

5. Пирогова Ю. К. и др. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М.: Международный институт рекламы; Изд. дом Гребенникова, 2000. 270 с.
6. Словарь литературоведческих терминов / ред.-сост.: Л. И. Тимофеев и С. В. Тураев. М.: Просвещение, 1974. 509 с.

References

1. Bredikhin S. N. Lingvokulturologicheskiy aspekt smysloporozhdenniya na grammaticheskom urovne (Linguo-cultural aspect of sense creation on grammatical level) // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2013. No. 3–1(21). P. 29–33.
2. Bredikhin S. N., Avetisov R. M. Individual'no-interpretatsionnaya deyatel'nost' v protsesse vtornichnogo opredmechivaniya yazykovoy igry (Translindividual and interpretative activity in the process of the language game secondary subjetivization) // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. 2014. No. 5. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15021> (Accessed: 12.03.2016).
3. Efremova T. F. Sovremennyy tolkovyy slovar' russkogo yazyka (Modern defining dictionary of Russian language). M.: Astrel', 2006. 1168 p.
4. Kulikova E. V. Yazykovaya spetsifika reklamnogo diskursa (Language peculiarities advertizing discourse) // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. 2008. No. 4. P. 197–205.
5. Pirogova Yu. K. and ect.. Reklamnyy tekst: semiotika i lingvistika (Advertizing text: semiotics and linguistics). M.: International Institute of Advertising, Grebennikov's Publ., 2000. 270 p.
6. Slovar' literaturovedcheskikh terminov (Literary terms vocabulary) / ed. by L. I. Timofeev and S. V. Turaev. M.: Prosveshchenie, 1974. 509 p.

УДК 811.161.1

С. В. Пахаренко

К ВОПРОСУ О СТАТУСЕ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ КАК ЭТНОЛИНГВОТИПА В ЭПОХУ ЯЗЫКОВЫХ КОНТАКТОВ

Статья посвящена изучению современного состояния вторичной языковой личности россиянина на фоне широких языковых контактов. Дается характеристика сформированности вторичной языковой личности, определяются сферы употребления иноязычных

заимствований, а также приводятся количественные показатели иноязычных элементов, употребляющиеся в данных сферах.

Ключевые слова: редупликация языковой личности, вторичная языковая личность, инокультурация, лингвокультура, заимствования.

S. V. Pakhareno

ON LINGUISTIC IDENTITY STATUS AS AN ETHNOLINGUISTIC PHENOMENON IN THE EPOCH OF LANGUAGE CONTACTS

The article studies the current state of the secondary linguistic identity of the Russian within broad language contacts. The main points of formation of secondary linguistic identity are given; spheres of borrowings usage

are specified, as well as the quantitative index of borrowings used in these spheres is presented.

Key words: reduplication of linguistic identity, secondary linguistic identity, enculturation, linguistic culture, borrowings.

В последнее время в лингвистике для обозначения процесса приобщения личности к чужому культурному опыту, наследию, употребляется термин «инокультурация». Очевидно, «для того чтобы уяснить специ-

фику лингвокоммуникативной деятельности языковой личности как субъекта межкультурной коммуникации, необходимо учитывать особенности инокультурации языковой личности» [8, с. 9].

При изучении иностранного языка и культуры, происходит процесс редупликации первичной языковой личности, результатом которого является последовательное формирование так называемой «вторичной языковой личности», термин введенный С. Г. Тер-Минасовой, К. Н. Хитрик. «Вторичная языковая личность» – это совокупность способностей человека к иноязычному общению на межкультурном уровне [2, с. 8].

