

**М.М. Сизов (Институт языкознания РАН)**

**M.M. Sizov (Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences)**

**Новая русскоязычная среда в России сегодня**

**New Russian-language Environment in Russia Today**

**Аннотация**

За последние 25—30 лет в России сформировалась новая русскоязычная среда, для которой характерны следующие речевые особенности: значительное расширение сферы использования разговорной и просторечной лексики, общего сленга, криминального и милицейско-полицейского жаргона, обсцентной лексики; смешение разностилевой лексики в одном коммуникативном акте; активизация процессов словотворчества и лексического формотворчества; изменения, вызванные дальнейшим усилением агрессивного влияния английского языка на русский, особенно в областях массовой коммуникации; значительное увеличение сферы множественного числа существительных и расширение номенклатуры несклоняемых по падежам языковых единиц, включая словосочетания в функции названий. Исторические исследования показывают, что активизация многих процессов языковых изменений всегда сопровождается серьёзными изменениями в жизни общества.

Over the past 25–30 years, Russia has seen the development of a new Russian-language environment which is characterised by a considerably extended use of colloquialisms, general slang, criminal and police jargons and obscene language; by an uninhibited mixture of stylistically different word groups within the same communicative act; by more active processes of word innovations; by a growing influence of English on Russian, especially in mass communications; by an expanded use of noun plurals; and by an increase in the number of unchangeable language units, including phrases used as names. Historical studies demonstrate that dramatic social changes are usually accompanied by intensified language changes.

## Ключевые слова

языковая среда, языковые изменения, лексика, словотворчество, влияние английского языка, категория множественного числа существительных, падежи

linguistic environment, linguistic changes, wordstock, word innovations, English-language influence, noun plurals, noun cases

Сегодняшние аспиранты — молодёжь, родившаяся в начале 90-х годов, часто не имеют представления о том, каким был русский язык до начала 90-х годов, а поэтому и не осознают тех тенденций, которые отмечаются в его развитии за последнюю четверть века. В данной статье мы попытаемся очертить основные тенденции развития русского языка за рассматриваемый период, которые в значительной степени определяют его современные характеристики. Это должно помочь аспирантам более осознанно пользоваться русским языком и учитывать его национальные особенности.

Средства массовой информации (СМИ) играют сегодня большую роль в создании той языковой среды, в которой мы живём и активно общаемся каждый день. Язык СМИ — это язык радио, телевидения, газет и журналов, Интернета, объявлений и рекламы на улицах и на транспорте, вывесок магазинов, кафе, ресторанов и др. За последние 25—30 лет язык СМИ значительно изменился, что привело к возникновению новой русскоязычной среды. Язык книг — это иной языковой мир и в данной статье не рассматривается.

Основной особенностью развития русского языка в последнее время является его «демократизация», которая была запущена процессами изменения всех сторон нашей жизни в конце 80-х — начале 90-х гг. XX в. Особенно заметно это проявилось в языке средств массовой информации, которые сегодня играют огромную роль в нашей жизни, языке культуры (кино, театра, эстрады и др.) и в устной публичной речи. Язык ожил! Он перестал быть сухим, чрезмерно официальным, часто подчёркнуто безличным и желательно правильным.

1. Наиболее ярко эта тенденция проявилась в значительном расширении областей использования **разговорной лексики, просторечий, сленга и жаргона**, их смешении в

разных областях речевой деятельности и проникновении в устную речь наших политиков, общественных деятелей, ведущих специалистов [5; 9]. Примером может служить одна из телепередач новостей по НТВ, в которой в информации о проникновении вируса лихорадки Эбола в Испанию говорилось о человеке, «*подхватившем* эболу в Африке», «*подцепившем* эболу» (07.10.14). Вот ещё некоторые примеры той же тенденции: «*Наханап* долгов, Украина уже занимает ...» (ТВ, 22.09.13); «Россия может изменить свою позицию по Сирии, если поймёт, что Башар Асад *жульничает*» (по вопросам уничтожения химоружия) (Радио России, 22.9.13).

Язык теле- и радионовостей в советское время всегда отличался строгой стилистической нейтральностью. Сейчас ситуация поменялась, и стиль новостей может быть непринуждённым: дикторы могут обмениваться репликами, комментировать некоторые новости, шутить и смеяться.

