

МАКСИМ КРОНГАУЗ

РУССКИЙ ЯЗЫК

на грани

*первого
срыва*



Максим Кронгауз

Русский язык на грани нервного срыва

Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=180734

Максим Кронгауз. Русский язык на грани нервного срыва: Знак; Языки славянских культур; Москва; 2007

ISBN 5-9551-0176-4

Аннотация

Начиная с конца 80-х годов русский язык изменяется настолько быстро, что в обществе возникают тревожные, а порой панические настроения. Все чаще говорят не только о порче, но уже и о гибели русского языка. Особенно болезненными оказываются такие темы, как язык интернета, распространение брани, злоупотребления заимствованиями, жаргонизмами и просторечными словами.

Лингвисты не всегда успевают отвечать на запросы общества в сфере языка и коммуникации, не учитывают новых явлений в лексике, грамматике, речевой этикете, предпочитая рассматривать их как обычные нарушения нормы либо не замечая вовсе. Очевидно, назрела необходимость открытого разговора лингвиста с обществом – не в качестве наставника, а в качестве собеседника, понимающего суть проблем и способного к их рациональному анализу, а не только к эмоциональным оценкам.

Такое спокойное, взвешенное и, вместе с тем, заинтересованное обсуждение и предлагается в настоящей книге.

Как уже сказано, книга обращена не к узкому лингвистическому сообществу, а к самому широкому читателю, которого интересует развитие русского языка и его будущее.

Содержание

Заметки просвещенного обывателя	5
Надоело быть лингвистом	5
Мы тоже эскимосы	7
Случаи из жизни	8
Я в принципе не против...	11
Проклятые вопросы	12
Ключевые слова эпохи	13
Курс молодого словца	14
Разговор по понятиям	17
Сделайте мне элитно!	20
Самое правильное слово	23
Невыносимая недоопределенность бытия	32
О чем говорят паразиты	34
Профессиональная конкуренция	36
Риэлторы-шмиэлторы и вопросы языкознания	38
Не кочегары мы, не плотники	41
Задать пиару!	43
Просто я работаю волшебником	45
Конец ознакомительного фрагмента.	47

Максим Кронгауз

Русский язык на грани нервного срыва

...ошибки одного поколения становятся признанным стилем и грамматикой для следующих.

И. Б. Зингер

Слаб современный язык для выражения всей грациозности ваших мыслей.

А. Н. Островский



Максим Кронгауз – известный лингвист, профессор, доктор филологических наук, заведующий кафедрой русского языка, директор Института лингвистики РГГУ, автор монографий и учебников и в то же время – человек широкого круга интересов, обладающий даром доступно и интересно рассказывать о проблемах науки. Последние 10 лет постоянно участвовал в академических и общественных дискуссиях о состоянии современного русского языка, публиковал статьи на эту тему не только в научных изданиях, но и в средствах массовой информации, в частности в таких авторитетных журналах, как «Новый мир», «Отечественные записки», «Власть», «Harvard Business Review». В 2006 году вел еженедельную колонку в газете «Ведомости», посвященную новым явлениям в русском языке.

Заметки просвещенного обывателя

Надоело быть лингвистом

Я никак не мог понять, почему эта книга дается мне с таким трудом. Казалось, более десяти лет я регулярно пишу о современном состоянии русского языка, выступая, как бы это помягче сказать, с позиции просвещенного лингвиста.¹

В этот же раз откровенно ничего не получалось, пока, наконец, я не понял, что просто не хочу писать, потому что не хочу снова вставать в позицию просвещенного лингвиста и объяснять, что русскому языку особые беды не грозят. Не потому, что эта позиция неправильная. Она правильная, но она не учитывает меня же самого как конкретного человека, для которого русский язык родной. А у этого конкретного человека имеются свои вкусы и свои предпочтения, а также, безусловно, свои болевые точки. Отношение к родному языку не может быть только профессиональным, просто потому, что язык это часть нас всех, и то, что происходит в нем и с ним, задевает нас лично, меня, по крайней мере.²

Чтобы наглядно объяснить разницу между позициями лингвиста и обычного носителя языка, достаточно привести один небольшой пример. Как лингвист я с большим интересом отношусь к русскому мату, считаю его интересным культурным явлением, которое нужно изучать и описывать. Кроме того, я уверен, что искоренить русский мат невозможно ни мягкими просветительскими мерами (то есть внедрением культуры в массы), ни жесткими законодательными. А вот как человек я почему-то очень не люблю, когда рядом ругаются матом. Я готов даже признать, что реакция эта, возможно, не самая типичная, но уж как есть. Таким образом, как просвещенный лингвист я мат не то чтобы поддерживаю, но отношусь к нему с интересом, пусть исследовательским, и с определенным почтением как к яркому языковому и культурному явлению, а вот как, чего уж там говорить, обыватель мат не люблю и, грубо говоря, не уважаю. Вот такая получается диалектика.

Следует сразу сказать, что, называя себя обывателем, я не имею в виду ничего дурного. Я называю себя так просто потому, что защищаю свои личные взгляды, вкусы, привычки и интересы. При этом у меня, безусловно, есть два положительных свойства, которыми, к сожалению, не всякий обыватель обладает. Во-первых, я не агрессивен (я – не воинствующий обыватель), что в данном конкретном случае означает следующее: я не стремлюсь запретить все, что мне не нравится, я просто хочу иметь возможность выражать свое отношение, в том числе и отрицательное, не имея в виду никаких дальнейших репрессий или даже просто законов. Во-вторых, я – образованный обыватель, или, если еще снизить пафос, грамотный, то есть владею литературным языком, его нормами и уважаю их. А если, наоборот, пафосу добавить, то получится, что я своего рода просвещенный обыватель.

Вообще, как любой обыватель, я больше всего ценю спокойствие и постоянство. А резких и быстрых изменений, наоборот, боюсь и не люблю. Но так уж выпало мне – жить в эпоху больших изменений. Прежде всего, конечно, меняется окружающий мир, но брюзжать

¹ Если коротко, эта позиция заключается в том, что для русского языка не страшны ни поток заимствований и жаргонизмов, ни вообще те большие и, главное, быстрые изменения, которые в нем происходят. Русский язык «переварит» все это, что-то сохранив, что-то отбросив, выработает, наконец, новые нормы, и на место хаоса придет стабильность. Кроме того, даже в хаосе можно найти положительные стороны, поскольку в нем ярко реализуются творческие возможности языка, несдерживаемые строгими нормами.

² Точнее всего об этом сказал Николай Глазков, которого я уже когда-то цитировал, но избежать цитаты и в этот раз не получится: Я на мирзираю из-под столика: Век двадцатый, век необычайный. Чем он интересней для историка, Тем для современника печальней. Если использовать его слова, то хватит уже быть историком, пора залезать под стол.

по этому поводу как-то неприлично (тем более что есть и приятные изменения), а кроме того, все-таки темой книги является язык. Может ли язык оставаться неизменным, когда вокруг меняется все: общество, психология, техника, политика?

МЫ ТОЖЕ ЭСКИМОСЫ

Как-то, роюсь в интернете, на lenta.ru я нашел статью об эскимосах, часть которой я процитирую:³

«Глобальное потепление сделало жизнь эскимосов такой богатой, что у них не хватает слов в языке, чтобы давать названия животным, переселяющимся в полярные области земного шара. В местном языке просто нет аналогов для обозначения разновидностей, которые характерны для более южных климатических поясов.

Однако вместе с потеплением флора и фауна таежной зоны смещается к северу, тайга начинает теснить тундру и эскимосам приходится теперь ломать голову, как называть лосей, малиновок, шмелей, лосося, домовых сычей и прочую живность, осваивающую заполярные области.

Как заявила в интервью агентству Reuters председатель Эскимосской Полярной конференции Шейла Уотт-Клутье (Sheila Watt-Cloutier), чья организация представляет интересы около 155 тысяч человек, «эскимосы даже не могут сейчас объяснить, что они видят в природе». Местные охотники часто встречают незнакомых животных, но затрудняются рассказать, так как не знают их названия.

В арктической части Европы вместе с распространением березовых лесов появились олени, лоси и даже домовые сычи. «Я знаю приблизительно 1200 слов для обозначения северного оленя, которых мы различаем по возрасту, полу, окрасу, форме и размеру рогов, – цитирует Reuters скотовода саами из северной Норвегии. – Однако лося у нас называют одним словом „елг“, но я всегда думал, что это мифическое существо».⁴

Эта заметка в общем-то не нуждается ни в каком комментарии, настолько все очевидно. Все мы немного эскимосы, а может быть, даже и много. Мир вокруг нас (неважно, эскимосов или русских) изменяется. Язык, который существует в меняющемся мире и не меняется сам, перестает выполнять свою функцию. Мы не сможем говорить на нем об этом мире просто потому, что у нас не хватит слов. И не так уж важно, идет ли речь о домовых сычах, новых технологиях или новых политических и экономических реалиях.

Итак, объективно все правильно, язык должен меняться, и он меняется. Более того, запаздывание изменений приносит обывателям значительное неудобство, так, «эскимосы даже не могут сейчас объяснить, что они видят в природе». Но и очень быстрые изменения могут мешать и раздражать. Что же конкретно мешает мне и раздражает меня?

³ Некоторые странности статьи, посвященной эскимосам, но почему-то вдруг рассказывающей о саами, оставим на совести авторов. В данном случае точность не так уж важна.

⁴ Про мифическое существо сказано настолько хорошо, что хочется поискать аналогии и в нашей жизни. И они находятся в самых разных ее областях. Ну ведь правда, еще в 1984 году казалось, что слова *путч*, *цунами* или, прошу прощения, *стриптиз* к нашей действительности отношения не имеют, а и они, и многие другие так или иначе вошли в нее.

Случаи из жизни

Проще всего начать с реальных случаев, а потом уж, если получится, обобщить их и поднять на принципиальную высоту. Конечно, все эти ситуации вызывают у меня разные чувства – раздражение, смущение, недоумение. Я просто хочу привести примеры, вызвавшие у меня разной степени языковой шок, потому и запомнившиеся.

Случай первый

На одном из семинаров мы беседуем со студентами, и один вполне воспитанный юноша в ответ на какой-то вопрос произносит: «Ну, это же, как ее, блин, интродукция». Он, конечно, не имеет при этом в виду обидеть окружающих и вообще не имеет в виду ничего дурного, но я вздрагиваю. Просто я не люблю слово *блин*. Естественно, только в его новом употреблении как междометие, когда оно используется в качестве замены сходного по звучанию матерного слова. Точно так же я вздрогнул, когда его произнес актер Евгений Миронов при вручении ему какой-то премии (кажется, за роль князя Мышкина). Объяснить свою неприязненную реакцию я, вообще говоря, не могу. Точнее, могу только сказать, что считаю это слово вульгарным (замечу, более вульгарным, чем соответствующее матерное слово), но подтвердить свое мнение мне нечем, в словарях его нет, грамматики его никак не комментируют. Но когда это слово публично произносят воспитанные и интеллигентные люди, от неожиданности я все еще вздрагиваю.

Случай второй

Тут я не одинок, тут я вместе со своей страной периодически вздрагиваю от слов наших политиков.

Вообще-то мы не очень запоминаем то, что говорят политики, наши президенты в частности. Если порыться в памяти, то в ней хранятся сплошные анекдоты. От Горбачева, например, остались глагол *начатьс* ударением на первом слоге, слово *консенсус*, исчезнувшее вскоре после завершения его президентства, и странное выражение *процесс пошел*. От Ельцина остались *загогулина* и *неправильно сидим*, связанные с конкретными ситуациями, да словцо *понимаешь*. А главной фразой Путина, по-видимому, навсегда останется – *мочить в сортире*. Рекомендация сделать обрезание, данная на пресс-конференции западному журналисту, все-таки оказалась менее выразительной, хотя тоже запомнилась. Как и в случае с Ельциным, запомнились фразы в каком-то смысле неадекватные, не соответствующие даже не самой ситуации, а статусу участников коммуникации, прежде всего самого президента. Если говорить проще, президент страны не должен произносить таких фраз. В отличие от «бушизмов», которые так любят американцы, то есть нелепостей, произнесенных Бушем, Путин произносит более чем осмысленные фразы и даже соответствующий стиль выбирает, по-видимому, вполне сознательно. Впрочем, примеры с Путиным, конечно же, не уникальны. Они в значительной степени напоминают хрущевскую *Кузькину мать*, не только саму фразу, но и всю ситуацию, естественно.

