

ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА

Маслов Виктор Георгиевич

д-р филол. наук, профессор

Шуйский филиал Ивановского государственного университета

Чеснокова Анастасия Алексеевна

соискатель, воспитатель

Шуйский филиал Ивановского государственного

университета, МБДОУ Д/С д. Пустошь

г. Шуя, Ивановская область

ЯЗЫК МОЙ – РУССКИЙ

Аннотация: в статье описывается ментальность русского человека, ее особенности, и, как следствие, отражение ментальных действий в структуре русского языка, рассматривается отличие русского от западноевропейских языков, анализируется современное состояние русского языка.

Ключевые слова: ментальное действие, ментальность, метонимия, безличные конструкции, русская культура, предикативность, модальность, идея, вещь, слово.

В ментальном действии русского человека лежит его генетическая память на идею. Как написать с НЕ «непыльная работа», «нетоварный мужчина»? Если отдельно, это отрицание, если слитно, это уже утверждение. На первый взгляд, это безобидный вопрос, а между тем он отражает важную сторону ментальности русского человека. Или: как сказать: «Молния убила его» или «Его убило молнией»? Молния – только часть ситуации с неприятными последствиями, но при помощи слова *молния* метонимически можно выразить первое впечатление от события. Уклонения от истины здесь нет, как нет и неверия в то, что можно получить определённо достоверное знание о случившемся. Имеется ввиду своего рода о-правд-ание того, что случилось, если угодно – судьбы или рока. Верно, что рост безличных конструкций в русском языке отражает некие особенности

русской ментальности и, вообще, русской культуры. Представленная система простых предложений – это разные способы выражать суждение, а совокупность всех их предстаёт семантической парадигмой, наводящей на реальность идеальных признаков мысли. Односоставное личное передаёт степень объективности познания, а безличные уточняют оценку качества и меру истинности уже полученного знания. Предикативность и модальность разведены сознанием; говорящий может соотнести высказывание с идеей-мыслью (познание) и с предметом-вещью (знание), тем самым подводя суждение к согласованию идеи и вещи в их совместном отношении к слову. И тогда в дело вступает двусоставное предложение, в котором связь идеи и вещи выражается уже словесно, возникает, «этнически детерминированный тип предложений, одно из природных свойств русского языка как важнейшей формы народного мировосприятия, согласно которому мысль состоит в «расчленённом, дифференцированном, нередко приблизительном и завуалированном представлении субъектного начала предложения». В этом ответ критикам русской ментальности – к настоящему времени русский язык «далеко ушёл вперёд по сравнению со всеми другими индоевропейскими языками» [1, 223].

Язык в своих формах направляет мысль на определённый фрагмент действительности, представляемый во всё более абстрактном виде. В отличие от западноевропейских языков русский обладает большей свободой выражения интеллектуального действия и различных модальностей оценки – но не специальным (модальным) словом, а синтаксическими формулами: *я грущу – я грустен – мне грустно – грустно*. Это не тавтологии и не синонимы, а результаты семантической компрессии, то есть этапы переживания от конкретного ощущения до абстрактной цельности идеи в отрыве от её носителя [1, 225]. Или: «Светаёт. Хочется. Смеркалось. И верится, плачется, и так легко, легко». Кому? Кто верит и плачет? Не он, хотя в нём всё это и происходит. Актуализирован признак, отвлечённый от вещи-лица, и с косвенной его оценкой, данной лексически. По справедливому суждению З.К. Тарланова, всё это – отражение национальной специфики русского мышления: тенденция к абсолютизации предикативного члена

и развитие безличных конструкций, а тем самым, конечно, перенесение акцента со слова=идеи (как у номиналистов) на вещь=идею (основная установка реалистов). А это свидетельствует о многомерности и потому открытости русской ментальности, чуждости для неё эгоцентризма, огромном запасе потенциальной терпимости к другим культурам, и вообще – о силе творческой энергии» [1, 225]. Однако на сегодняшний день стало модным писать о тех или иных руководителях и других лицах без указания имени и отчества, просто указывается имя. В России же по имени называли лишь царя и служителей церкви. Нынешним журналистам нужно обязательно обезьянничать и перенимать от иностранцев то, что является традицией и привычным для них, но что не только не режет слух, но и не делает нам чести.