Процесс инокультурации имеет две стороны: с одной – изучающий стремится сохранить свою культурную идентичность, а с другой – включается в чужую культуру [3, с. 187]. По мнению Н. А. Мамонтовой, степень аутентичности инокультурации языковой личности в альтернативную лингвокультуру (в иностранный язык) обратно пропорциональна степени влияния исходной лингвокультуры (родного языка) на человека [8, с. 11]. Учеными предлагается четыре конечных варианта данного влияния: ассимиляция, сепарация, маргинализация и интеграция. Ассимиляция в чужую культуру является наивысшим уровнем инокультурации, когда ценности и нормы иной культуры доминируют над своими нормами и ценностями [3, с. 189].

Развитие «вторичной языковой личности» означает экспансию, расширение «моего» мира, означает, что индивидуальность обретает инокультурное бытие. Таким образом, становление индивидуальности вторичной языковой личности проявляется в форме инокультурной самореализации личности [8, с. 13].

Если мы говорим о языковой личности как о совокупности всех характеристик, обуславливающих производство и восприятие текстов, то логично предположить, что вторичная языковая личность включает в себя аналогичные процессы, но на иностранном языке. Однако, как показывают исследования, влияние иностранного языка затрагивает более глубокие процессы.

В работе И. И. Халеевой мы находим, что «проникновение в смысл услышанного текста наступит лишь в том случае, когда обучаемые научатся видеть, вернее, слышать, ассоциативный фон, структурирующий и конституирующий высказывания...» и что «для осуществления межкультурной коммуникации необходимо постепенно элиминировать так называемую „чуждость“

в сознании обучаемых, переводя её в разряд вторичного, но „нечужого языка“, „нечужой культуры“» [11, с. 277].

В то же время существует точка зрения Д. Б. Гудкова, который полагает, что задача формирования в инофоне «вторичной языковой личности», способной видеть мир так же, как и носители языка, воспринимать их ассоциации и метафоры как свои и активно производить их в качестве таковых, невыполнима [4, с. 36].

Переходный процесс от монолингвальной к билингвальной личности называется трансформацией. При этом мы исходим из общепринятого положения о том, что полный билингвизм и, соответственно, формирование равноценно бикультурной личности достигаются только с раннего возраста в двуязычной среде.

Тем не менее в условиях современной России можно лишь условно говорить о инокультурации языковой личности, поскольку в виде глобального языка предлагается язык бытового общения, суженный до минимального количества обязательных лексем. Более того, нам чаще всего предлагается американский вариант английского языка, т. е. языка нации, чья этнолингвокультура неоднородна, состоит из элементов иных этно- и субкультур. Важно подчеркнуть, что язык, продвигаемый в массовом порядке, это прежде всего, так называемый «глобиш», включающий в себя около 1500 слов. Естественно, что картина мира, описанная в 1500 слов, сильно отличается от картины мира, описанной в 30 тысячах словах. Прежде всего такая картина мира денационализируется. Обеднение словарного запаса автоматически сужает потенциальные сферы интересов личности, обрезает ее компетентностные зоны. Происходит опустошение сознания подрастающего поколения [6].

Усвоение подобного языка не может служить основой для формирования вторичной языковой личности, по крайней мере, на уровне культурных ценностей.

Тем не менее многие исследователи говорят о формировании в современной России билингвизма, а следовательно, – сформированности у большинства населения вторичной языковой личности. Подобные заявления основываются на наличии в со-

временном русском языке большого числа англоязычных заимствований, употребляемых во всех сферах жизни общества, гибридации текстов, большом количестве англоязычных текстов в повседневной жизни, особенно характерных для языка рекламы.

Для того чтобы определить статус языковой личности современного россиянина, в первую очередь необходимо выявить критерии, которые позволят нам говорить о сформированности или несформированности вторичной языковой личности.

Итак, сформированная вторичная языковая личность имеет ряд характеристик.

1. Владение фонетическими нормами языка. Освоение фонетической системы языка должно либо ориентироваться на страну, где говорят на изучаемом языке, либо (что предпочтительнее для общего лингвистического кругозора) необходимо изучать сразу несколько вариантов фонетических норм.