Случай третий

После долгого отсутствия в России я бреду с дочерью по Даниловскому рынку в поисках мяса и натыкаюсь на броскую вывеску-плакат, этакую растяжку над прилавком: «Эксклюзивная баранина».

– Совсем с ума посходили, – громко и непедагогично говорю я.

– А что тебе, собственно, не нравится, папа? – удивляется моя взрослая дочь.

– Да нет, нет, – успокаиваю я то ли ее, то ли себя. – Так, померещилось.

Естественно, что позднее, увидев в объявлении о продаже машины фразу: «Машина находится в эксклюзивном виде», я уже не высказал никаких особенных эмоций. Сказался полученный языковой опыт.

Похожую эволюцию прошло и слово *элитный*. От *элитных сортов пшеницы* и *элитных щенков* мы пришли к следующему объявлению (из электронной рассылки): «Элитные семинары по умеренным ценам».

Если говорить совсем просто, то мне не нравится, что некоторые вполне известные мне слова так быстро меняют значения.

Случай четвертый

Не люблю, когда я не понимаю отдельных слов в тексте или в чьей-то речи. Даже если я понимаю, что это слово из английского языка и могу вспомнить, что оно там значит, меня это раздражает. Позавчера я споткнулся на *стритрейсерах*, вчера – на *трендсеттерах*, сегодня – на *дауншифтерах*, и я точно знаю, что завтра будет только хуже.

К заимствованиям быстро привыкаешь, и уже сейчас трудно представить себе русский язык без слова *компьютер* или даже без слова *пиар* (хотя многие его и недолюбливают). Я, например, давно привык к слову *менеджер*, но вот никак не могу разобраться во всех этих *сейлзменеджерах*, *акаунтменеджерах* и им подобных. Я понимаю, что без «специалиста по недвижимости» или «специалиста по порождению идей» не обойтись, но ужасно раздражает, что одновременно существуют *риэлтор*, *риелтор*, *риэлтер* и *риелтер*, а также *криэйтор*, *криейтор* и *креатор*. А лингвисты при этом либо просто не успевают советовать, либо дают взаимоисключающие рекомендации.

Когда-то я с легкой иронией относился к эмигрантам, приезжающим в Россию и не понимающим некоторых важных слов, того же *пиара* скажем. И вот теперь я сам, даже никуда не уезжая, обнаружил, что некоторые слова я не то чтобы совсем не понимаю, но понимаю их только потому, что знаю иностранные языки, прежде всего английский.

Мне, например, стало трудно читать спортивные газеты (почему-то спортивные журналисты особенно не любят переводить с английского на русский, а предпочитают сразу заимствовать). В репортажах о боксе появились загадочные *панчеры* и *крузеры*, в репортажах о футболе – *дерби*, *легионеры*, *монегаски* и *манкунианцы*.⁵ Да что говорить, я перестал понимать, о каких видах спорта идет речь. Я не знал, что такое *кёрлинг*, *кайтинг* или *банджи-джампинг* (теперь знаю). Окончательно добил меня хоккейный репортаж, в котором было сказано о канадском хоккеисте, забившем гол и сделавшем две *ассистенции*. Поняв, что речь идет о голевых пасах (или передачах), я, во-первых, поразился возможностям языка, а во-

⁵ Последние столь загадочны, что хочется сразу объяснить, кто это. Однако, чтобы сохранить интригу, делать этого не буду. Всему свое время.

вторых, разозлился на журналиста, которому то ли лень было перевести слово, то ли, как говорится, «западло». Потом я, правда, сообразил, что был не вполне прав не только по отношению к эмигрантам, но и к спортивному журналисту. Ведь глагол *ассистировать* (в значении «делать голевой пас»), да и слово *ассистент* в соответствующем значении, уже стали частью русской спортивной терминологии. Так чем хуже *ассистенция*? Но правды ради должен сказать, что более я этого слова не встречал.

Случай пятый

Во время сессии ко мне пришли две студентки, не получившие зачет, и сказали: «Мы же реально готовились». Тогда не поставлю, – ответил я, поддавшись эмоциям. Я люблю своих студентов, но некоторые их слова меня реально раздражают. Вот краткий список: *блин* (см. выше), *в шоке*, *вау*, *по жизни*, ну, и само *реально*, естественно. Дорогие студенты, будьте внимательны, не употребляйте их в сессию.

Я в принципе не против...

Пожалуй, этих примеров более чем достаточно (на самом деле таких ситуаций было намного больше). Думаю, что почти у каждого, кто обращает внимание на свой язык, найдутся претензии к сегодняшнему его состоянию, может быть, похожие, может быть, какие-то другие (вкусы ведь у нас у всех разные, в том числе и языковые).

Итак, как же все-таки сформулировать эту самую мою обывательскую позицию и суть моих претензий?

Я, в принципе, не против сленга (и других жаргонов). Я просто хочу понимать, где граница между ним и литературным языком. Ну, я-то, скажем, это понимаю, потому что раньше, когда я еще только овладевал языком, сленг и литературный язык «жили» в разных местах. А вот, как говорится, «нонешнее» поколение, то есть люди до двадцати пяти, не всегда могут их различить и, например, не понимают языковой игры, основанной на смешении стилей, которая так характерна для русской литературы.

Я, в принципе, не против брани. То есть если мне сейчас дать в руки волшебную палочку и сказать, что одним взмахом я могу ликвидировать брань в русском языке или, по крайней мере, русский мат, я этого не сделаю. Просто испугаюсь. Ведь ни один язык не обходится без так называемой обценной лексики, значит, это кому-то нужно. Другое дело, что чем грубее и оскорбительнее брань, тем жестче ограничения на ее употребление. То, что можно (скорее, нужно) в армии, нельзя при детях, что можно в мужской компании, нельзя при дамах, ну и так далее. Поэтому, например, мат с экрана телевизора свидетельствует не о свободе, а о недостатке культуры или просто о невоспитанности.

Я, в принципе, не против заимствований, я только хочу, чтобы русский язык успевал их осваивать, я хочу знать, где в них ставить ударение и как их правильно писать.

Я, в принципе, не против языковой свободы, она способствует творчеству и делает речь более выразительной. Мне не нравится языковой хаос (который вообще-то является ее обратной стороной), когда уже не понимаешь, игра это или безграмотность, выразительность или грубость.

Кроме сказанного, у меня есть одно важное желание и одно, так сказать, нежелание.

Главное мое желание состоит в том, что я хочу понимать тексты на русском языке, то есть знать слова, которые в них используются, и понимать значения этих слов. Грубо говоря, я не хочу проснуться как-то утром и узнать, что, ну, для примера, слово *стул* модно теперь употреблять в совсем другом смысле. Увы, но пока я часто при чтении сегодняшних текстов использую стратегию неполного понимания, то есть стараюсь уловить главное, заранее смиряясь с тем, что что-то останется непонятным. Что же касается «нежелания», то о нем чуть дальше.

Проклятые вопросы

Ну вот, высказался, и вроде полегче стало. Другое дело, что читатель, дочитав до этого места, может спросить, кто во всем этом безобразии виноват и что именно я предлагаю. Здесь, если быть последовательным, можно ответить, что как обыватель я ведь ничего конструктивного предлагать и не должен. Немое это дело.

Но можно поступить иначе и выпустить на свободу временно подавленного во мне лингвиста. И пусть поговорит о сегодняшнем русском языке, причем не в жанре «давайте говорить правильно» (как чаще всего бывает на радио и телевидении) или, по крайней мере, не только в нем, а, скорее, в жанре наблюдений над тем, как мы говорим на самом деле, что, как ни удивительно, интересно очень и очень многим.

В России, в любой ситуации, сразу задавая главные вопросы «Кто виноват?» и «Что делать?», часто забывают поинтересоваться: «А что, собственно, случилось?» А случилась как раз гигантская перестройка (слово горбачевской эпохи сюда, безусловно, подходит) языка под влиянием сложнейших социальных, технологических и даже природных изменений. И выживает тот, кто успевает приспособиться. Русский язык успел, хотя для этого ему пришлось сильно измениться. Как и всем нам. К сожалению, он уже никогда не будет таким, как прежде. Но, как сказал И. Б. Зингер: «...ошибки одного поколения становятся признанным стилем и грамматикой для следующих». И дай-то Бог, чтобы из наших ошибок вышла какая-нибудь грамматика. И мне, раздраженному обывателю, надо будет с этим смириться, а может, даже этим и гордиться.

В любом случае у живших в эпоху больших перемен есть одно очевидное преимущество. Им есть что вспомнить.

Ключевые слова эпохи

Появление новых слов или новых значений у старых слов означает, что мир вокруг нас изменился. В нем либо появилось что-то новое, либо что-то существующее стало важным настолько, что язык (а в действительности мы сами) создает для него имя. В последнее время в русском языке появилось столько новых слов, что лингвисты не успевают следить за ними и издавать словари, а обычные люди часто просто не понимают, о чем идет речь.

Слова появляются по отдельности, группами, а иногда очень большими группами. Последнее самое интересное, поскольку речь в этом случае идет о значительном изменении среды, о некоей волне изменений, накрывающей наше общество. Можно отметить по крайней мере несколько таких больших волн новых слов и значений, возникших на рубеже веков, а возможно, продолжающихся и дальше.

После перестройки мы пережили минимум три словесных волны: бандитскую, профессиональную и гламурную, а в действительности прожили три важнейших одноименных периода, три, если хотите, моды, разглядеть которые позволяет наш родной язык. Про эти периоды можно философствовать бесконечно, можно снимать фильмы или писать романы, а можно просто произнести те самые слова, и за ними встанет целая эпоха. Это тоже философия, но философия языка. Глупо говорить о его засоренности, глупо вообще пенять на язык, коли жизнь у нас такая. И надо быть терпимее и помнить, что слова суть отражения.

Курс молодого словца

Самое заметное из изменений, происходящих в языке, – это появление новых слов и – чуть менее яркое – появление новых значений. Новое слово попробуй не заметишь! Об него, как я уже говорил, сразу спотыкается взгляд, оно просто мешает понимать текст и требует объяснений, и вместе с тем в новых словах часто скрыта какая-то особая привлекательность, обаяние чего-то тайного, чужого. А вот откуда в языке появляются новые слова и новые значения?

Как-то принято считать, что русский язык, если ему не хватает какого-то важного слова, просто одалживает его у другого языка, прежде всего у английского. Ну, например, в области компьютеров и интернета, казалось бы, только так и происходит. Слова *компьютер*, *монитор*, *принтер*, *процессор*, *сайт*, *блог* и многие другие заимствованы из английского. Однако это – заблуждение, точнее говоря, дело обстоит не совсем так или, по крайней мере, не всегда так. Это можно показать на примере своего рода IT-зверинца.⁶ Названия трех животных – *мышь*, *собачка* и *хомяк* – приобрели новые «компьютерные» значения, причем совершенно разными путями.

Ну, с *мышью* все понятно, это значение всем хорошо известно и уже отмечено в словарях («специальное устройство, позволяющее управлять курсором и вводить разного рода команды»). В русском языке это так называемая калька с английского, то есть новое значение появилось у соответствующего названия животного именно в английском языке, а русский просто добавил его к значениям *мышь*. Компьютерная мышь вначале была действительно похожа на обычную и по форме, и по хвосту-проводу, и по тому, как бегала по коврику. Сейчас компьютерные мыши довольно сильно удалились от прототипа, но значение уже прочно закрепилось в языке.

А вот *собачку* в качестве названия для @, значка электронной почты, придумал сам русский язык (точнее, неизвестный автор, или, как в таких случаях говорят, народ). Опять же подобрал нечто похожее, изобрел новую метафору, хотя, надо сказать, сходство с собачкой весьма сомнительно. Я сначала не мог ответить на вопрос, который часто задают иностранцы, – почему именно собака, а потом придумал будку с собакой на длинной цепи, и это почему-то помогает, создает некий образ. Иностранцы поначалу недоумевают, но потом обреченно принимают странную русскую метафору. Вообще, многие языки называют этот значок именем животного: итальянский видит здесь улитку, немецкий – обезьянку, финский – кошку, китайский – мышку, в других языках мелькают хоботы и свинячьи хвосты. А собачку заметили только мы, такой вот особый русский взгляд.

