы № 1 – 3.

Участники лингвистического эксперимента

Возрастные категории

17 – 20 лет	21 – 30 лет	31 – 40 лет	41 – 50 лет	50 – 55 лет
14	10	6	8	4
33,5%	24%	14%	19%	9,5%

Образование

Среднее	Высшее
15	27
36%	64%

Владение языками

Только русский язык	Русский и казахский языки	Русский, казахский и английский языки	Русский и английский языки	Русский и другие языки
8	4	20	2	8
19%	9,5%	47,7%	4,8%	19%

Таблица №4.

Примеры заимствованных слов, предложенных для декодирования³

Заимствованное слово	Комментарии
<i>Непотизм</i>	
<i>Медиа-гейт</i>	
<i>Рециклинг</i>	
« <i>Маутинбайк</i> – не экстремальный вид спорта. Он включен в олимпийскую	

³ Информантам предлагалось ответить на вопросы: «Как Вы думаете, что обозначают данные слова? Как Вы определили их значение?».

программу» (Комсомольская правда, 2000, 29 сент.).	
«В прошедшую субботу в Афинах лидеры ряда государств, прибывшие на открытие Игр-2004, подписали Хартию об олимпийском перемирии, содержащую призыв к мировому сообществу возродить древнюю греческую традицию «экехеирию» и воздержаться от военных действий на время проведения спортивных состязаний» (Казахстанская правда, 2004, 17 авг.).	
«Организация ЕЭП превращается в своеобразный <i>мейнстрим</i> » (Казахстанская правда, 2004, 27 июля).	

О декодировании семантики предложенных информантам заимствований мы судили по комментариям, представляющим собой развернутые описания, опыты построения дефиниций; подбор синонимов, гиперонимов, структурно близких слов; попытки перевода (в данном случае установления иноязычного прототипа) того или иного заимствованного слова.

Как показывает анализ результатов эксперимента, носители русского языка не просто используют определенный набор стратегий декодирования значения нового / неизвестного слова, но используют их в определенной последовательности. Если та или иная стратегия не эффективна в конкретном случае, то выбирается следующая, и т.д.

Последовательность стратегий декодирования новых / неизвестных слов представляется следующей:

1. «узнавание» значения знакомой номинативной единицы;
2. актуализация знания иностранного языка;
3. морфемное сближение с известными заимствованными словами;
4. ассоциативное сближение;
5. морфемное сближение со всеми известными словами, вне зависимости от их происхождения;
6. звуковое сближение заимствованного слова с известными словами родного языка;

7. отказ от декодирования.

Попытаемся дать каждой из указанных стратегий краткую характеристику.

1. Значение слова, присущее ему в русском языке (принимающем языке), известно адресату сообщения.

Учитывая, что состав агнонимов для каждого носителя языка может быть индивидуальным, мы не рассматриваем это как противоречие задачам эксперимента. Однако в этом случае нельзя говорить о каком-либо специфическом декодировании семантики слова (декодирования в строгом смысле вообще нет) – происходит типичное и отчасти автоматическое «узнавание» значения знакомой единицы и его соотнесение с контекстом и ситуацией.

Например: «*конформизм – способность приспособливаться*» (возраст 38, пол жен., образование высшее, владение русским и казахским языками); «*плацебо – бесполезное средство, связанное с самовнушением*» (возраст 28, пол муж., образование высшее, владение русским и немецким языками); «*кибергеймеры – компьютерные игроки*» (возраст 51, пол жен., образование высшее, владение русским и немецким языками).

2. Актуализация знания иностранного языка: адресату сообщения знакомо не заимствование как единица русского языка, а его иноязычный прототип.

Непроизводность, непривычные звуковые комбинации, как правило, наталкивают носителя языка на предположение об иноязычном (не исконно русском) происхождении нового / незнакомого слова. По-видимому, разграничение заимствования и иноязычного прототипа (особенно тогда, когда заимствование имеет «отенок» новизны) для обычного носителя языка не релевантно. Напротив, он склонен их отождествлять друг с другом.

Отметим, что распространение билингвизма / мультилингвизма, относительная этимологическая однородность новых заимствований (подавляющее большинство составляют английские заимствования) обуславливают частотность введения в современный русский текст нового / малоизвестного слова без дополнительных контекстных «опор», однако не всегда адресат может понять такой текст.