2. Владение вербально-семантическим кодом языка, то есть знание лексики, грамматики, синтаксиса и т. д. Говоря о семантике важно отметить, что под владением семантическим кодом мы понимаем не установление соответствия иноязычных слов словам родного языка: значение каждого слова должно быть встроено не в систему родного языка в качестве соответствия знакомому слову, но в систему языка иностранного [8, с. 15]. Об этой проблеме пишет С. Г. Тер-Минасова: «Выучив иностранное слово, человек как бы извлекает кусочек мозаики из чужой, неизвестной еще ему до конца картины и пытается совместить его с имеющейся в его сознании картиной мира, заданной ему родным языком. ...Необходимость перестройки мышления представляет собой одну из главных трудностей (в том числе и психологическую)...» [10, с. 48].

Естественно, что от сформировавшейся вторичной языковой личности требуется адекватное (аутентичное) владение разнообразными конструктами, поэтому под вербально-семантическим кодом подразумевается не только знание слов, понимание их значений в системе изучаемого языка, а также их правильное речепотребление, но и приходящее при специальном изучении языка осознание того, что вербально-семантические системы родного и иностранного концептуально отличаются.

Как отмечает Мамонтова, немалое значение в формировании вторичной языковой личности имеет знание стилистических особенностей иностранной речи. Для достижения данного уровня владения языком необходимы в основном постоянные контакты с аутентичной лингвосредой или постоянное совершенствование и запоминание устойчивых выражений [8, с. 15].

3. Культурологический тезаурус носителей языка. На сегодняшний день этнолингвистический и этнокультурный компоненты выдвигаются на первый план при межкультурном общении.

4. Владение паттернами поведения, адекватными для представителя иноязычной культуры. Надо отметить, что эффективная коммуникация происходит при отсутствии либо минимальном невербальном барьере, а когда данный барьер слишком высок, может произойти недопонимание или культурный шок.

5. И, наконец, мотивационно-личностная сфера субъекта. Сюда относятся такие сложные психологические характеристики, как мотивационная структура, ценностные ориентации, личностные черты. При изучении иностранного языка субъект овладевает новыми для него способами поведения и новыми критериями оценки окружающей действительности, позволяющими ему адекватно общаться с представителями другой культуры [7, с. 91].

Следует отметить, что некоторые методики выделяют несколько уровней сформированности языковой личности.

На критическом уровне развития языковой личности формируются умения идентифицировать высказывания или текст как продукт речевой деятельности, происходит овладение структурно-системными связями изучаемого языка в параметрах системообразующей функции языка, направленной на решение коммуникативных и когнитивных задач.

На допустимом уровне языковая личность способна не просто (лингвистически) декодировать иноязычную речь (текст), но и оперативно подключать знания и представления о мире иной речевой общности, использовать лексико-грамматические средства, позволяющие выразить собственные мысли и чувства, свою жизненную позицию. Именно с этого уровня оказывается возможным не-

который индивидуальный выбор, личностное предпочтение одного понятия другому, одной идее перед другой, более важной, ценностной для данной языковой личности. В качестве ключевых понятий здесь можно предложить «индивидуальный лексикон», «индивидуальность в отборе грамматических средств», «вариативность», «выбор».

Отбор языковых средств на оптимальном уровне обуславливается отношениями, которые задаются сферой общения, особенностями коммуникативной ситуации и коммуникативными ролями учащих. Они в полной мере отвечают коммуникативным потребностям личности и условиям коммуникации. Здесь особое значение приобретает работа с прецедентными текстами. Ключевое понятие данного уровня – «удовлетворение коммуникативно-деятельностных потребностей личности».

Представляется очевидным, что на сегодняшний день в большинстве случаев мы можем говорить только о критическом уровне развития вторичной языковой личности. При этом даже этот уровень нельзя назвать полностью сформированным, т. к. знание грамматической структуры языка сформировано далеко не всегда. Переключение кодов, характеризующее языковую личность билингва, наблюдается только на уровне слов и словосочетаний. Крайне редко встречаются примеры на уровне предложений. Интересным представляется переключение кодов внутри слова, т. е. создание некоего графического или фонетического гибрида. В связи с этим нельзя говорить также о знании системно-структурных особенностей языкового строя английского языка и представляемой им картины мира.