Совершенно другим, но тоже особым путем пошли французы (правда, вместе с испанцами и португальцами), который удивительным образом демонстрирует возможности сегодняшнего государственного регулирования языка. Приведу фрагмент информационной заметки в интернете по этому поводу:

«Генеральный комитет Франции по терминологии официально одобрил несколько неологизмов, связанных с интернетом, и официально включил их в состав французского языка, сообщает Компьюлента. Новые слова введены вместо англоязычных заимствований и призваны сохранить чистоту французского языка. Теперь использование новых слов на французских сайтах и в прессе является предпочтительным по отношению к английским терминам или их переводам».

Наиболее интересным является новое французское название для символа @ – обязательного элемента любого адреса электронной почты. По-английски этот символ обычно

⁶ Или, говоря по-русски, информационно-технологического зверинца.

читается как «at», а по-русски его называют «собакой». Французы же отныне обязаны читать этот символ как *agobase*. Это название происходит от старинной испанской и португальской меры *agrobe*, которая в свое время обозначалась именно обведенной в круг буквой «a». Ее название в свою очередь происходит от арабского «ар-руб», что означает «четверть».

И далее:

«Интересно, что пять лет назад Генеральному комитету по терминологии не удалось добиться замены англоязычного термина *e-mail* на французское слово *mel*».

Как показывает последнее замечание, у государственного регулирования (даже французского) есть определенные границы, но даже и то, что произошло с символом электронной почты, впечатляет. Представить себе, что, скажем, Академия наук РФ постановила называть этот значок так-то и так-то, а русский народ это покорно выполнил, довольно трудно.

Наконец, третье слово – *хомяк* – предлагает третий способ появления значения, правда, не в литературном языке, а, скорее, в интернет-жаргоне. В этом случае происходит как бы заимствование иноязычного выражения (*home page*), а его звуковой облик, отчасти искажаясь, сближается с уже существующим русским словом. То есть берется самое похожее по звучанию русское слово, и ему присваивается новое значение. Это не вполне заимствование, хотя влияние английского языка очевидно. Важно, что никакой связи со значением слова *хомяк* не существует, а есть только связь по звучанию. Фактически речь идет об особой языковой игре, похожей на каламбур. Эта игра оказалась чрезвычайно увлекательной, и в результате постоянно возникают все новые и новые жаргонизмы. Самые известные среди них связаны с электронной почтой: *мыло* (собственно электронная почта, или соответствующий адрес) и *емелить* (от личного имени Емеля; посылать электронную почту). Появление этих слов вызвано исключительно фонетическим сходством с английским *e-mail*. Особенно часто происходит, как и в случае с Емелей, сближение с личными именами: *аська* (англ. *ICQ*) или *клава* (от клавиатура).

Такая игра случается и за пределами компьютерной области. В речи продавцов одежды, а затем и покупателей какое-то время назад стали встречаться слова *элочка* (вариант – *элочка*) и *эмочка*, на звуковом уровне совпадающие с ласкательными именами собственными. Это разговорные обозначения размеров одежды «L» и «M». По-видимому, существует, хотя и встречается значительно реже, слово *эсочка* (для «S»). С большой вероятностью именно совпадение с существующими именами собственными способствовало появлению таких уменьшительных слов. Сравнительно недавно появилось, хотя и не стало очень употребительным, слово *юрики*, обозначающее новую европейскую валюту – евро – и восходящее к английскому произношению.

Распространена эта фонетическая игра и среди любителей машин. Так образуются разговорные названия как автомобильных марок, так и отдельных моделей. Мерседес уже давно называют *меринотом*, здесь, правда, суть дела не исчерпывается только фонетическим сходством, но об этом чуть позже. На форумах автомобилистов в интернете мне встречалось слово *поджарый*, которое я не сразу сопоставил с моделью *Pajero Mitsubishi*.

Обилие примеров показывает, что это уже не случайная игра, а нормальный рабочий механизм, характерный для русского языка, точнее, для его жаргонов. Более того, он демонстрирует две очень ярких черты русского языка, и хотя бы поэтому не стоит относиться к этим словам с пренебрежением («фу, какие нелепые словечки!»).

Во-первых, это прекрасное подтверждение творческого характера русского языка в целом, а не только отдельных его представителей – писателей, журналистов и деятелей интернета. Эта «креативность», по существу, встроена в русскую грамматику, то есть доступна всем. Как говорится, пользуйся не хочу. Справедливости ради скажем, что некоторые пуристы этим никогда не пользуются.

Во-вторых, из всего сказанного видно, что опасность гибели русского языка от потока заимствований сильно преувеличена. У него есть очень мощные защитные ресурсы. И состоят они не в отторжении заимствований, а в их скорейшем освоении. Если посмотреть на последние примеры, можно сказать даже об особом «одомашнивании» отдельных приглянувшихся иностранных слов.

Впрочем, не надо думать, что такой способ образования новых слов появился совсем недавно и что он используется только при заимствовании. Так, например, москвичи уже давно «одомашнивают» и «одушевляют» бездушные названия маршрутов общественного транспорта: отсюда знаменитая *аннушка* – трамвай маршрута «А» – и менее известная *букашка* – название троллейбуса «Б».

Разговор по понятиям

В последнее время почти любая беседа о русском языке сводится к его порче. Спор об этом ведется, как правило, скорее на эмоциональном уровне, но все же существует несколько постоянных аргументов. И в качестве одного из главных приводится появление в языке большого числа «бандитских» слов. Для солидности даже говорят о «криминализации» языка. Борцы за чистоту речи требуют чистки лексикона, запрета жаргонов, в первую очередь, конечно, бандитского, и прочих карательных мер. Очевидно, что с самим фактом частого употребления в речи таких новых (и старых в новых значениях) слов, как *беспредел*, *отморозок*, *наезд*, *крыша*, *стрелка*, *кинуть* ит. д., не поспоришь. Но вот говорить о порче языка, мне кажется, не стоит. Впрочем, без анекдотов тут не разобраться.

Удивительно (или неудивительно), но язык новых русских сразу привлек к себе внимание общества, что выразилось в большом количестве анекдотов о нем. Причем многие анекдоты имитировали тексты из грамматик и учебников, так сказать, «новорусского» языка. Вот несколько анекдотов просто для примера.⁷

Анекдот 1. Бригадир учит новичков: «Распальцовка бывает вертикальная, горизонтальная, фронтальная и чисто беспорядочная...»

Анекдот 2. Параграф из нового учебника русского языка.

Для образования существительного от глагола с ударными окончаниями – *ать*, – *ить*, – *ять* и – *еть* необходимо к глаголу в прошедшем времени единственного числа добавить окончание – *ово*: *вязать* – *вязалово*, *кидать* – *кидалово*, *бубнить* – *бубнилово*, *ходить* – *ходилово*, *гулять* – *гулялово*, *стрелять* – *стрелялово*, *сидеть* – *сиделово*, *смотреть* – *смотрелово*.

Исключение.

Следует запомнить глагол, от которого существительное образуется чисто в виде исключения: *гнать* – *гониво*.

Анекдот 3. Правило из учебника по новому русскому языку для пятого класса: «Слово *чисто* является вводным и выделяется запятыми в тех случаях, когда его можно заменить на словосочетание *в натуре*».

Не знаю, насколько это смешно, но с лингвистической точки зрения довольно наблюдательно. Правда, это можно было бы отнести к жанру «записок натуралиста», все-таки культурные люди так не говорят. Да нет, если подумать, то иногда и говорят.

Есть две вещи, о которых важно сказать. Первая и, на мой взгляд, очевидная: язык нужен нам, чтобы говорить об окружающей нас действительности. Конечно, и о вечном тоже, и еще стихи сочинять, и копить информацию, но все-таки... Прежде всего мы хотим говорить о том, что происходит с нами здесь и сейчас. И когда окружающая действительность (это самое «здесь и сейчас») резко меняется, нам порой не хватает слов для разговора о ней. Хорош тот язык, которому удастся быстро компенсировать этот недостаток. Русскому языку разными способами, но все же удалось. Было бы лицемерием говорить о том, что бандитский период нашей жизни – 90-е годы, которым посвящены известные романы и киносаги, – не существовал. Некоторые считают, что он до сих пор не закончился, но, по крайней

⁷ Я не большой любитель травить анекдоты, но, пожалуй, пару раз еще вернусь к этому жанру, такова уж наша культурная традиция.

мере, самые яркие внешние приметы: типажи, распальцовка, красные пиджаки и подобное – ушли в прошлое. А вот слова остались. Почему? И это второе, о чем стоит сказать.

Попытаемся посмотреть на эти слова без предвзятости. Они чрезвычайно любопытны и интересны с точки зрения лингвиста. Среди них почти нет заимствований. В голову сразу приходят, пожалуй, только *киллер* и *рэкет* вместе с *рэкетиром*. И это несмотря на то, что «новый русский» бандитский мир очевидным образом формировался под влиянием американской гангстерской мифологии.⁸ Уже давно отнесенные к классике фильмы «Крестный отец» или «Однажды в Америке» стали образцами, без которых не возникли бы русские «Бригада» или «Бумер». Среди этой лексики довольно мало слов, пришедших из классической блатной фени (таких, например, как *лох* или *кинуть*). Надо, впрочем, честно признать, что происхождение многих слов достоверно проследить не удастся, хотя почти каждому из них сопутствует своя лингвистическая легенда.

В целом это достаточно новый и живой, то есть обновляющийся, употребительный и довольно привлекательный, жаргон. Новые значения появляются, в частности, благодаря ярким метафорам: та же *крыша* хотя бы. Для *крыши* главной оказывается идея защиты, обычная крыша защищает дом, а «крыша современная» защищает бизнесмена и его дело. Не менее интересно выражение *фильтруй базар*, где столкнулись, казалось бы, несовместимые старый и современный языковые пласты: *базарить* и *фильтровать*. Новые же слова возникают благодаря мощному и продуктивному словообразованию. Ведь в самих моделях, по которым образованы слова *беспредел*, *отморозок* (здесь задействована еще и метафора – переход от замороженного состояния к отмоороженному, то есть ничем не скованному), *наезд* и *распальцовка*, нет ничего дурного. Кстати, слово *наезд* существовало и в древнерусском языке, а сама приставочная модель, с помощью которой возникает новое слово, прекрасно сохранилась в слове *набег*. Конечно, это не древнерусское слово сохранилось, пройдя через века, а просто язык по существующей модели создал это слово заново примерно с тем же смыслом, но применительно к новой действительности. Если раньше *наезд* осуществлялся на конях, то теперь, по-видимому, на *меринах*. Кстати, жаргонное название мерседеса появилось, как я уже сказал раньше, прежде всего из-за звукового сходства, но не только. Это вдобавок еще и метафора, которая подчеркивает связь автомобиля и лошади, их общую «транспортную» функцию.

Пожалуй, самое интересное состоит в том, что многие из «бандитских» слов оказались востребованы языком и после того, как сама бандитская действительность если не исчезла, то хотя бы затухала, стала менее заметной. И часто именно это вменяется языку в вину. Вначале он с помощью этих слов описывал бандитскую действительность, а сейчас что?

Употребление этих слов отчасти можно списать на моду, причем, действительно, на моду, на мой взгляд, не слишком приятную. Многие люди (не-бандиты) научились разговаривать так как бы шутя и иронизируя, а отучиться никак не могут, тем более что бандитский жаргон успешно мутировал, смешавшись с «новым русским» языком чиновников и бизнесменов, в котором фигурируют такие слова и выражения, как *коммерсы*, *откаты* и *пилить бюджет*. Короче, жаргон соответствует социальному прогрессу – от периода начального накопления капитала к периоду государственного капитализма и государственной коррупции. В этом случае как нельзя лучше подходит совет *фильтровать базар*, – но только вряд ли к нему прислушаются.

Самой же любопытной оказалась судьба нескольких слов, которые из разряда бандитских перешли в общепотребительные.

⁸ Кстати, выражение *новый русский*, во многом определившее эту эпоху, было введено в газете «Коммерсант» в 1992 году. Легенда приписывает его изобретение основателю газеты В. Е. Яковлеву. Но независимо от того, верна ли легенда, можно предположить, что автор или авторы этого выражения были знакомы с книгой американского журналиста Хедрика Смита и, возможно, вдохновлены ею. Книга эта (Hedrick Smith, *The New Russians*) появилась в 1990 году.