О вкусах. «Вкус всегда имеет конкретно-социальную основу; поэтому же, проявляясь индивидуально, вкус отражает в своём развитии динамику общественного сознания и объединяет членов данного общества на данном этапе его истории...» [2, 21]. Вкус призван оценивать, что хорошо, что плохо, что нравственно, что безнравственно. Поэтому надо всячески развивать, по большому счёту, чувство хорошего вкуса. Однако на сегодняшний день эта проблема или никак не решается, или решается плохо, чему мы каждодневно свидетели. Даже журналисты не стремятся к чистоте языковой, видимо, «нечистоты» самодовлеют как в обыденной жизни, так всё это переносится и на язык. Напр.: *государство – суверенитет* (независимость государства от другого государства); *согласие – консенсус* (смыслие); *застой – стогнация* (болото, из которого нет выхода). Или: *вымогатель – рэкетир*; *продажность – коррупция*; *начальство – истеблишмент*; *благодать – харизма* (как бы от Бога, божья благодать); *танцы – дискотека*; *общество – социум*.

В сознании русского человека, особенно молодёжи, укореняется, что США – это центр лучшей жизни, лучших технических средств, это образец общественного и экономического процветания, что с Америкой связаны высокие стандарты жизни, лучшие эстетические представления, эталоны культуры и т.д. Однако иноязычные заимствования носят письменный характер, отличаются

мудрёной непонятностью, изощрённостью речи. Английские слова заимствуются даже тогда, когда имеются не менее точные русские эквиваленты: *плюрализм* – многообразие мнений; *презентация* – представление; *коттоновый* – хлопчатобумажный; *транспорентный* – прозрачный, *пилотный* – опытный; *коррумпированный* – продажный. Вместо *мультипликатор*, *мультипликационный* слышим *аниматор*, *анимационный*; *брифинг* – пресс-конференция, *дисплей* – экран; *рейтинг* – авторитет, популярность; *сленг* – жаргон; *наблисити* – реклама, *шоу* – спектакль. Заимствованные когда-то немецкие слова заменяются на американизмы: бутерброд – *сэндвич*, шлягер – *бестселлер*, *хит*. Не сходят с уст российской коммерции слова *менеджмент*, *брокеры*, *дилеры*, *конвертация*, *лизинг*, *холдинговые компании*. Входят в обиход слова, которые ещё только осваиваются русским языком и порой даже не зафиксированы в словарях, но на страницах изданий никак не объясняются, слова эти типа *тинэйджер* – подросток, *фаундрайзер* – толкач, *джин* – сивуха, *меглинк* – тминное печенье. Или термины, связанные с вычислительной техникой, которые звучат в дело и не в дело: «Выставка-продажа, читаем в МК, предлагает всё за рубли!.. IBM + PC/AT в различной конфигурации, разнообразную периферию, *сканеры*, *плоттеры*, *дигитайзеры*, *стриммеры*, *факсы*».

Для журналиста – вершина «мастерства», когда в текст вводятся словечки, бог знает, из какого языка: «Ему *оказалось по силам построить за свой счёт великолепный сервисный центр со складскими помещениями и шоу-румом... Посетители получили возможность... проехать по московским улицам – для такого «драйвтеста» необходимы были только права...*» (приложение к газете «Деловой мир»). Наряду с экономическими терминами разбойничьего рынка, новой техникой потоком льются слова, которым при всём желании трудно найти смысловое или, хотя бы, мало-мальское оправдание, например: «Это не обычная жвачка, а настоящий *гуинг-гам*». В «Известиях» сообщается, что компания «Секреты Юниориента» занимает весь 21-й этаж в роскошном *бильдинге*, что всё выстроено «по канонам японского *менеджмента*» и что введена «система *бону-*

сов». Или: «Одна журналистка, которая писала про *боди-арт*, захотела попробовать сделать татуировку на себе» («Рабочий край», Иваново). Здесь же: «Впереди у них был областной фестиваль *брайк-данса*, долгожданная тусовка».

В старании показать свою приобщённость к западно-американскому образу мысли журналисты, кажется, не знают меры, смешивается грубо просторечное с жаргоном, перемешенное иностранными словами: «*Говорили, что sex, drugs, rock-n-roll убьют наше поколение. Но если бы не эти скромные развлечения, в вашей помойке, нам было бы совсем хана. Спасибо! Уж лучше one way tiket, как пелось в популярной песенке*» (МН). Однако до недавнего времени существовал иной подход в подаче чужестранного образа жизни, иной культуры.

Список литературы

1. В.В. Колесов. Язык и ментальность. – С-Пб, 2004.
2. В.Г. Костомаров Языковой вкус эпохи. – М., 1994.