Для определения статуса языковой личности современного россиянина нами были отобраны тексты из различных сфер употребления и уровней языка. Согласно конституции Российской Федерации, «русский язык обязателен к употреблению в следующих сферах:

1) в деятельности федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, иных государственных органов, органов местного самоуправления и т. д.;

2) в наименованиях федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, иных государственных органов, органов местного самоуправления, организаций всех форм собственности;

3) при подготовке и проведении выборов и референдумов;

4) во всех видах судопроизводства;

5) при официальном опубликовании международных договоров Российской Федерации, а также законов и иных нормативных правовых актов;

6) во взаимоотношениях федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, иных государственных органов, органов местного самоуправления, организаций всех форм собственности и граждан Российской Федерации, иностранных граждан, лиц без гражданства, общественных объединений;

7) при написании наименований географических объектов, нанесении надписей на дорожные знаки;

8) при оформлении документов, оформление которых в соответствии с законодательством Российской Федерации осуществляется на государственном языке Российской Федерации, при оформлении адресов отправителей и получателей телеграмм и почтовых отправлений, пересылаемых в пределах Российской Федерации, почтовых переводов денежных средств;

9) в продукции средств массовой информации;

9.1) при показах фильмов в кинозалах;

9.2) при публичных исполнениях произведений литературы, искусства, народного творчества посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных, зрелищно-развлекательных мероприятий;

10) в рекламе;

11) в иных определенных федеральными законами сферах» [9].

Как показал анализ отобранного материала, наибольшее количество иноязычных вкраплений наблюдается в сфере рекламы. На втором месте стоит продукция средств массовой информации, которая в свою очередь, может быть подразделена на два типа:

«официальные», использование иностранного языка в которых минимально, и «популярные», где англоязычные заимствования представлены достаточно широко. Следует также отметить, что чем моложе предполагаемая аудитория того или иного СМИ, тем выше процент и кодовых переключений.

Если в официальном языке (федеральные законы, проведение выборов, судопроизводство, официальные СМИ (на примере официального сайта первого канала, электронной версии газеты «Аргументы и факты») в качестве заимствованных элементов употребляются уже освоенные русским языком элементы, а также элементы, не имеющие аналогов в русском языке: брифинг, сайт, парламент / европарламент, саммит и т. п. Переключения кодов как такового не происходит, поскольку на сегодняшний день все эти слова освоены русским языком, подчиняются его правилам и служат основой для словопроизводства.

Что касается языка средств массовой информации, носящих менее официальный характер, то здесь употребление иностранных слов значительно шире: вип-персоны, шоу, экспресс, интернет, байкер, вамп, лав-стори и т. д. Особенно изобилует подобными лексическими единицами молодежная пресса, в которой, в частности, появляются и примеры переключения кода и гибридизации разного уровня: издания с названиями «Yes!», «Oops», «шоу Victoria's Secret», «кто из моделей будет демонстрировать Fantasy Bra», «Бренд Colgate Optic White Мгновенный объявляет о старте всероссийского творческого конкурса #SmileKultura в социальной сети Инстаграм», «Для участия необходимо представить персональную «спортивную селфи» в Инстаграм с хэштегом #SmileKultura».

Такое обилие англоязычной лексики как в оригинальном написании, так и написанной на кириллице свидетельствует о высокой престижности английского языка в современной молодежной среде. Необходимо подчеркнуть, что большая часть таких заимствований относится к сфере интернет-технологий, поскольку в этой области иностранные технологии существенно опережают отечественные, а, следовательно, употребление ино-

странного слова в данной сфере является, с одной стороны, необходимостью из-за отсутствия русскоязычного синонима, с другой стороны, маркером высокого качества.