Стиль многочисленных ток-шоу и конкурсов, появившихся на радио и телевидении, также отличается своей непринуждённостью, иногда некоторой грубоватостью и даже вульгарностью. Примеров грубого языка в СМИ предостаточно. Например, ведущий телеконкурса «Голос» может сказать: «Интеллигентная женщина под шумок телефон *спёрла*» (26.09.14); «Я за тебя буду болеть. А не будешь *дурой* ... » (26.09.14); «Нажмите кнопку, *гады!* Что сидите?» (31.10.14); «Хватит *трепаться*. Иди работай!» (07.11.14). Не менее интересен и язык членов жюри этого конкурса: «Если ты меня выбираешь, мы *порвём* этот проект» (победим) (06.01.13); «...хоть (голосовые) связки *порву в хлам*» (07.11.14); «Мне очень хочется, чтобы ты *заколбасила* наконец» (хорошо выступила) (21.11.14).

Ярчайшим примером расширения области использования различных групп лексики может служить язык В.В. Путина, многие годы занимающего первые должности в государстве, а потому задающего стиль публичного речевого поведения. Его язык прост, точен, выразителен и понятен. В своих выступлениях он свободно пользуется любой лексикой и фразеологией: жаргонной, общим сленгом, просторечием, специальной терминологией и заимствованиями из английского языка (Интересно отметить, что, идя в ногу со

временем, В.В. Путин, знающий профессионально немецкий язык, в своих выступлениях не использует лексику немецкого языка.). Например: «они врут»; «совсем обалдели»; «совсем сбрендили»; «мы не окажемся в прогаре»; «палить ресурсы»; «сидеть на нефтяной игле»; «все гостиницы в Сочи забукированы» (заказаны, забронированы, зарезервированы; от англ. *to book*); «льготирование проекта с Китаем» и др. Его речь изобилует живыми разговорными идиомами: «... и к бабке ходить не надо» (всё ясно и понятно); «Не берёт ваучер на жильё — и гуляй, Вася!» (простая ситуация); «Мочить в сортире» (наказывать); «Это нонсенс, это сапоги всмятку» (о парадоксальной ситуации на Украине); «Где деньги, Зин?» (об отсутствии финансов; строчка из песни В. Высоцкого «Диалог у ТВ»); «Без бумажки ты букашка» (о значимости документа); (Они) «прут буром» (настойчиво делают своё; о ситуации на Украине); «Не важно, чей бычок, важно, что телёночек наш» (причины не важны — выгода наша); «...его гоняют, как вшивого по бане» (о М. Саакашвили в США). При обсуждении политических вопросов В.В. Путин может отбрасывать дипломатические эвфемизмы и называть вещи своими именами, что в советское время для лиц такого ранга было недопустимо: «Дурь, конечно, полная...» (О санкциях против России. ТВ, 02.10.2014); «... те, кто без конца *ляпает* (плодит) цветные революции» (ТВ, 24.10.14); «Нам говорят: «Что это вы всё время *выкатываете* (выдвигаете) идею большого русского мира?»» (интервью 23.11.14); «Их (олигархов) начали *щучить* (проверять с пристрастием) за это» (интервью 23.11.14); «... этих бизнесменов ... их *уконтрапутили* (разделаться с кем-либо, поставить на место) там сразу по факту контакта со мной как моих друзей ...» (интервью 23.11.14).

Разговорный стиль В.В. Путина пытаются имитировать и другие российские политики. Например: «*упёртая* антироссийская политика» (С. Лавров, 20.10.14), «... как говорят хулиганы, *взять на понт*» (С. Лавров, 22.11.14), «...когда *устаканится* курс рубля» (М. Прохоров, 01.12.14).

Криминальные сериалы, которые в большом количестве показывают по телевидению, обрушивают на нас потоки **жаргонной** криминальной и милицейско-полицейской **лексики**, которая не может не способствовать обогащению используемого нами словаря.

Примеры из телесериала «Ментовские войны»: «Ты как едешь, чмо?» (оскорбительное обращение); «Ты думаешь, Дубровский сливает мне свои планы?» (раскрывает); «Он сбросил хвост и слился» (ушёл от слежки); «Он узнает — дело сольёт» (закроет); «Набрал 02 и слился» (исчез); «Ты его сразу срубил?» (понял); «Ты уверен, что объект не успел тебя срубить?» (заметить); «Я его ещё утром сразу срубил» (заметил слежку); «Заказы у него бывают стрёмные» (рискованные, вызывающие опасения); «А что? Он может вписаться в блудняк, не спросив» (попасть в сложную или неприятную ситуацию); «Покрути его по связям ...» (проверь по базе данных); «А что у нас на него есть, чтобы он поплыл?» (начал давать показания); «Ну что, мурло?» (пренебрежительное обращение); «Другое дело Мусу закатать» (посадить в тюрьму); «Если ещё не спалились, то сейчас точно спалимся» (нас разоблачат); «Она тебя не пропала?» (не выдала); «Люди бизнес пилили» (делили); «Он бизнес у него весь отжал» (отнял); «Командир, открой! Иду в сознанку, сознаваться буду»; «Спасибо вашим полицейским» (контаминация *полицейским* + *милиционерам*).