Например: «*маунтинбайк – от англ. mountain bike – кататься на велосипеде по горам*» (возраст 19, пол жен., образование среднее, владение русским, уйгурским, казахским, англий-

ским языками); «*ритейлер – пересказчик*⁴» (возраст 23, пол жен., образование высшее, владение русским, казахским и английским языками); «*лайт-боксы – легкий ящик*⁵» (возраст 25, пол жен., образование высшее, владение русским, казахским и английским языками); «*медиа-гейт – gate – ворота*⁶?» (возраст 23, пол жен., образование высшее, владение русским, казахским и английским языками).

Как видим, информанты предпринимали попытки применить имеющиеся знания другого языка к декодированию значений слов. Однако явления полисемии и омонимии, не учтенные участниками эксперимента, значительно препятствуют этому.

3. Морфемное сближение с известными заимствованными словами.

По-видимому, невозможность такого декодирования, которое применяется в случае с новыми производными единицами, актуализирует иную стратегию: «...если невозможно выделить в слове два компонента, но сравнительно легко осознать конечный элемент как аффикс, декодирующий охотно выделяет такой конечный элемент и соотносит его с наиболее привычным для него значением такого аффикса» [11, с. 81].

В иноязычных словах имеются повторяющиеся компоненты с постоянным значением, т.е. компоненты, отождествляющиеся с морфемами родного языка. Это явление вызывает на синхроническом уровне трудности определения статуса слова (заимствованное или производное?), отражающиеся и в лексикографической практике, когда одно слово может попасть и в словарь иностранных слов, и в словообразовательный словарь в качестве производного слова.

Морфемное сближение предложенного заимствованного слова со словами, имеющими аналогичную основу или аналогичную финаль,

⁴ Информант не учел, что данное слово укрепляется в русском языке лишь в одном, переносном, значении, ср.: «Экон. Компания, продвигающая и реализующая товары различных производителей на потребительском рынке, предприятие розничной торговли; специалист по розничной торговле» [12, с. 859].

⁵ Первая часть слова восходит к англ. light – «свет» (букв. «светящаяся, освещаемая коробка»), однако информант обратился к омониму light – «легкий».

⁶ Информант не учел, что в разные годы в прессе использовались слова *Уотергейт*, *Ирангейт*, *Моникагейт* и др., в составе которых компонент *-гейт* приобрел значение «политический скандал».

позволяет в ряде случаев достичь непротиворечивого истолкования его значения.

Стратегия морфемного сближения заимствованных слов применялась в следующих случаях: «*мутагены – от слова мутант*» (возраст 42, пол жен., образование высшее, владение русским и казахским языками); «*мутагены – гены, вызывающие мутацию*⁷» (возраст 48, пол жен., образование высшее, владение русским и английским языками); «*медиа-гейт – с журналистикой связано*» (возраст 20, пол жен., образование среднее, владение русским, казахским и английским языками); «*рециклинг – новое повторение какого-нибудь цикла*» (возраст 40, пол жен., образование высшее, владение русским и французским языками).

4. Ассоциативное сближение нового / неизвестного заимствования с известными словами.

Эта стратегия декодирования семантики заимствования объединяет в себе несколько направлений. Прежде всего есть смысл разграничивать синтагматические и парадигматические ассоциации, вызываемые тем или иным заимствованным словом.

Синтагматические ассоциации взаимосвязаны с серией контекстов, в которых употребляется слово.

Причем в режиме реального общения это может быть опора на ономазиологический контекст – особый контекст, в условиях которого возможно появление нового наименования. Набор компонентов ономазиологического контекста для всех видов номинативных единиц в целом остается общим: (1). сама номинативная единица; (2). информация, закрепляемая за ней; (3) слова, выражения и другие элементы высказывания, отражающие отношение номинатора (лица, осуществляющего номинативный акт) к введению номинативной единицы, ее содержанию и т.д.; (4). единица, мотивирующая появление новой вводимой единицы; (5). Информация, закрепляемая за мотивирующей единицей. Ср.: «*От так называемых «блэкаутов» – масштабных перебоев в электроснабжении – страдают многие страны мира, особенно западные*» (Известия, 27.05.2005). Исходя из задач эксперимента, примеры с максимально эксплицированным ономазиологическим контекстом информантам не предлагались.