Использованная англоязычная лексика не переводится и не объясняется, поскольку предполагается, что ее смысл понятен молодым людям. В большинстве случаев приведенные примеры демонстрируют, что отсутствие терминологического эквивалента в русском языке способствует реализации принципа экономии речевых усилий. В русском языке для замены указанных понятий нужно было бы давать описательный перевод или дефиницию, в связи с чем коммуниканты предпочитают прибегать к ресурсам английского языка.

Важно отметить, что даже в ориентированных на молодежную аудиторию СМИ мы не наблюдаем переключения кодов на уровне предложений или групп предложений.

Таким образом, в структуре языковой личности представлен только лексический модуль, единицы которого представляют «содержание общекультурной информации о мире через ее номинацию» [5, с. 137].

Единственная сфера употребления языка, в которой мы проследили переключение кодов на уровне предложения или группы предложений.

«Life's good», «Wanna? Be!», «Eat as you mean it», «I'm loving it», «Just do it».

Здесь важно подчеркнуть, что даже у представителей молодого поколения, наиболее позитивно относящегося к различного рода англоязычным заимствованиям, в ряде случаев понимание такой рекламы вызывает значительные трудности. Таким образом, употребление оригинальных рекламных слоганов данных компаний призвано, с одной стороны, привлечь и максимально долго удерживать внимание потенциальных клиентов, с другой – служить индикатором престижности того или иного продукта или услуги. С другой стороны, именно в языке рекламы наблюдается наибольшее количество разнообразных гибридных форм: эмпаер, блокбастер, Pushkin, Lubasha, Пита-fun, Абата бар, Космос, Maryssa, мясnoff, столoффка.

	Англоязычные заимствования, освоенные русским языком	Гибридизация			Переклечение языкового кода (одно или несколько предположений)
		Внутри слова	На уровне слова	На уровне словосочетания	
В деятельности и наименованиях федеральных органов государственной власти	-	-	-	-	-
При подготовке и проведении выборов и референдумов	3	-	-	-	-
Во всех видах судопроизводства	3	-	-	-	-
При официальном опубликовании законов и иных нормативных правовых актов	-	-	-	-	-
В продукции средств массовой информации	«официальные» СМИ	6	-	-	-
	Молодежные СМИ	10	37	114	86
В рекламе	10	69	132	138	8

Итак, мы можем определить два основных вектора интенсификации процессов заимствования: от крайне низкого в официальной сфере употребления языка до крайне высокого в языке рекламы; от крайне низкого в среде людей пожилого возраста до крайне высокого в молодежной среде.

Тем не менее констатировать сформированность вторичной языковой личности мы

не можем даже в молодежной среде, поскольку языковая личность современного россиянина не удовлетворяет соответствующим критериям даже на критическом уровне. Таким образом, на сегодняшний день, в эпоху широких языковых контактов мы можем говорить о русской языковой личности как о монолингвальной.

Литература

1. Воевода Е. В. Вторичная социокультурная личность – феномен эпохи глобализации // Язык и социум: материалы VIII Международной научной конференции. Минск, 5–6 декабря 2008 г. Часть II. Минск: ЗИВШ, 2009. С. 167–170.
2. Гальскова Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам: пособие для учителя. М.: Аркти-Глосса, 2000. 165 с.
3. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов. М.: Юнити-Дана, 2003. 297 с.
4. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Гнозис, 2003. 288 с.
5. Ешкембева Л. В. Языковые модули и проблемы обучения. Алматы: Казахский университет, 2000. 165 с.
6. Кудрявцева Е. Л. Глобиш не может быть языком интеллигенции. URL: <http://news2world.net/obshhestvennye-novosti/kudryavtseva-globish-ne-mozhet-bit-yazikom-intelligentsii.html> (Дата обращения: 12.02.2016).
7. Леденева Н. В. Аккультурация как процесс межкультурного взаимодействия // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2011. № 1(3). С. 90–94.
8. Мамонтова Н. А. Вторичная языковая личность в онтогенезе: уровни лингвокультурологического описания (на материале начального этапа обучения английскому языку русскоязычных учащихся): автореф. дис. ... канд. филолог. наук. М., 2010. 20 с.
9. О государственном языке Российской Федерации»: Федеральный Закон от 1 июня 2005 г. № 53-ФЗ, принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 20 мая 2005 г.: одобр. Советом Федерации 25 мая 2005 г. // Российская газета. 2005. № 120. 7 июня.
10. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: МГУ, 2005. 264 с.
11. Халеева И. И. Вторичная языковая личность как реципиент инофонного текста // Язык – система. Язык – текст. Язык – способность. М.: Институт русского языка РАН, 1995. С. 277–278.