Многие жаргонизмы криминального мира уже успешно перекочевали в общеупотребительный сленг [8].

2. На фоне расширения сфер использования разговорной и просторечной лексики, общего сленга и жаргона интенсифицировались и **процессы словотворчества и лексического формотворчества.**

Так, в современные просторечие и сленг вошло много слов из разных жаргонных групп, образованных по принципу семантической деривации: *наезд, откат, крыша, распил, развод* (обман), *сливать* (выдавать, предавать), *палить, грузить* (озадачивать), *париться* (очень стараться), *жесть* (нечто жестокое), *тупо* (просто так) и др.

Появляется много слов, образуемых по самым разным моделям суффиксации: *казуха* (заказное убийство), *уважуха, неуважуха, чернуха, развлекуха, веселуха, везуха, кликуха* (кличка), *кинуха, движуха, спокуха; братан, братва, брателло, братуха; дивидюшки* (DVD), *сидюшки* (CD), *себяшки* (selfies); *кулинариум* (магазин-кулинария), *океа-*

*нариум* (океанарий), *Казанский антиквариум* (название книги), *туроператор Спектрум* и др.

Широкое использование английских слов на *-инг* (*сортинг, рестайлинг, рекрутинг, шопинг, ребрендинг, нейминг, консалтинг, паркинг, банкинг, руфинг* (лазание по крышам), *карвинг* (фигурная нарезка овощей и фруктов), *лоу-костинг, дайвинг* и др.) подарило нам новый суффикс, который уже используется в следующих примерах: *партизанинг по-московски, улучшайзинг* (косметические операции), *улучшайзинг жизни лондонцев*. Творческое использование этого суффикса было отмечено и в следующем примере: «Распилинг и откатинг денежных средств, выделенных на ребрендинг Сбербанка» (ТВ 19.12.09).

Слушая радио- и телепередачи, читая рекламу, объявления, газеты и журналы, интернет-блоги, не перестаёшь удивляться возможностям словотворчества и формотворчества, для которых сегодня, кажется, нет никаких ограничений. Язык поистине стал средством самовыражения. Примеров тому бесконечное множество: *нацики* (нацисты), *личник Путина* (личный кинооператор), *правосеки* (сторонники запрещенной в России украинской группировки «Правый сектор»), *гумпомощь* (гуманитарная помощь), *нардепы* (народные депутаты), *сухпай* (сухой паёк), *комп* (компьютер), *мобила* (мобильный телефон), *ржака* (ржачка, громкий смех), *движняк* (активное движение), *подтопленцы* (пострадавшие от наводнения), *музорубка* (музыкальная радиопередача), *осенний ценопад*, *брендятина* (название передачи о брендах на радио «Маяк»), *выделенки* (дорожные полосы, выделенные для общественного транспорта), *журналюги, майданутые* (от Майдана в Киеве, ТВ, 20.12.14), *нестыкос* (нестыковка), *снежбол* (игра в снежки), *Надмосковье* (жилой комплекс; ср.: Подмосковье), *обжабанная* (о человеке: никакая; находящаяся в состоянии алкогольного или наркотического опьянения), *вручанты и получанты* (кинопремии «Золотой глобус»; из интервью с кинорежиссёром А. Звягинцевым на радио «Маяк» от 27.01.2015), *манасгер* (менеджер), *собакин* (собака) и *котэ* (кошка) (из телепередачи «Смотреть всем!») и др.

3. Тенденция бурной демократизации языка привела в некоторых областях к огрублению речи и снятию табу на использование **нецензурной лексики**, в основном в кинофильмах. Примеры художественного использования мата и других групп нецензурной лексики можно найти в фильмах «Географ глобус пропил» (2013 г.) и «Левиафан» (2014 г.). Границы дозволенного в области использования такой лексики в сферах общественной коммуникации до сих пор обсуждаются в обществе.