Я еще помню те времена, когда мои весьма культурные знакомые, морщась, спрашивали: «Отморозок, а что это такое? Фу, как грубо!» А сейчас милейшая интеллигентная дама, ни секунды не задумавшись, реагирует на какую-то мою безобидную фразу: «Ну, это уже наезд! Как ты смеешь!» Эти слова, поначалу воспринимаемые как нечто чуждое литературному языку (этакие кадры из бодрого боевика), расширили свое значение и стали привычны в речи образованного человека.

Часто они заполняют определенную лакуну в литературном языке, то есть выражают важную идею, для которой не было отдельного слова. Такими словами оказались, например, *достать* и *наезд*. Они стали очень популярны и постоянно встречаются в устном общении, хотя бы потому, что точнее одним словом не скажешь. Кроме всего прочего, в них есть экспрессия и особая эмоциональная сила, характерная для многих жаргонизмов. Особенно же меня впечатлил «карьерный взлет» еще одного подобного слова: в заявлении МИДа встретилось выражение *акт террористического беспредела*. Поразительно, как легко слово *беспредел* преодолело лагерные границы (ведь изначально это слово описывало особую ситуацию в лагере, когда нарушаются неписанные лагерные правила) и вошло в официальный язык.

Бороться с подобным «обогащением» русского языка абсолютно бессмысленно, тем более что оно представлено единичными явлениями. Оно, скорее, даже полезно. Большинство же «бандитских» слов уйдут, как только исчезнет потребность в них и схлынет мода. Остается дожидаться...

Сделайте мне элитно!

Я хочу жить в элитной квартире со стильной мебелью, носить эксклюзивные часы и актуальную прическу, читать реальную рекламу и смотреть исключительно культовые фильмы. Вот тогда я буду правильным пацаном, тьфу на вас... продвинутым менеджером. Этим длинным высказыванием я пытаюсь перейти к гламурной волне. Гламурные слова, конечно, не такая компактная область, как слова бандитские.

Трудно провести четкую границу между, скажем, гламурным и молодежным жаргонами. Они постоянно перетекают друг в друга. Слово *тусовка* изначально появилось в молодежном жаргоне, потом стало гламурным и, по существу, общепотребительным. А слово *зажигать* в значении «развлекаться», кажется, сначала появилось в глянцевых и прочих журналах, и только потом вошло в молодежный обиход. Впрочем, за последнее не ручаюсь. Да и приход гламурных слов растянулся надолго и, на самом деле, до сих пор продолжается.

Само слово *гламур* пришло к нам из английского языка – *glamour* – и успешно конкурирует со словом *глянец*, потихоньку вытесняя его из языка (по крайней мере в одном значении). *Глянец* было заимствовано раньше из немецкого языка, в котором соответствующее слово *Glanz* значило просто «блеск». Глянцевыми стали называть журналы с блестящей обложкой, а уж затем значение расширилось, и речь пошла о принадлежности к определенной массовой культуре, пропагандируемой «глянцевыми журналами», то есть журналами с той самой блестящей обложкой, но, главное, – журналами совершенно определенного содержания: о моде, о новом стиле жизни. Слово *гламурный* описывает вроде бы ту же самую журнальную культуру, но в большей степени раскрывает ее суть, ведь в английском оно изначально связано с чарами и волшебством (таково его первое и исходное значение). Возможно, поэтому оно сочетается с большим кругом слов. Скажем, журналы можно называть и глянцевыми, и гламурными, а вот *глянцевые женщины* мне что-то не попадались. *Гламурные* же иногда встречаются, причем не только на страницах журналов, но и в жизни.

В гламурных текстах совершенно особую роль играют оценочные слова, прежде всего прилагательные и наречия. Причем если в речи в целом, и этот факт лингвисты заметили уже давным-давно, гораздо больше слов с отрицательным значением вообще и с отрицательной оценкой в частности, то здесь используется исключительно положительная оценка. Без позитивного настроения, конечно, и в обычной речи не обойдешься, но в рекламно-гламурно-глянцевом языке эти слова просто самые главные. Понятно, что в этом дивном, волшебном мире все не просто хорошо, все очень хорошо, а язык немножко смахивает на крикливого торговца, который все нахваливает свой товар.

Что же это за язык? Полистайте глянцевого журналы, послушайте болтовню светской тусовки или щебет милейших корпоративных девушек в кафе, взгляните на рекламные тексты или просто на вывески, от которых лингвисту так трудно оторваться, – и вы поймете, о чем я. Кого-то этот язык раздражает, кого-то смешит, а кто-то без него уже не может, наконец, просто иначе не умеет.

Пожалуй, одним их самых ярких примеров модной оценки стали слова *элитный* и *эксклюзивный*. Еще лет пятнадцать назад слово *элитный* сочеталось с сортами пшеницы или щенками, ну, на худой конец, с войсками, и подразумевало отбор, селекцию лучших образцов. Затем оно стало понемногу вытеснять из языка слово *элитарный* («предназначенный для элиты»), и возникли *элитное жилье* и *элитные клубы*. А затем началось форменное безобразие. Появилось даже *элитное белье* и *элитные кресла*! Ну не бывает особого белья и особых кресел для какой бы то ни было элиты, политической ли, интеллектуальной ли! Есть просто очень дорогое белье, ну и ладно, соглашусь, качественное. Этот смысловой переход, впрочем, очень понятен и легко объясним. Элита у нас все больше понимается в эконо-

мическом смысле, исходя из принципа «Если ты такой умный, что же ты такой бедный?». Иначе говоря, *элита* все чаще означает просто «богатые люди». Тем самым элитные вещи – это вещи, предназначенные для богатых, а значит – дорогие. И все-таки разница между старым нормативным значением («полученный в результате селекции») и новым употреблением настолько велика, что порой вызывает улыбку.

Недавно на Садовом кольце я обратил внимание на вывеску – «Элитные американские холодильники». Если вы улыбнулись, значит, не все еще потеряно. Если нет, просто отложите книгу в сторону, мы вряд ли пойдем друг друга. Кстати, рядом, на другой стороне Кольца, находятся менее смешные, но все-таки неуклюжие «Элитные вина», а стоит свернуть в переулки, ивы неизбежно наткнетесь на «Элитные двери» или «Элитные окна».

Таким образом, сейчас происходит – и, на самом деле, уже произошла – девальвация смысла этого слова, осталась только положительная оценка: дорогой и, следовательно, качественный. Впрочем, язык не стоит на месте. Недавно я получил в электронной рассылке среди прочего спама предложение: «Элитные семинары по умеренным ценам». Вот и дороговизна улетучилась. Спрашивается, что же осталось в значении этого слова?

У слова *элитный* есть брат-близнец – прилагательное *экссклюзивный*. То есть вначале они довольно сильно различались. *Экссклюзивный* подразумевало предназначенность для одного единственного субъекта, например, эксклюзивным можно назвать интервью, данное лишь одной газете, а эксклюзивные права предоставляются лишь одной компании.

Но вот все чаще в текстах попадаются странные сочетания: *экссклюзивные видеокассеты*, выпущенные огромным тиражом (зато с очень редкими кадрами), или, например, *эксklusive часы*, изготовленные в количестве 11111 штук с автографом самого Михаэля Шумахера. Короче говоря, *эксklusive*, опустошаясь семантически, приближается к новому значению *элитного*: редкий, дорогой и качественный. Но вот и редкость исчезает, когда я читаю растяжку над рыночным прилавком: «Эксklusive баранина». Казалось, что после эксклюзивной баранины это слово уже ничем не сможет меня удивить. Но нет! Как-то я включаю телевизор и наблюдаю двух милых дам (ведущую передачи и ее гостью – певицу⁹), которые разговаривают примерно так (точно записать не успел). Ведущая: «Ну, вы ведь экklusive женщина!» Певица нервно хихикает. Ведущая: «Нет, нет, я в хорошем смысле». Мой – по-видимому, извращенный и, очевидно, мужской – ум еще готов понять, что такое экklusive женщина в слегка неприличном смысле, но что такое «эксklusive женщина в хорошем смысле», он понимать отказывается. Найдется ли кто-нибудь, кто сумеет это объяснить?

Эксklusive и *элитный* фактически становятся синонимами и могут просто усиливать друг друга, как, например, в рекламе «Кожаных изделий экklusive и элитных производителей». Еще пятнадцать лет назад *элитным производителем* мог бы называться только какой-нибудь бычок или жеребец, а вот поди ж ты, как движется прогресс, и сейчас речь идет об изготовителях дорогих изделий.

У оценочного слова в рекламном языке недолгая жизнь. Вначале его отыскивают либо в родном русском языке, либо в чужом, то есть заимствуют, причем положительной оценке в его значении, как правило, сопутствует еще какой-то интересный и нетривиальный смысл. Потом слово вбрасывают в тексты, и, если повезет, оно сразу становится модным, начинает использоваться в невообразимых контекстах, а смысл его потихоньку стирается, и остается только восторженная оценка. Наконец, оно всем надоедает, его перестают воспринимать всерьез и выбрасывают, как старую тряпку, чтобы восхищаться каким-нибудь новым словечком. Увы, *sic transit gloria mundi*, и слов это тоже касается.

⁹ Для любопытных могу сообщить, что речь идет о приятных во всех отношениях Тине Канделаки и Ирине Богусhevской.

В начале перестройки необычайную силу приобрели прилагательные *культовый* и *знаковый*. Все реже используется похожая по смыслу на *элитный* иностранная аббревиатура *VIP* (Very Important Person): *VIP-услуги* и прочее. А ведь и с ней доходило до комического: нет-нет да и встречались *VIP-персоны*, то есть, если перевести английскую часть, «очень важные персоны»-персоны.

Надо сказать, что и *элитный*, и *эсклюзивный* тоже миновали пик моды, и хотя встречаются еще повсеместно, судьба их незавидна. В самом начале они как бы тянули потенциального покупателя за собой. За ними обоими стояла идеология избранности. *Элитный* говорил: «Купишь вещь – войдешь в элиту!», а *эсклюзивный*: «Купишь вещь – будешь ее единственным обладателем, ни у кого такой нет!» Потом – идеология богатства, и они уже на один голос кричали: «Купи дорогую вещь! Дорогая значит хорошая!»

А теперь все чаще они используются в рекламе не очень дорогих и не очень качественных товаров и все слабее воздействуют на потенциальных покупателей. Это похоже на то, как если бы в рекламе все время вставляли словосочетание «очень хороший». Кто же на это клонет?

Даже крупные строительные компании отказываются от слов *элитное жилье*, *элитные квартиры* и т. д. На смену им пришло *жилье бизнес-класса*, *люкс* или *премиум*. Впрочем, на улицах Москвы уже появилась реклама *чикен премиум*, то есть, говоря другими словами, «элитно-эсклюзивных цыплят». А это означает очередное снижение оценки, так что, боюсь, и *премиум* долго не продержится.

В моду входят другие слова, например *пафосный* или даже *готичный*. Среди оценочных прилагательных есть и более хитрые, и более непотопляемые, которые непосредственно связаны с идеологией потребления. И о них тоже стоит поговорить.

Самое правильное слово

Этого слова следует бояться. В нем слишком много идеологии, и оно не оставляет выбора. В конце концов, от чего-то элитного или эксклюзивного можно отказаться, а от этого – нет.

В интервью известного теле- и просто журналиста Леонида Парфенова, которое он дал журналу «Афиша», сказано следующее:

– Где вам в Москве весело?

– Для меня главное из развлечений – правильная жратва в правильном месте. Сейчас время ланча, тепло. Я бы на какой-нибудь террасе посидел. Съел бы салат «Рома», в смысле с зелеными листьями, и заказал Pinot Grigio под рыбку. Только вот не знаю, где сейчас можно найти террасу, наверное, в «Боско».

Кстати, а вы сами носите правильную одежду? Смотрите правильные фильмы? Слушаете правильную музыку? Ходите в правильные места? Или как? Ах, вы не знаете, что следует считать правильным? Читайте гляцевые журналы – вас научат.



Рай на Земле – это рынок плюс эксклюзивная баранина для всех



И мир предстанет совершенно иным – эксклюзивным



Холодильники от элитных американских производителей



***Вот и цыпленок жареный в люди выбился...
Премиум чикен для жильцов премиум класса***



Оставь сомненья всяк сюда входящий



Ох, не к матери неизвестного японца отсылает это название...