References

1. Voevoda E. V. Vtorichnaya sociokulturnaya lichnost'- fenomen epochi globalizatsii (Secondary socio-cultural identity – a phenomenon of globalization) // Yazyk i socium. Materialy VIII mezdunarodnoi nauchnoi konferentsii. Minsk, 5–6 dekabrya 2008. Chast' II (Language and society. Materials of the VIII International Scientific Conference. Minsk, 5–6 December, 2008. Part II.). Minsk: ZIVSh, 2009. P. 167–170.
2. Gal'skova N. D. Sovremennaya metodika obucheniya inostrannym yazykam. (Modern methods of teaching foreign languages). M.: Arcti-Glossa, 2000. 165 p.
3. Grushevitskaya T. G., Popkov V. D., Sadokhin A. P. Osnovy mezkulturnoi kommunikatsii (Fundamentals of Intercultural Communication). M.: Unity-Dana, 2003. 297 p.
4. Gudkov D. B. Teoriya i praktika mezkulturnoi kommunikatsii (Theory and practice of intercultural communication). M.: Gnozis, 2003. 288 p.
5. Eshkembееva L. V. Yazikovye moduli i problemy obucheniya (Language modules and learning problems). Almaty: Kazakh University, 2000. 165 p.
6. Kudryavtseva E. L. Globish ne mozhet byt' yazykom intellektsii (Globish cannot be the language of intellectuals). URL: <http://news2world.net/obshhestvennye-novosti/kudryavtseva-globish-ne-mozhet-bit-yazykom-intelligentsii.html> (Accessed: 12.02.2016)
7. Ledeneva N. V. Akkulturrastiya kak process mezkulturnogo vzaimodeistviya. (Acculturation as a process of cross-cultural interaction) // Problemy social'no-ekonomicheskogo razvitiya Sibiri. 2011. No. 1(3). P. 90–94.
8. Mamontova N. A. Vtorichnaya yazykovaya lichnost' v ontogeneze: urovni lingvokuturologicheskogo opisaniya (na material nachal'nogo etapa obucheniya angliiskomu yazyku russkoyazychnykh uchashikhsya) (Ontogeny of secondary linguistic identity: the levels of linguistic and cultural description (based on the initial stage of learning English by Russian students). M., 2010. 20 p.
9. O gosudarstvennom yazyke Rossiiskoi Federatsii: The Federal Law No. 53-FZ (On the official language of the Russian Federation) // Rossiyskaya Gazeta. 2005. No. 120.
10. Ter-Minasova S. G. Yazyk i mezkulturnaya kommunikatsiya (Language and intercultural communication). M.: MSU, 2005. 264 p.
11. Khaleeva I. I. Vtorichnaya yazykovaya lichnost' kak recipient inophonnoogo teksta (The secondary linguistic identity as a foreign text recipient) // Yazyk- sistema. Yazyk – tekst. Yazyk – sposobnost' (Language – the system. Language – text. Language – ability). M.: Institute of Russian language of RAS, 1995. P. 277–278.