4. Большая свобода во всех областях нашей жизни привела и к возникновению целой индустрии юмора и смеха, которая раньше в нашей стране практически отсутствовала. Примером могут служить такие телепередачи, как «Шестой кадр», «Сибирские пельмени», «Комеди Клуб», радиоканал «Юмор FM», старый КВН и другие. Хорошо известно, что юмор является экспериментальной лабораторией использования языка. Юмор помогает нам совершенствовать возможности языкового общения.

5. Оживились газетные и журнальные заголовки. Они стали рекламными, информативными, остроумными, наполненными различными стилистическими приёмами. Приведём некоторые заголовки из газеты «Московский комсомолец» за 6 ноября 2014 года: «Зрители получили свой “Солнечный удар”»: Состоялась телевизионная премьера нового фильма Никиты Михалкова»; «На Красной площади штурмуют Рейхстаг: Чем в этом году удивит реконструкция парада 1941 года»; «Открытая рана “Летающего крана”»: Волонтеры из монинского авиационного музея призывают спасти уникальную машину для истории»; «Бьют как из Пушкино-2: Над “дачей Паустовского” опять навис дамоклов меч»; «Госдума скоро запоёт: Но в местный академический хор ещё не записалось ни одного депутата»; «В Грузии начался массовый падёж министров: Уволенные видят в этом “руку Москвы”».

6. Более привлекательными стали названия магазинов, кафе, ресторанов: *Лавка украшений и милых вещей* (на Пушкинской площади в Москве); *Магазин удивительных вещей* (на ул. Маросейка в Москве); *МАГАЗИН Смешные цены*; *ПРОСТОЦВЕТЫ* (магазин цветов; ср.: *первоцветы, пустоцветы*); *Нужные ПРОДУКТЫ*; *Царь-продукт*; *Хоть Кутюр* (магазин одежды в Москве; ср. фр.: *Haute Couture* — высокая мода); *Сели-поели*

(кафе в Сухуме; ср. *жили-были*); *трактир «Сам пришёл»* (в Москве); *кафе «Кофе пью»* (в Москве); *кафе «Очень вкусно»*; *Блиндаш* (блинная в Москве); *Кафетеррия*; *Мистер Слойкин* (сеть кафе в Пятигорске); *INTER Свет. Всё до лампочки!* (магазин электротоваров в Кисловодске); магазин «Сыр в масле» (г. Переславль-Залесский и г. Сергиев Посад); *Вино & Колониальные товары* (г. Сергиев Посад); кафе «Монпансье» (г. Переславль-Залесский); *Жар Пицца* (пиццерия в Нижнем Новгороде; ср. *жар-птица*); *Stefano Razini* (пиццерия в Твери на набережной Степана Разина!); *БлинКОМ* (блинная в Нижнем Новгороде; ср. *блин комом*); *Второе дыхание* (рюмочная в Новокузнецке); *Шанландия* (головные уборы в Кисловодске; ср.: *Шотландия, Лапландия*); *Ёлки-палки* (сеть ресторанов); *Му-му* (сеть ресторанов); *Япоша* (сеть ресторанов японской кухни); *Очкарик* (магазин очков), *Читай-город* (книжные магазины; ср. *Китай-город*, название района в Москве), *Юлмарт: зашёл-нашёл* (Ulmart.ru: реклама интернет-магазина в метро). Всё это резко контрастирует со строгими, деловыми вывесками советского времени: *Вина — воды, Овощи — фрукты, Пельменная, Блинная, Сосисочная, Закусочная, Кафе, Столовая, Молоко, Гастроном, Универмаг, Мясо, Свет, Диета, Колбасы, Продукты, Промтовары, Культтовары, Спорттовары, Хозтовары, Канцтовары, Дом фарфора, Дом ткани, Дом обуви, Дом книги, ГУМ* (Государственный универсальный магазин), *ЦУМ* (Центральный универсальный магазин). Никакого языкового заигрывания с потребителем не допускалось. Если и были имена собственные, то в большинстве своём вполне деловые: *кафе «Лира», ресторан «Арагви», книжный магазин «Прогресс», гостиница «Москва»* и др. Редкими исключениями были «1000 мелочей» (универмаг хозтоваров); «Детский мир» (товары для детей).

7. Второй из наиболее важных отличительных характеристик развития русского языка в последнее время является сильное влияние английского языка. Причины этого вполне понятны: использование английского языка как средства международного общения во всех областях нашей жизни и английский язык как метка всех современных изменений, как показатель того, что я и мы идём в ногу со временем.