Трапеза вы... С буквой «ять» всегда проблемы. Ее место занял «еръ»



Любить букву Ё сегодня признак патриотизма. В Ульяновске ей посвящен памятник, в Москве – магазин

Раньше я вздрагивал от этих непривычных словосочетаний, а потом привык, и уже с удовлетворением обнаружил в статье под названием «SUPERVУЗЫ. 10 правильных заведений» упоминание родного университета. Жаль, конечно, что я не могу последовать рекламе: «Купи правильный дом. Новорижское шоссе», но уж в магазин «Правильная обувь» я захожу регулярно. В общем, все хорошо, жизнь удалась.

Кстати, объяснение словосочетаний *правильная жратва* и *правильное место* в интервью с Л. Парфеновым очень характерно: *салат «Рома», в смысле с зелеными листьями, Pinot Grigio под рыбку, терраса в «Боско»*. Все это весьма изысканно и едва ли известно непосвященному читателю. Зато читатель «Афиши» может попытаться стать посвященным. Такое употребление слова *правильный* близко по значению французскому выражению *comme il faut*, заимствованному в русский язык как *комильфо*. С помощью слова *правильный* глянцево-журнальные формируют новый стиль поведения, следовать которому должен любой *продвинутый* (еще одно модное слово) человек. Если использовать европейские аналогии, можно сказать, что речь идет о создании нового русского дендизма, особого свода правил «как себя вести», «какую одежду носить», «что есть», «что читать», «куда ходить» и т. п. И вся эта сложная система скрывается за новым употреблением слова *правильный*, что и объясняет его взлет.

Это прилагательное прежде всего активно сочетается с названиями продукта в самом широком смысле этого слова: от одежды, обоев, еды – до пищи духовной: романов, фильмов,

спектаклей и т. п. Также правильными могут считаться и производители или создатели соответствующей продукции. Если раньше, выделяя, мы бы назвали режиссера модным, популярным, народным, ну, в лучшем случае, культовым, то сейчас нет ничего выше звания «правильный режиссер». Иди и смотри.

И наконец, тот, кто следует всем этим гламурным указаниям, может сам считаться *правильным* (или, как говорили когда-то, *комильфо*), то есть по сути – правильным потребителем. Меня недавно поразила фраза из той же «Афиши»: «Последние лет пять правильную московскую девушку можно было отличать по колготкам. Колготки должны были быть только телесного цвета, только прозрачные и только оттенка загара». Я еще не вполне осознал, кто они – эти загадочные правильные девушки, но уже получил инструкцию, как узнавать их в толпе. Конечно же, по колготкам телесного цвета.

Совершенно очевидно, что большинство подобных сочетаний человеку семидесятых показались бы дикими, однако не все так просто. В советских текстах все-таки встречаются похожие примеры, хотя не так часто и в довольно специфических «идейных» контекстах. Вполне допустимо, например, было словосочетание *правильный фильм*, но, естественно, оно использовалось по отношению к фильмам совершенно другого рода, активно одобряемым советской властью, – то есть с правильной идеологией. Таким образом, неизменная часть значения у данного слова на самом деле сохраняется, просто на смену одной идеологии, политической, приходит другая – идеология потребления, что и определяет его сочетаемость.

По существу, за этим словом всегда стоит некая «идейность», но отнюдь не в том единственном политическом смысле, к которому так привыкли советские люди. Подобное употребление прилагательного вообще характерно для жаргонов, связанных с жесткими поведенческими нормами. Здесь можно вспомнить и блатной мир, только вместо *правильных девушек* его населяют *правильные пацаны*.

Что же касается идеологии потребления, то она, не будучи политической и тоталитарной, не становится от этого менее жесткой и агрессивной. Через соответствующие слова она проникает в сознание, навязывая, в частности, жесткие правила выбора. Следует ходить в *правильные* места, есть в них *правильную* еду, наконец, знакомиться и общаться с *правильными* девушками (тем самым последние выступают тут и как субъект, и как объект потребления). Читать нужно исключительно *правильные романы*, слушать *правильную музыку*, смотреть *правильные фильмы*...

Переключка между нынешним временем и советской эпохой характерна и для некоторых других модных прилагательных: *позитивный*, *актуальный*, *реальный* и т. д. Например, *позитивный* сочетается сейчас с такими словами, как *фильм*, *спектакль*, *сценарий* или *шоу*: «Мало сыщется фильмов, вызывающих такие же умиление с просветлением. Если “Блондинка в законе” – самый позитивный фильм сезона, то этот – самый адекватный...» (Известия).

Такие употребления не описываются существующими словарями (речь идет о совсем недавней кальке с английского), однако фактически выражают идеологию социалистического реализма. Позитивные фильмы и спектакли показывают жизнь такой, какой она должна быть, а не какая она есть на самом деле. Все чаще в текстах мелькают двоюродные братья *актуальный* с *реальным*. По телевизору показывают *Реальную политику*,¹⁰ а на улицах города мы видим *реальную рекламу*. Актуальным сегодня тоже может быть все: от искусства до автомобиля или прически. Иногда концентрация всех этих слов в тексте зашкаливает, хорошо если автору все же свойственна хотя бы легкая ирония: «Музей современного искусства, открывая ретроспективой Айдан Салаховой новую программу “Москва актуальная”,

¹⁰ Название телепередачи.

сделал выбор безукоризненный. Само понятие “актуальное”, ввиду длительного и широкого употребления, подрастеряло, как кажется, былую актуальность, вытерлось немножечко до состояния “элитного” и “эксклюзивного” – но если слово “актуальное” значит сегодня что-то еще, то именно это: пример остальным, образец для подражания; что же она еще, как не пример или образец? Умница и отличница, красавица и так далее; иногда они возвращаются, времена правильных героев» (К. Агунович, «Афиша»¹¹).

По существу, все эти прилагательные выражают положительную оценку, как, скажем, и *элитный*, и *эксклюзивный*, но делают это не так крикливо и не так явно. Они отсылают к неким ценностям, к определенной системе взглядов, но при этом не фиксируют их раз и навсегда, что и позволяет им быть более устойчивыми. И в сегодняшнем гламурном мире они оказались на видном месте. Вот уж, действительно, ключевые слова эпохи.

¹¹ Здесь, наверное, самое время извиниться за постоянное цитирование журнала «Афиша», но по количеству словесных новинок он, на мой взгляд, превосходит все прочие. Точнее говоря, он во многом является творцом и законодателем словесной моды.

Невыносимая недоопределенность бытия

У многих из нас есть свое собственное эмоциональное отношение к словам, и у меня в том числе. Ну, не люблю я некоторые слова, и все тут. И не важно, лингвист я или не лингвист, рациональности это моему чувству не добавляет. Я перестаю слушать человека, если он вдруг произносит не слишком грамотное слово *волнительный*, но точно так же меня раздражает безупречное *амбивалентный*. Другое дело, что как лингвист я могу свое чувство проанализировать и попытаться установить его причины. Что я сейчас и сделаю.

Мне не нравятся два модных сегодня слова – *проект* и *продукт*, точнее говоря, их новое использование. Кто теперь только не говорит: «У меня есть несколько актуальных проектов» или «Я сейчас задействован в новом проекте». Про новый роман или фильм могут запросто сказать: «Ну, это вполне достойный продукт». Актеры сегодня предпочитают участвовать в проекте, а не сниматься в фильме или играть в спектакле. А для режиссера в свою очередь престижнее в результате проекта выпустить продукт, чем просто снять фильм. Почему так? И почему мне не по себе от этих вроде бы вполне безобидных, хоть и модных слов. Я вижу здесь две разных причины.

Первая состоит в том, что с помощью этих слов мне навязывается некая бизнес-метафора, которая особенно чувствуется в слове *продукт*. Результат любой деятельности, в том числе и творческой, оценивается с точки зрения купли-продажи. Сама же деятельность с помощью слова *проект* интерпретируется как продуманная и направленная на получение того самого *продукта*. Распространение этой бизнес-метафоры на любое занятие как бы погружает его в деловой мир и делает более престижным.

Но есть и вторая, более глубокая, причина, объяснение которой потребует обращения к современной науке. В когнитивной психологии используется понятие базисного (или основного) уровня. Классические эксперименты американки Элеоноры Рош показали, что психологически базисными оказываются не самые фундаментальные категории, выражаемые словами с максимально абстрактным значением, а именно срединные категории. Так, в тройках *млекопитающее – собака – ищейка* и *мебель – стул – кресло-качалка* крайние члены относятся, соответственно, к высшему (*млекопитающее, мебель*) и подчиненному (*ищейка, кресло-качалка*) уровням. Базисными с психологической точки зрения следует считать срединные категории, то есть *собака* и *стул*. Именно этими понятиями и категориями мы оперируем, размышляя или рассуждая об обычных ситуациях. Переход на другой уровень маркирован. Он определяется спецификой ситуации, в которой нам необходимо что-то обобщить или, наоборот, конкретизировать. Психологическая базисность проявляется и в языке. Слова базисного уровня более частотны и нейтральны. В нормальной ситуации мы называем собаку *собакой*, а не *терьером* или *животным*. Впрочем, по-видимому, понятие базисного уровня не абсолютно и зависит от реальных условий. В частности, на изменении базисного уровня построен старый советский анекдот, рассказывающий о поведении покупателя в разные эпохи, характеризующиеся разной степенью изобилия в магазинах (последняя эпоха скромно именовалась коммунистической):

Заверните, пожалуйста, 200 граммов рокфора;
Заверните, пожалуйста, 200 граммов сыра;
Заверните, пожалуйста, 200 граммов еды.

Бывают, однако, времена и стили общения, в которых происходят сдвиги с базисного уровня. Так, например, в «советском» языке, то есть официальном языке советского периода, существовал очевидный сдвиг в сторону абстракции. Этот же сдвиг постоянно присутствует

в речи политиков и бюрократов. Одним из возможных эффектов такого сдвига оказывается неинформативность текста: сказано много, а по сути ничего.

Увы, такова и сегодняшняя мода. Обобщение, с одной стороны, скрывает суть дела, с другой стороны, придает делу серьезность и значительность. Когда кто-то говорит: «Я участвую в проекте», это может означать все что угодно, то есть буквально все или ничего. Точно так же за *выпуском нового продукта* может скрываться нечто значительное, а может – ерунда. Мы оставляем собеседнику возможность самому додумать, конкретизировать сказанное нами, заполнить пустоты, создаваемые чрезмерной абстрактностью, желательно в выгодном для нас ключе. И здесь можно снова обратиться к бизнес-метафоре. Ведь само слово *бизнес* устроено точно таким же образом. Совершенно естественно в ответ на вопрос *Кто он?* сказать *У него свой бизнес*. Но по сути это не значит почти ничего, это просто такое определение через отрицание: *не госслужащий, не наемный работник, не богема*. Разброс может быть от мультимиллиардера, владельца заводов, газет, пароходов, до чистильщика обуви или мелкого мошенника. Примерно так же абстрактно и размыто слово *менеджер*, о котором мы поговорим чуть позже (от продавца до руководителя крупной компании). С помощью подобных абстракций мы размываем нашу реальность, наше социальное положение, предпочитая весомую и многозначительную неопределенность или, точнее, недоопределенность. У нас ведь как бы все в порядке. Ну, или пусть по крайней мере собеседник так думает.

Интересно, что подтверждение этому легко находится в тексте. Вот примеры из речи творцов из разных и далеких сфер искусства – театра и эстрады. Казалось бы, следовало ожидать модной лихости в устах певца Сергея Минаева и аккуратной интеллигентности в устах драматурга и театрального режиссера Михаила Угарова. Однако...

– Последний вопрос: театр на «Слесаре» на аренду подвала заработает?

– Не знаю, мы хотели сделать продукт, который бы всем понравился.

Такая, знаете, смесь производственной драмы и абсурдизма. А продукта, который можно было бы продавать и кормить за его счет театр, не получается (интервью с Михаилом Угаровым, «Афиша»).

– Расскажите, какие у вас сейчас проекты?

– Что это за слово такое – «проекты»? В смысле – чем я занимаюсь?