Коммуникативный контекст также информативен. При минимальной экспликации оно-

мазиологического контекста именно последний предоставляет адресату возможность хотя бы частичной «расшифровки» семантики незнакомого заимствования. При этом «контекстная» стратегия является достаточно эффективной. Ср.: «*экечеурия – перемирие. Значение определила из содержания текста*» (возраст 20, пол жен., образование среднее, владение русским, казахским и английским языками).

Примеры показывают, что даже в условиях изолированного представления слова информанты пытаются припомнить типичные контексты его использования в речи. Ср.: неправильное «*сенсорный – экранный*» (возраст 21, пол жен., образование среднее, владение русским и английским языками), связанное, по-видимому, со словосочетанием «*сенсорный экран*».

Среди парадигматических ассоциаций особое внимание привлекают частые случаи подбора синонимов и гиперонимов к предлагаемым заимствованиям: «*модератор – организатор*» (возраст 40, пол жен., образование высшее, владение русским и французским языками); «*модератор – председатель*» (возраст 28, пол муж., образование высшее, владение русским и немецким языками); «*модератор – лидер, руководитель*⁸» (возраст 25, пол жен., образование высшее, владение русским, казахским и английским языками); «*амимия – болезнь*» (возраст 20, пол жен., образование среднее, владение русским, казахским и английским языками); «*скейтинг – увлечение*» (возраст 42, пол жен., образование высшее, владение русским и казахским языками); «*непотизм – философское течение*⁹» (возраст 20, пол жен., образование среднее, владение русским, казахским и английским языками).

Как видим, для информантов особенно важным представляется определение того класса, к которому относится обозначаемое заимствованным словом явление. Однако замена «правильным» гиперонимом, хотя и не приводит к существенным искажениям, тем не менее «уменьшает масштаб», снижает точность, делает возможным лишь приблизительное понимание сообщения.

⁸ Ср.: «Модератор – администратор телеконференции, форума, чата и т.д., следящий за соответствием публикуемых сообщений тематике и соблюдением правил» [12, с. 603].

⁹ Ср.: «Непотизм – 1. *Ист.* Раздача Римскими Папами доходных должностей, высших званий, земель своим родственникам для укрепления собственной власти. 2. Служебное покровительство родственникам и своим людям, кумовство» [5, с. 470].

⁷ Ср.: «Мутагены – факторы, вызывающие мутацию» [5, с. 460].

5. Морфемное сближение со всеми известными словами, вне зависимости от их происхождения.

В отличие от стратегии, описанной в п.4, окказиональные пересечения создаются как с участием заимствованных слов, так и слов исконно русских.

Случаи подобного морфемного сближения обнаруживаются среди фактов языковой игры и народной этимологии. В этих случаях нередко встречается трансформация заимствованного слова, которая может представлять собой наложение двух слов, причем необязательно, чтобы эти слова были заимствованными.

Например: «*кибергеймеры – киборг-убийца*» (возраст 42, пол жен., образование высшее, владение русским и казахским языками); «*непотизм – неприятие чего-либо*» (возраст 48, пол жен., образование высшее, владение русским и английским языками); «*непотизм – непохожесть*» (возраст 20, пол жен., образование среднее, владение русским и английским языками).

6. Звуковое сближение заимствованного слова с известными словами родного языка.

Например: «*конформизм – стремление к комфорту*» (возраст 20, пол жен., образование среднее, владение русским, казахским и английским языками).

Помимо собственно звукового сближения, в таких случаях могут обнаружиться актуализация фоносемантики, попытки определения значения слова по его звучанию, оценка благозвучности / неблагозвучности слова.

7. Отказ от декодирования.

Отказ от декодирования – это, по сути, ситуация коммуникативной неудачи. Причем это не только неудача адресата, но также и неудача автора сообщения, не сумевшего предупредить подобную ситуацию в процессе продуцирования речи. Однако при этом у адресата может возникнуть «чувство собственной неполноценности при попытке осмыслить текст» [9, с. 97]. Ср. описание данной ситуации в художественном тексте: «*На следующий день Морковин отвел Татарского в довольно странное место. Оно называлось «Драфт Подиум» (после нескольких минут напряженной умственной работы Татарский оставил попытки понять, что это означает)*» (В. Пелевин).

Например, отказ от декодирования имеет место в следующих случаях: «*непотизм – не знаю*» (возраст 35, пол жен., образование высшее, владение русским языком); «*медиагейт – комментарий отсутствует*» (возраст

25, пол жен., образование высшее, владение русским языком); «*биеннале – комментарий отсутствует*» (возраст 51, пол жен., образование высшее, владение русским языком).