7.1. Хорошо известно, что влияние одного языка на другой прежде всего проявляется в области лексики. Примеров тому множество: «Всех учеников поделили на **страты** (уровни)» (ТВ, 21.02.2014); «В Москве появятся автоматы для продажи прохладительных напитков и **снэков**» (легких сухих закусок, «Радио России», 09.08.2013); «ЭКОНИКА Обувной **каскет**» (название магазина в Кисловодске, январь 2014 г.); «... в каких **сютах** (номерах в гостинице) они спят» (ТВ, 06.11.2011); «Надо было предусмотреть какой-то **бай-пас** (объезд) на Ленинградском шоссе» (НТВ, 10.08.2010); «Ты очень круто трясешь **хаиром** (волосами)» (певица Пелагея в телеконкурсе «Голос», 23.11.12); «... мне как **эйч-ару** (кадровику) выгодно» (Радио «Маяк», 25.9.14; HR — Human Resources, человеческие ресурсы, т.е. отдел кадров); «Проход на посадку (в поезда) через **конкурс** (главный зал вокзала)» (объявление по радио на железнодорожном вокзале в Адлере, сентябрь 2014 г.).

Наблюдения за языком в рассматриваемых сферах общения, и особенно при устном общении (радио, телевидение, публичное выступление), а также в рекламе, показывают, что появления английского слова, словосочетания или даже предложения, а иногда и без перевода, можно ожидать в любой ситуации и в любой момент, причём очень часто это не объясняется информационной необходимостью общения, а служит целям украшения речи, подчеркивает якобы особую значимость текста и особый статус говорящего и иногда затрудняет общение.

Интересно отметить, что новые иностранные заимствования нередко вытесняют уже прижившиеся в русском языке иностранные слова, иногда привнося новые нюансы значений: *шик* — *гламур*; *контроль* — *мониторинг*; *этикетка* — *лейбл*; *мультипликация* — *анимация*; *мотоциклист* — *байкер*; *вариант* — *версия*, *опция*; *тенденция* — *тренд*; *нормы* — *стандарты*; *макияж* — *мейкап*; *прейскурант* — *прайс-лист*; *копия* — *реплика*; *экземпляр* — *копия*; *аквалангисты* — *дайверы*; *специалист* — *эксперт*; *макароны* — *паста*; *фурнитура* (для обуви) — *аксессуары* и др. Случаи эквивалентной замены старых иностранных слов на новые подтверждают то, что в языке существует некая мода, которая требует периодического обновления определённой части лексики.

Иноязычные (преимущественно английские и французские) заимствования активно вытесняют некоторые русские слова: *добровольцы* — *волонтеры*, *подробности* — *детали*, *законный* — *легитимный*, *удобный* — *комфортный*, *продление* (договора) — *продлонгация* и др.

Сегодня можно уже говорить о том, что в русский язык заимствованы и проходят адаптацию большие грамматические группы английских слов.

Так, на основе английских слов, преимущественно глаголов, при помощи русских приставок и суффиксов возникло много новых глаголов, например: *посерфить*, *погуглить*, *ангрейдидь*, *забанить*, *мониторить*, *менеджерить*, *продюсировать*, *промотировать*, *бэк-вокалировать*, *кликать* (мышью), *пиариться*, *лайкнуть*, *пошопиться* (походить по магазинам) и многие другие.

Заимствовано много английских существительных, оканчивающихся на суффикс *-er* со значением деятеля: *менеджер*, *дилер*, *автодилер*, *артдилер*, *байкер*, *провайдер*, *промоутер*, *контендер*, *спикер*, *сонграйтер*, *спичрайтер*, *хедлайнер*, *догхантер*, *хедхантер*, *стартаппер*, *стритрейсер*, *спайсер* и др.

Большую группу составляют английские слова, оканчивающиеся на суффикс *-ing* часто со значением абстрактного действия: *боди-билдинг*, *бэнкинг*, *сортинг*, *рестайлинг*, *ребрендинг*, *рекрутинг*, *шопинг*, *трекинг*, *консалтинг*, *паркинг*, *руфинг*, *нейминг*, *карвинг*, *лоукостинг*, *аутсорсинг*, *клининг*, *сайдинг*, *топинг*, *дайвинг*, *дрифтинг* и др.