Знаете, я вредный мужик, мне все эти новомодные слова непонятны. Я работаю тем же, кем и 30 лет назад, – я артист (интервью с Сергеем Минаевым, «Афиша»).

Режиссер хочет создавать продукт, чтобы продавать его, правда, у него не получается. А певец, напротив, упрямо сопротивляется бизнес-метафоре. Слова выдают потаенное.

Но, пожалуй, наибольших масштабов и наивысшего полета эти слова достигают в речи политиков (чего, впрочем, и следовало ожидать). И здесь снова приходится цитировать. Журналист Андрей Колесников в «Коммерсанте» пишет: «Господин Иванов успел сделать доклад на первом пленарном заседании форума, и в этом докладе представил Россию как один глобальный инфраструктурный проект, не очень-то, впрочем, и нуждающийся в мировых инвестициях, но и не отказывающийся от них».

Россия как один глобальный проект? Как сказал бы кто-нибудь помоложе – это круто!

О чем говорят паразиты

У одного моего знакомого электрика было два слова-паразита, которыми он владел практически виртуозно. В разговоре с мужчинами он использовал одно-единственное матерное слово,¹² но если к беседе подключалась женщина, он тут же заменял его на *на фиг*, то есть, как сказали бы лингвисты, владел двумя регистрами речи, которые строго распределял по гендерному принципу.

Сколько я себя помню, стилисты и языковые пуристы всегда боролись с так называемыми словами-паразитами, со всеми этими *так сказать*, *значит* (с просторечным вариантом *значить*), *естественно*, *вот* и прочими, которые, как принято считать, ни для чего не нужны и только засоряют нашу речь. На самом деле, не все так просто, в языке ведь вообще нет ничего лишнего. За каждым из этих слов стоит некая идея, которая вдруг оказывается востребованной и потому часто воспроизводимой, и лишь потом, когда возникает устойчивая привычка к слову, оно становится тем самым паразитом, от которого почти невозможно избавиться. Но даже и в этом случае самому говорящему оно приносит определенную пользу, а именно – дает время подумать и сообразить, что говорить дальше, а также склеивает прочие слова. Недаром одна из функций русского мата как раз такова – заполнять пустоты в речи и в мысли. Именно так и используют мат не слишком грамотные и образованные люди.

К сожалению, слушающим слова-паразиты приносят в основном неприятности. Их бесконечный повтор просто раздражает собеседников. В какой-то момент эти постоянные *значить-значить-значить* или *таксказать-таксказать-таксказать* заглушают все остальные слова и просто мешают воспринимать мысль. Хотя и для слушающего они могут оказаться полезны. Например, слово-паразит *вот* обозначает завершение некоторого смыслового блока, то есть дает время осмыслить сказанное и подготовиться к новой информации. Есть люди, которые даже во время монолога постоянно обращаются за поддержкой к собеседникам и делают это с помощью словечка *да* с вопросительной интонацией или вопросов-обращений типа *понимаете*, *знаете*. Эти вроде бы и паразиты в действительности очень нужны говорящему и выдают его особый психологический склад, потребность в постоянной коммуникативной поддержке и связи с собеседником. Это, впрочем, не означает, что перед вами обязательно мягкий, сомневающийся человек. Я слышал регулярное вопросительное «*да?*» в устах абсолютно уверенных в себе людей. Этим словом они как бы постоянно подхлестывают собеседника, не давая ему ни на секунду отвлечься от разговора, а точнее – от слушания того, что они говорят.

Время от времени в русском языке появляются новые слова-паразиты. Вот как это представлено в еще одном анекдоте о языке новых русских:

«Новый англо-русский словарь: неопределенный артикль *a* переводится на русский как *типа*, а определенный артикль *the* – конкретно или чисто».

Эти словечки распространились десять-пятнадцать лет назад вместе с распальцовкой и прочими атрибутами нового русского и, конечно, с артиклями имеют не очень много общего. Например, раньше слово *типа* сочеталось только с родительным падежом существительного (*животное типа собаки*), а в новом употреблении слово характеризует не только существительное, но и глагол, и целую фразу: *Я типа сказал* или *Типа сказал и сделал*.

¹² Если честно, то это был, скорее, эвфемизм, то есть заменитель матерного слова, который звучал так: *ёнтить*. Электрик принимал участие в ремонте нашей квартиры, а собственно лингвистический эксперимент проходил сучастием меня имей жены.

У слов-паразитов в силу их частотности появляется еще одно важное свойство. Чем чаще произносится слово, тем заметнее тенденция к его сокращению, сжатию. Таким образом мы экономим свои произносительные усилия. Хороший паразит – паразит односложный, отсюда и постоянное стяжение «лишних» слогов. Поэтому мы и говорим что-то вроде *тксать* вместо *так сказать*. Это стало отражаться в особой интернет-орфографии. Так появилось слово *ессно* (*естественно*, если кто не понял). Раз уж речь зашла об интернет-орфографии, нельзя не вспомнить еще одну любопытную вещь. Именно в интернете стали различать в написании слово-паразит и обычное нормативное *типа*. Слово-паразит часто записывается таким образом – *типо*: *Начинаем типо раздачу слонов*.

Интересно, что слово *типа* стало всего лишь стилистическим (поначалу «бандитским», а потом хоть вульгарным, но общенародным) вариантом, незадолго до этого распространившегося обычного слова-паразита *как бы*. Как и другие паразиты, словечки *типа* и *как бы* восходят к совершенно нормальным русским словам, которые вдруг начинают употребляться чаще и в совершенно неуместных контекстах и ситуациях. В литературном языке эти два слова связаны с идеей сходства, подобия (но не совпадения). В своем «паразитическом» употреблении они от этой идеи отходят.

– Я как бы лингвист, – могу сказать я (хотя стараюсь так не говорить), при том что я действительно лингвист, а не просто похож на него. Я как бы работаю, – говорит кто-то, действительно работающий в этот момент, а не имитирующий деятельность. Есть люди, у которых это *как бы* встречается в речи чуть ли не перед каждым словом: «Я как бы здесь работаю как бы продавщицей». Короче, пурист немедленно ставит диагноз – слово-паразит, которое подлежит скорейшему удалению из речи. Но ведь, несмотря на все старания, слово *как бы* в таком употреблении не исчезает из речи, что само по себе повод задуматься о нем. Такое *как бы* относится не к какому-то конкретному слову (как, например, английский артикль), а характеризует речь человека в целом, его психологическое состояние и, возможно, даже социальный статус. Как это ни парадоксально прозвучит, это слово стало очень своеобразным инструментом вежливости (или «как бы вежливости»). Фактически оно означает, что говорящий отказывается делать резкие и окончательные высказывания о мире, а каждый раз заявляет о своей неуверенности, об отсутствии у него права делать такие утверждения, и в том числе о его не высоком статусе, в частности по отношению к собеседнику. Это как если бы человек говорил одну фразу и сразу добавлял: «Ну, впрочем, это мое частное и не очень важное мнение, возможно, не соответствующее действительному положению дел». Так разговаривает подчиненный с начальником, заинтересованное лицо с влиятельным и т. п. Скажем, хороший студент на экзамене не должен решительно заявлять: «Волга впадает в Каспийское море». Это слишком безапелляционное и отчасти нахальное заявление, за него можно и тройку схлопотать. Правильнее сказать: «Волга как бы впадает в (как бы) Каспийское море». Этот ответ демонстрирует уважение к экзаменатору, неуверенность и скромность (второе *как бы* факультативно и, возможно, уже избыточно и даже льстиво). И уже без всякого юмора должен сказать, что это действительно одно из частых слов, встречающихся в ответах на экзамене.

Тот факт, что именно *как бы* стало самым распространенным словом-паразитом нашего времени, на мой взгляд, свидетельствует о нашем времени. Вы спросите: «Как?» Да я типо уже написал. Дальше думайте как бы сами.

Профессиональная конкуренция

Ну вот, я и добрался до третьей лексической волны – профессиональной. Впрочем, в этом случае метафора волны едва ли уместна, это больше похоже на постоянный мощный поток, конца которому не видно. Зато видны разные составляющие: термины, жаргоны и т. д. Одной из наиболее интересных и важных частей оказываются названия профессий. Так и хочется спросить: «Зачем их столько?»

Некоторое время назад со мной произошел старый анекдот про дизайнера, но только наоборот. Как вас представить? – спросили меня по телефону, когда я позвонил в интернет-компанию. Когда я не только назвал фамилию, но и в ответ на много переспросов объяснил, что первая буква никак не Дмитрий, а скорее Константин, а в середине нет не только Б, но и М, милый женский голос произнес: «Окей», и после некоторой паузы уточнил: «Это фамилия?» Только чудом я удержался, чтобы не ответить: «Нет, профессия», что, конечно, никого не удивило бы. Профессий так много...

Половины нынешних профессий я и сам не знаю. И неизменно радуюсь, когда узнаю новые. Например, что *эйчар* – это то же самое, что менеджер по персоналу, но ни в коем случае не кадровик (эйчар обидится). А ведь есть еще *хедхантер*, *мерчандайзер*, *бьюти-эдитор* и *медреп*. Удивляюсь, – почему бы просто не сказать: охотник за головами, красotka-редактор? Впрочем, это, конечно, шутка, и притом не самая удачная.

В этом потоке актуальных профессий на самом деле скрыто множество разных проблем. Одна из них – чрезвычайно важная – хорошо описывается словом «конкуренция». Я имею в виду конкуренцию слов. Человека, имеющего определенную профессию, сейчас можно называть по-разному. Иногда эта конкуренция достаточно примитивна: существуют разные варианты написания или произнесения одного и того же слова. Например, человека, занимающегося недвижимостью, можно назвать по крайней мере четырьмя способами: *риэлтор*, *риэлтер*, *риелтер*, *риелтор*. Но это свидетельствует лишь о том, что слово не вполне вошло в русский язык, а точнее – не вполне прижилось, и написание еще не устоялось. О том, как же писать правильно, а главное – почему, – чуть позже. Пока же стоит обсудить содержательную сторону.

Любопытно то, что *риэлтор* вытеснило слово *маклер*, которое в советское время значило примерно то же самое.

Подобных примеров много. Почему *эйчар*, но не *кадровик*? Почему *рерайтер*, но не *редактор*? Почему нынешние *парикмахеры* предпочитают называться *стилистами*, а нынешнюю *модель* (особенно *топ-*) никому не придет в голову назвать *манекенищицей*?

Некоторые из старых слов еще актуальны (*кадровик* и *редактор*), другие же устарели и используются только в разговоре о прошлом (*манекенищица* или *маклер*).

По поводу этих пар есть, грубо говоря, два мнения.

Первое состоит в том, что это – разные профессии. Так, *стилист*, в отличие от *парикмахера*, не просто пострижет, но и позаботится о стиле в целом. Современная *модель* отличается от советской *манекенищицы*, как небо от земли. Она ведь не просто демонстрирует одежду (судя по старым фильмам, в основном рабочую), а снимается в рекламных роликах, участвует в фотосессиях для глянцевого журналов и вообще является эталоном стиля.

Это сравнение можно продолжать долго: у *эйчара*, в отличие от *кадровика*, есть дополнительные обязанности и навыки (я их, увы, плохо знаю) – и так далее.

Однако это не вся правда. Развитие профессии далеко не всегда приводит к смене ее названия. Сегодняшний инженер сильно отличается от инженера XIX века, но *инженером* называться не перестает. Второй, и, по-моему, более точный взгляд, оказывается более приземленным. Суть, конечно же, в престиже и деньгах.

В новых словах присутствует какая-то трудноуловимая аура, привлекательность актуальности и новизны. Естественно, что стилист вправе запросить за стрижку больше, чем парикмахер, а гонорары моделей несопоставимы с зарплатой манекенщиц. С распадом советской распределительной системы полуправильный маклер не мог не превратиться во вполне уважаемого риэлтора, и неважно, что их функции и уровень профессионализма порой никак не различаются. А в 90-х годах XX века *проститутки* «переквалифицировались» в *путан*.

Вытеснение менее престижных слов более престижными существовало всегда (хотя и не в таких масштабах). Ограничусь парой примеров.

В свое время именно *парикмахер* сменил *цирюльника* и *брадобрея*. И совсем не потому, что в дополнение к стрижке он перестал ставить пиявки, а стал делать парики. Аура немецкого профессионализма и основательности преодолела даже фонетические трудности (русским было непросто выговаривать такие громоздкие слова, как *парикмахер* или *бухгалтер*).