Безусловно, как и «узнавание» значения заимствованного слова (п. 1), отказ от декодирования не относится к числу собственно «стратегий», но тем не менее тесно связан с ними.

Как показывают приведенные примеры, декодирование семантики заимствованного слова не всегда осуществляется правильно и точно; значение одного и того же слова нередко получило целый ряд интерпретаций. Подчеркнем, что в ходе эксперимента ставилась задача выявления способов «расшифровки» значения заимствования, но не задача выявления ошибок толкования. Тем не менее широко распространенное непонимание или недопонимание содержания слова, как и отказ от декодирования, следует признать коммуникативной неудачей. Соответственно, данный эксперимент, помимо решения поставленных задач, доказывает справедливость следующего наблюдения: «Часто в нашем сознании подобные заимствования теряют связь с языком-источником и начинают жить своей собственной жизнью, причем разные русскоязычные говорящие соотносят с одними и теми же англицизмами (шире – заимствованиями. – А.К.) разные денотаты» [9, с. 98].

Таким образом, в распоряжении носителя языка находятся разные стратегии декодирования нового неизвестного заимствованного (шире – непроизводного) слова. Очевиден творческий характер процесса декодирования. В целом он осуществляется через сближение нового с известным, при этом такое сближение может осуществляться по разным линиям. Как нам представляется, стратегии декодирования находятся в строгой иерархической зависимости друг от друга: они избираются адресатом сообщения в определенном, установленном порядке. Кроме того, прослеживается зависимость выбора стратегий декодирования от таких характеристик информантов, как возраст, образование, владение языками.

Литература

1 Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. – М.: Новое литературное обозрение, 1996. – 352 с.

2 Гридина Т.А. Проблемы изучения народной этимологии: пособие к спецкурсу. – Свердловск: СГПИ 1989. – 72 с.

3 Жаналина Л.К. Интегративное словообразование: Монография. – Алматы: КазНПУ им. Абая, 2011. – 492 с.

4 Киклевич А.К. Притяжение языка. Семантика. Лингвистика текста. Коммуникативная лингвистика. – Т.1. – Олыштын: Algraf, 2007. – 411 с.

5 Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. – Изд. 4-е, стереотип. – М.: Русский язык, 2002. – 856 с.

6 Мечковская Н.Б. История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета: курс лекций по общему языкознанию. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 584 с.

7 Морковкин В.В., Морковкина А.В. Русские агнонимы (слова, которые мы не знаем). – М.: ИРЯ им. А.С. Пушкина, ИРЯ им. В.В. Виноградова, 1997. – 414 с.

8 Панов М.В. Позиционная морфология

русского языка. – М.: Наука, Школа «Языки русской культуры», 1999. – 275 с.

9 Петрова Н.Е., Рацибургская Л.В. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 160 с.

10 Русский язык и советское общество: Социо-лого-лингвистическое исследование. Лексика современного русского литературного языка / Под ред. М.В. Панова. – М.: Наука, 1968. – 187 с.

11 Сахарный Л.В. Психолингвистические аспекты теории словообразования: учебное пособие. – Л.: ЛГУ, 1985. – 97 с.

12 Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / Под ред. Г.Н. Складчиковой. – М.: Эксмо, 2008. – 1136 с.

13 Якобсон Р. Звук и значение // Избр. работы. М.: Прогресс, 1985. – С. 30 – 91.

* * *

Бұл мақалада орыс тілділер арасында қолданыстағы жаңа немесе бейтаныс кірме сөздердің мағынасын ашудың әр қилы стратегиялары қарастырылған. Қарастырылып отырған стратегиялар сатылы тұрғыда ұйымдастырылған жүйе түрінде көрініс табады. Егер белгілі бір стратегия әр қилы себептермен сөздің семантикасын толыққанды аша алмаса, екіншісіне өту үрдісі жүзеге асырылады. Қорытынды өткізілген лингвистикалық тәжірибе нәтижелерінде негізделген.

* * *

In the article are considered different strategies of decoding meaning of new or unknown borrowed word, applied the transmitters of Russian. These strategies are the hierarchically organized system: a transition from one strategy to other takes place in case that first on one or another reasons does not provide the nonconflicting decoding. Conclusions are based on the results of the conducted linguistic experiment.