Не менее интересен и ряд слов *купец* / *предприниматель* / *коммерсант* / *бизнесмен*. *Купец* относится к истории. Из остальных трех наиболее нейтрален *бизнесмен* – его выберут и в качестве самохарактеристики: *я – бизнесмен*. С *коммерсантом* и *предпринимателем* сложнее. Оба они, как правило, оценочны и сочетаются с соответствующими определениями: *крупный предприниматель* или *мелкий коммерсант* (отсюда и прилагательное *коммерс*).

Многие из новых названий еще не вошли в словари и не стали фактом литературного языка. Пока они скорее относятся к профессиональным жаргонам. Об этом свидетельствует следующее.

Во-первых, они известны только специалистам в данной области. Объявление «*требуется эккаунтменеджер*» понятно лишь эккаунтменеджерам (или акаунтменеджерам). Использование таких слов отпугивает непосвященных, что, впрочем, и требуется.

Во-вторых, их трудно записать. В случае *риэлтора* (см. выше) или *криэйтора* (с вариантами *криейтор* и *креатор*) путаются русские буквы, а ведь возможно еще и использование латиницы (для части или для всего названия): *IT-менеджер*, *beauty editor* ит. п.

Сегодня почти все новые названия профессий приходят к нам из английского языка (незначительные исключения связаны с модой, кухней и другими узкими областями: например, *самелье* или *кутюрье*). Конкуренция возникает при этом не только со старыми названиями (их иногда просто нет), но и между рядом новых, которые могут восприниматься как более или менее официальные, более или менее разговорные: *IT-менеджер* / *айтишник* или *компьютерищик*, *специалист по связям с общественностью* / *пиарщик*. Но, прежде чем говорить об этом, попробуем решить простой на первый взгляд орфографический вопрос. Да вот хотя бы с риэлтором.

Риэлторы-шмиэлторы и вопросы языкознания

Слово Realtor пришло в русский язык вскоре после перестройки и с тех пор постоянно вызывает споры. В действительности существуют две разных проблемы: во-первых, как писать это слово по-русски и, во-вторых, корректно ли вообще, правомочно ли его употребление в качестве названия профессии.

Слова одного языка на другой язык обычно переводятся, но не всегда. Иногда они транскрибируются. Речь идет о так называемой практической транскрипции, то есть записи слов одного языка буквами другого языка с учетом прежде всего их произношения. Как правило, это касается имен собственных.

Например, английское имя John на русский язык никак не переведешь, поскольку у него нет значения, вот и приходится транскрибировать так, чтобы звучало похоже, – ДЖОН. С именем Джон проблем не возникает, а вот, например, фамилию английского писателя Galsworthy по подсчетам авторов одной книги о практической транскрипции можно передать по-русски 144 различными способами: от Галсворти до Гелсуэрси, и лишь традиция выделяет один единственный – Голсуорси.

Транскрибируются не только имена собственные, но и нарицательные в том случае, если они не переводятся, а целиком заимствуются. В принципе, слово Realtor можно было бы переводить как «специалист по недвижимости», или, более подробно, «специалист по торговле недвижимостью и сдаче ее в наем», или даже «маклер, или агент, по недвижимости». Однако русский язык выбрал другой путь. Для названия этой сравнительно недавно узаконенной профессии было заимствовано слово английского языка. Все было бы хорошо, но в написании его существует разнობой. Сказать, что правильным является один единственный вариант, нельзя. Пройдет несколько лет, норма устоится, и останется одно написание. Оно и будет правильным. Язык выберет сам.

Пока же можно рекомендовать один из вариантов как наиболее лингвистически обоснованный и тем самым способствовать употреблению и сохранению в языке именно его.

Итак, что мы имеем? Колебания в написании третьей и шестой букв. Е или Э после И; О или Е после Р. В итоге – четыре реально встречающихся варианта: *риэлтор*, *риелтор*, *риэлтер*, *риелтер*. К ним можно было бы добавить еще два теоретически возможных написания: *риалтор* и *риалтер*. Они имеют разумное лингвистическое обоснование, но поскольку реально не встречаются, не будем усложнять ситуацию и сделаем вид, что их нет.

Прежде всего, надо сказать, что иноязычные слова, оканчивающиеся на – OR, в русской записи должны оканчиваться исключительно на – ОР (несмотря на то, что это сочетание букв читается как единый краткий гласный звук). Вспомните хотя бы слова *кондуктор*, *композитор*, *профессор* и др. Конечно, в русском языке есть заимствованные слова и на – ER (ЁР), например *инженер*, *бухгалтер*, *актёр*, но в них и в соответствующем иностранном языке присутствовало – ER или EUR. Так, в немецком есть слово *Buchhalter*. Оно было заимствовано русским языком и вытеснило исконное *счетовод*. Именно из французского языка было заимствовано слово *acteur* – рус. *актёр*, а английское *actor* здесь ни при чем.

Таким образом, остаются два варианта *риэлтор* и *риелтор*. Такие колебания букв Е и Э после гласных встречаются довольно часто. Так, французское имя пишется то *Даниэль*, то *Даниель*. В недавней рекламе кинофильма мне даже попала фамилия *Коен*, хотя гораздо чаще пишут *Коэн*. С лингвистической точки зрения по этому поводу можно сказать следующее. Буква Э до сих пор воспринимается как что-то экзотическое для русского языка и, скорее всего, поэтому ее стараются избегать при транскрипции. Тем не менее именно она после гласной наиболее точно передает произношение заимствованных слов. Написание же в этом случае Е может вводить в заблуждение. Как известно, некоторые не самые образо-

ванные носители русского языка слово *проект* произносят не так, как надо, – ПРОЭКТ, а с «ЙЕ», просто потому, что так пишется. Так что лучше писать наше слово *РИЭЛТОР*. И следует признать, что чаще всего оно так и пишется.

Но с риэлтором связана еще и другая проблема, уже скорее юридическая, чем лингвистическая. Дело в том, что слово *Realtor* образовано от слова *realty* (недвижимость) и зарегистрировано как торговый знак. Называть себя так имеют право лишь члены американской Национальной ассоциации Риэлторов (*National Association of Realtors*) и аффилированных с ней организаций. До *National Association of Realtors* этот торговый знак принадлежал ее предшественнице *National Association of Real Estate Boards*. Этот факт четко указывают все американские словари английского языка, в которых, как правило, это слово пишется с прописной (большой) буквы *R*, то есть как имя собственное. Впрочем, иногда дается также вариант написания со строчной (маленькой) буквы *r*: *realtor*, а также вариант определения: не только член ассоциации, но и просто – агент по недвижимости. Британские же словари в большинстве своем пишут это слово со строчной буквы и определяют его значение как «агент по недвижимости». При этом обязательно указывается, что *realtor* – это американизм, которому соответствует британское *estate agent*. Итак, англичане (по крайней мере, часть из них), кажется, считают, что это просто такое специфически американское слово, которое обозначает распространенную профессию. Американцы же знают, что этим словом называют себя члены Национальной ассоциации, занимающиеся недвижимостью и действующие в соответствии с определенным кодексом поведения. Например, за нарушение этого кодекса человека можно исключить из ассоциации, и тогда он потеряет право называть себя гордым словом *Realtor*. Впрочем, и американцы могут по аналогии назвать агента по недвижимости *realtor*, не вдаваясь в подробности членства его в разных ассоциациях. Занимается недвижимостью – значит, *realtor*.

Что же касается русского языка, то, конечно, это слово уже вошло в него как название профессии, а не как особый торговый знак. Русское слово *риэлтор* обозначает специалиста по сделкам с недвижимостью независимо от его членства в американской или российской ассоциации. Подтвердить это можно множеством употреблений в прессе, специальной литературе и даже словарях русского языка.

А как же быть с защитой торгового знака? Здесь мнение лингвиста не может быть решающим, поскольку мы имеем дело прежде всего с юридической проблемой. Лингвистическим выходом было бы, например, писать торговый знак с прописной буквы: *Риэлтор*. Тогда утверждать «Я – риэлтор!» могли бы все агенты по недвижимости, а «Я – Риэлтор» – только члены соответствующих ассоциаций. Замена *риэлтора* на *риэлтера*, чтобы не связываться с чужим торговым знаком (вроде похоже, а не то!), не кажется удачным выходом. Вроде как косить под *Риэлтора* – не называясь этим словом. Тогда уж лучше сразу назваться *шмиэлтором* – юридически безупречно, а как звучит: риэлторы-шмиэлторы. Ясно, что по сути одно и то же.

Впрочем, если говорить серьезно, проблема, конечно же, существует. Вспомним хотя бы про ксероксы. Ведь слово *ксерокс* давно вошло в русский язык в значении просто «копировальный аппарат». Однако фирма «Ксерокс» с этим не согласилась и встала на защиту своего товарного знака. В результате сейчас рекламные объявления пестрят какими-то страшными КОПИРАМИ, что русский человек и выговорить-то не может – в отличие от приятного языку и уху кссерокссса. Права ли фирма «Ксерокс»? С лингвистической точки зрения, нет. Ведь в русском языке уже есть глаголы *ксерокопировать* и даже *ксерить*. Что же, и их запретить? Раз, говоря *ксерокопировать* и *ксерить*, мы не имеем в виду – «пользоваться копировальным аппаратом фирмы “Ксерокс”»? Нет, брат, шалишь, русские глаголы никакой суд запретить не сможет, а вот существительное взял и запретил. И хотя поступил лингвистически безграмотно, но решение суда надо выполнять.

Так что и в проблеме *риэлтора* оставим юридическую составляющую непроясненной. Суд решит. А мы будем надеяться на его лингвистическое благоразумие.

Не кочегары мы, не плотники

Вернемся теперь снова к содержательной стороне вопроса. О конкуренции старых и новых профессий мы поговорили. А как быть, если появляется совсем новая профессия? Впрочем, профессии не появляются сами по себе – как правило, они откуда-то приходят. И в этом случае русский язык поступает просто: он заимствует соответствующее название. У этого способа есть, однако, недостатки. Можно говорить о своего рода непрозрачности заимствованных слов: они не встроены в систему русского языка, как правило, не имеют связей с другими словами и потому непонятны. Конечно, прожив долгую жизнь в русском языке, слово становится для нас родным. И едва ли кто сейчас захочет изгнать из русского языка *юристов*, *биологов*, *физиков* или *агрономов*. Но у сегодняшней ситуации есть принципиальные особенности. Во-первых, заимствований этих настолько много, что языку их сразу переварить трудно, – и отсюда возникает ощущение погружения в чужой язык. Во-вторых, многие из этих названий не стали общеупотребительными. Обычному человеку не так уж важна разница между *акаунтменеджером* и *сейлзменеджером*. В результате для случайного человека большинство объявлений о работе оказываются филькиной грамотой, написанной на иностранном языке. Это впечатление усиливается еще и тем, что в некоторых названиях профессий используются латинские буквы: *PR-менеджер*, *web-дизайнер*, *HTML-кодер*, *shareware-разработчик*. Совсем уж непонятны чистые аббревиатуры: *CEO* (chief executive officer), *CIO* (chief information officer), *MedRep* (medical representative).

Естественно, возникает желание назвать эти специальности как-то попонятней, и вместо заимствований используются перевод или объяснения (как правило, с помощью нескольких русских слов). Рядом с *сейлзменеджером* появляется *менеджер по продажам*, рядом с *beauty editor* – *редактор отдела красоты*, рядом с *IT-менеджером* – *специалист по информационным технологиям*. Увы, и у таких названий есть недостатки. Они существенно длиннее, а важные профессии желательно – и даже необходимо – обозначать одним словом. Кроме того, такие многословные сочетания воспринимаются как слишком официальные и чуть ли не бюрократические. Они часто используются в министерской номенклатуре профессий, пишутся на визитных карточках, но практически не употребляются в обиходной речи.

Зато в речи очень часто встречаются слегка адаптированные и как бы обрусевшие заимствования. Эта адаптация происходит разными способами: прибавлением русских суффиксов, сокращением, языковой игрой, наконец, просто склонением и т. д. Таковы, например, *айтишники*, *сисадмины*, *сейлзы* и прочие *эйчары*. В случаях типа *шароварщика* (от английского *shareware*) мы видим игру на сближение с похоже звучащим, но необычайно далеким по смыслу русским словом (*шаровары*) – такую же, как в популярных в интернете словах *хомяк*, *мыло* и *аська*, но об этом я уже писал. Такой подход не делает слова понятнее, зато одомашнивает их, делает своими. Они встраиваются в систему русского языка с помощью родной грамматики.

Таким образом возникают пары, тройки, а иногда и более длинные ряды названий для одной и той же профессии. Раньше такое встречалось достаточно редко и, в основном, в медицине (*стоматолог* – *дантист* – *зубной врач*; *офтальмолог* – *окулист* – *глазник*), сейчас же – на каждом шагу.

Как уже сказано, эти названия распределены по разным сферам и стилям речи. Официальные – назовем их «номенклатурные» – названия типа *специалист в области...*, *менеджер по...* встречаются исключительно в письменной или официальной чиновной речи. Именно они фигурируют в списках зарегистрированных профессий и в других документах. Пойти

учиться можно только на *специалиста в области...* или *специалиста по...*, а в штатном расписании предусмотрен лишь *менеджер по...*

В речи же самих специалистов и менеджеров, особенно в разговорах друг с другом, используются «обрусевшие заимствования», те, которые можно отнести к сниженной или жаргонной лексике. Едва ли можно услышать фразу: «Кирюха, программа полетела. Не знаешь, куда подевался наш специалист по информационным технологиям?» В этой ситуации предпочтителен *айтишник*, а *специалист по информационным технологиям* выражает здесь с трудом сдерживаемый сарказм.

Интересное распределение вариантов названий профессий можно наблюдать по визитным карточкам. Там исключены варианты типа *айтишник*, а вот *специалист по информационным технологиям* и *IT-менеджер* равновероятны и зависят от самооощения компании или конкретного человека. Если говорить о каком-то распределении, то государственные компании тяготеют к первому, второе же характерно для частного бизнеса и особенно для крупных иностранных компаний.

Несмотря на все недостатки, наиболее нейтральны обычные заимствования. Именно у них наилучшие шансы войти в состав литературного языка. Сложнее придется аббревиатурам, особенно на графическом уровне. Латинские буквы все-таки еще воспринимаются как чужеродные, и подобные слова не принято включать в словари. А передача их английского произношения кириллицей (*айти*, *эйчар*) – своего рода прием освоения, автоматически переводящий их в категорию сниженной лексики. Тем не менее, слова, устроенные таким образом, стали уже общеупотребительными (например, *пиар* и *эсэмэс*). Хотя для письменной речи большинство из них остаются, пожалуй, экзотикой.

Но и в использовании таких заимствований желательна все же знать меру. *Брокер* и *дилер* в русском языке чувствуют себя уже достаточно комфортно. И по своему статусу приближаются к старожилам – *адвокату*, *метеорологу* или *геодезисту*. А вот *бьюти-консультанта* мне бы пускать в литературный язык не хотелось. Это ведь не профессия, а достаточно специфическая должность. В узкопрофессиональном кругу такое название может существовать, а для широкого употребления вполне достаточно *консультанта по красоте*.

Все рассмотренные процессы сошлись в русском языке в одной точке – в одном слове. История появления этого слова заслуживает если не романа, то хотя бы отдельной главы. Вот и перейдем к нему, тем более что оно уже несколько раз проскакивало в тексте.

Задать пиару!

С этим словом все не так. Мягко говоря, его недолюбливают. Например, когда ругают заимствования, в пример приводят именно его. К *компьютеру*, говорят, или там *президенту* мы уже привыкли, а вот это – бр-р-р. Эмигранты от него в ужасе шарахаются. Да что эмигранты, – англичане и американцы его не узнают. Это, спрашивают, что у вас за такое важное новое слово, и что оно значит, и откуда взялось. С ним борются, его запрещают, а оно живет, обрастает родственниками и все комфортнее обустроивается в русском языке. Вы знаете это слово. Но начнем с самого начала.

Вначале это было название профессии или, точнее, области профессиональной деятельности где-то в рыночной экономике развитых стран, а потом и у нас. Оно восходит к английской аббревиатуре *PR*, раскрываемой как *public relations*. Удивительное началось почти сразу, поскольку возникло несколько конкурирующих названий этой профессии, прежде всего написаний. Во-первых, эти слова перевели на русский язык: *связи с общественностью*. Во-вторых и в-третьих, просто используют английские написания (латинскими буквами): словосочетание *public relations* и, соответственно, аббревиатура *PR*. В-четвертых, заимствовали целиком английское название, которое стали записывать русскими буквами как *паблик рилейшнз* (с вариантами *риллейшнс*, *релейшнз*, *релейшнс*, *риллейшенз*, *риллейшенс*, *релейшенз*, *релейшенс*). И, наконец, в-пятых, заимствовали аббревиатуру, а точнее говоря, ее английское произношение: *пиар*. Самое смешное, что для названия профессии и этих вариантов оказалось мало, и сегодня частью профессионального сообщества продвигается еще один, более сложный, вариант – *развитие общественных связей*, и его русская аббревиатура – *РОС*, что является переводом английского *public relations development*.

Эти варианты отчасти распределились по разным сферам употребления и стилям. Перевод *связи с общественностью* оказался самым официальным и используется в государственных документах, например в перечне студенческих специальностей, а также в названиях многих отечественных учебников. Словосочетание *паблик рилейшнз* может считаться более профессиональным. Оно используется в специальных текстах, например в специальных журналах или в тех же учебниках, но прежде всего иностранных авторов. Примерно так же употребляются и английские слова (*PR* и *public relations*), в особенности аббревиатура, которая часто встречается и в названиях соответствующих компаний, сотрудников и видов деятельности: *PR-агентство*, *PR-консалтинг*, *PR-менеджер*. А вот для всех остальных сфер осталось слово *пиар*, то есть для устной речи и для неофициальных текстов, в том числе для газет и журналов. Оно уже не воспринимается как аббревиатура и активно вступает в отношения с другими словами, приставками и суффиксами. Достаточно назвать ряд образованных от него слов: *пиарщик*, *пиарить*, *отпиарить*, *пиаркампания* ит. д.

Важно и другое. Это слово сильно расширило свое значение и из узко профессионального стало поистине национальным. Теперь смысл, да и употребление слова, столь сильно отличаются от английского прототипа, что его, как я уже сказал, не узнают англичане и американцы. Фактически слово *пиар* может относиться к любому факту навязывания своего мнения, к любой манипуляции чьим-то сознанием с целью создания мнения, более того, к любому случаю просто распространения мнения о чем-либо или о ком-либо. «Хватит его пиарить!» – прерывают меня, когда я лестно аттестую моего коллегу в разговоре с третьими лицами. Как страна жила без пиара, точнее, без этого слова, раньше, уму непостижимо, ведь пиар в таком общем значении («навязывания определенного мнения») существовал всегда. Популярность данного слова, по-видимому, означает осознание всеобщности манипулирования всех всеми, что, впрочем, было характерно для нашего общества и в далекие «допиаровские» (то есть советские) времена.

Кроме разговорности, или «сниженности» стиля, и расширительности, еще один фактор мешает *пиару* стать нейтральным названием профессии. С этим словом связаны очевидные отрицательные ассоциации, позволяющие ему легко погружаться в соответствующие контексты. Словосочетание *черный пиар* по существу уже стало устойчивым. Глагол *пиарить* явно выражает неодобрение к осуществляемому действию, которое иногда еще усиливается приставкой. Мне, например, попадались несколько газетных статей с заголовком «Отпиарили!», построенным по аналогии с глагольным рядом *отдубасить, отметелить* и т. д., обозначающим крайне неприятное для объекта действие.

Таким образом, *пиар* в обывательском сознании, воплощенном в языке, обозначает нечто слегка неприличное и вместе с тем привлекательное. Его частотность в текстах во многом следствие моды, но мода эта не случайна. Она вызвана не только тем, что это слово обозначает престижную и отчасти загадочную профессию, но и тем, что за ним стоит важное понятие или явление, возможно, ключевое для нашего сегодняшнего восприятия мира. Можно сказать, что наша эпоха в определенной степени характеризуется словом *пиар*.

В заключение рискну сделать прогноз. Думаю, что именно это слово через какое-то время станет наиболее нейтральным и, возможно, единственным названием данной сферы деятельности. Нужно только подождать, пока пройдет мода, дожидаться, когда исчезнет эта особая смысловая аура. В любом случае, оно уже встроено в русский язык, и из всех нынешних своих конкурентов наиболее употребительно. И, следовательно, давно заслужило, чтобы его включали в словари и не подчеркивали спел-чекеры.¹³

¹³ Программы проверки орфографии.

Просто я работаю волшебником

Раньше в детстве все хотели стать космонавтами или пожарниками, а становились инженерами. Теперь кем хотят, тем и становятся. То есть менеджерами. Слово *менеджер* появилось недавно, в словарях 80-х годов XX века его еще нет, и кажется для русского языка избыточным. Ведь вроде бы уже есть слова с похожим значением, например *управляющий* или разговорное *управленец*. Существуют также слова *служащий*, *клерк* и другие. В словаре Ушакова присутствует даже совсем смешное *менажёр*, которое было заимствовано из французского и относилось только к миру спорта.

Однако, если подумать, слово *менеджер* совершенно уникально, и ничем заменить его нельзя. В новых словарях оно толкуется как *нанимаемый руководитель предприятия*. Но это не так (в этом значении, скорее, скажут *топ-менеджер*), и по существу слово *менеджер* означает почти любую наемную профессию. Вы приходите в турфирму, и вам говорят: «Сейчас к вам подойдет наш менеджер», то есть попросту *наш сотрудник*. Сын моей родственницы устроился, по ее словам, на престижную работу – *менеджером торгового зала*. Ну что же, неплохо, подумал я, пока не перевел эту профессию на более привычный язык. Говорят, что существует даже *менеджер по клинингу*.¹⁴ Слово *менеджер* звучит солидно, но без объяснения практически ничего не значит. Это как просто сказать, что человек работает. Появилось две самых частых объяснительных конструкции. В одном случае пояснение присоединяется с помощью предлога *по*: *менеджер по продажам*, *менеджер по работе с клиентами* и т. п. В другом случае заимствуется английская конструкция с предшествующим существительным в качестве определения, причем чаще всего это существительное тоже просто заимствуется: *сейлзменеджер*, *акаунтменеджер*, *брендменеджер* и подобные. Порой эта английская добавка пишется через дефис, но строгих правил на этот счет пока не существует. Порой первая часть так и пишется по-английски, скажем, *event-менеджер* встречается не реже, чем *ивент-менеджер* или *эвент-менеджер* (или *эвентменеджер*). Поскольку русское написание еще не устоялось, проще написать латиницей, тем более что степень понятности одинакова, – все равно надо знать английский язык. В этой конструкции *менеджер* означает: «тот, кто занимается», соответственно, продажами, продвижением бренда, организацией мероприятий...

Зачем же русскому языку понадобилось заимствовать такое абстрактно-пустоватое слово? Дело в том, что за этим словом скрывается не столько профессия, сколько образ жизни, целая культура, которую можно назвать корпоративной, или «культурой белых воротничков». *Менеджер* – это стабильная работа, стабильная зарплата, стабильные привычки, наконец, просто стабильная жизнь. Менеджер читает солидные СМИ, ест бизнес-ланч, вечером ходит в клубы, а летом отдыхает за границей. В конце концов, это что-то вроде среднего класса минус богема и представители свободных профессий. Стать менеджером означает чего-то добиться в жизни, завоевать свое место под солнцем. Менеджер оказывается основным адресатом рекламы. Слово *менеджер* используется в качестве приманки и включается в название десятков книг типа «Как стать менеджером», «Как быть менеджером», «Как подцепить менеджера».

Это действительно чем-то похоже на инженера в советское время. Мальчик мог играть на скрипочке или сочинять стихи, но все равно должен был стать инженером, потому что это профессия. По крайней мере, так считали мамы, забывая о том, что есть громадная разница между главным инженером завода или чего угодно и обычным инженером, проводя-

¹⁴ *Уборщица*, если читатель не понял.

щим большую часть рабочего времени в курилках или на овощных базах. В слове *инженер* таился определенный статус, некая планка, ниже которой уже не опуститься.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Стоимость полной версии книги 176,00р. (на 02.04.2014).

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.