7.2. Заимствуются не только отдельные слова, но и словосочетания, а иногда мы даже можем услышать короткие английские предложения без перевода. Например: «... и **who is responsible** за 39 миллионов человек (на Украине)?» (Радио «Маяк», 28.02.2014); «**It's my life**, это моя жизнь» (Маяк, 28.02.2014); «Вот такая гибкая пластинка, **absolutely flexible**» (Маяк, 04.11.2011); «Это не моё. Не могу сказать по-русски. Скажу по-английски: **That's where I belong**» (Маяк, 28.6.10); «А я учу это делать ... как называется? ... **as soon as possible**» (ТВ, 5.8.10); «В этом сезоне это (этот фильм) **must see**» (Маяк, 13.1.10); «Сейчас будет выступать очень талантливый человек. Он, как это говорится, **self-made** или **hand-made**» (ТВ, Минута славы, 12.2.11); «Три раза повторить задание —

**it's too much**» (Маяк, 15.2.13); «Ребята! **I believe in you**» (Певица Пелагея в телеконкурсе «Голос», 24.10.14). В метро реклама интернет-магазина часов Swatch.ru без перевода: «**The front tells the time. The back tells the story**». Реклама у Центрального дома художников в Москве: «Открытый университет **Look at me**».

Нередко в нашем неуёмном стремлении «идти в ногу со временем» мы так смело используем иноязычную лексику, что приводит к нарушению языковой коммуникации. Ярким примером могут служить названия еды, предлагаемой в киоске *Dolce Italia* на улице 10 лет Октября в Москве: *Ролло, Пицца, Аранчини, Равацата, Сендвич, Пиццета Рустика, Скиачатта, Пармиджана, Круассаны, Паста*. В некоторых случаях понять, что имеется в виду, можно лишь по фотографиям блюд, сопровождавшим эти названия.

Крайним случаем использования английского языка без перевода являются музыкальные программы по радио «Маяк» в 2014—15 гг., в которых американскому журналисту Тиму Керби разрешалось комментировать на английском языке без перевода песни, вероятно, в качестве метаязыкового украшения программы.

Однако часто при употреблении английского слова или словосочетания даётся его русский вариант. Например: «Я проживаю свою жизнь на качелях. Как это по-английски?... **Свингах!**» (ТВ, 05.11.11; разговор с актёром Виктором Сухоруковым); «Это единое сообщество, это единое **сосаети**» (ТВ, 15.12.11); «Кто-то пытается постоянно улучшить, **апгрейдить** своего ребёнка» (Маяк, 29.10.14); «Это смерть. **This is death**» (Маяк, 10.11.14); «...когда мы видим жирных, тучных людей, то, что по-английски называется **оубис** ...» (Маяк, 8.11.14); «Наша информация будет надёжной, то, что называется **рилаэбл**» (ТВ, 10.11.14); «**Спрэд**, по-русски — это **гэндикэп** (Маяк, 27.3.14; разговор о казино в России)».

Бесконечная вставка английских слов, словосочетаний и предложений в сферах массовой коммуникации приобрела катастрофические для русского языка масштабы, напоминает некую злую издевательскую игру. Но делается это, видимо, для того, чтобы украсить свою речь, продемонстрировать свои знания английского языка (что особенно понятно в случае тех, кто «начал жить с английским недавно») и вряд ли от нелюбви к

русскому языку: ведь когда мы говорим по-русски, мы его практически не замечаем — мы на нём живём, мы им дышим.

В Государственную Думу постоянно вносятся законопроекты об ограничении использования английского языка в нашей речи. Так, в сентябре 2014 года был предложен законопроект, запрещающий использование иностранных слов и латинского алфавита в рекламе за исключением названия самого товара, его продавца и производителя. Радио «Маяк» также время от времени проводит обсуждение этой темы со слушателями. Желающих выразить своё негативное отношение к смешению русского языка с английским предостаточно.

7.3. Особого внимания заслуживает широкое употребление в русском языке сегодня английских определительных словосочетаний из двух примыкающих друг к другу существительных по модели *book shop* (книжный магазин), где первое существительное — определение ко второму. В зависимости от истории их употребления в речи эти слова могут писаться вместе, через чёрточку или отдельно, что для нас в рамках нашей статьи не принципиально. Договоримся о том, что мы будем стараться писать их через чёрточку в случае отсутствия письменного образца. Например: *кол-центр*, *дисконт-центр*, *фуд-сити*, *фуд-шоу*, *фуд-корт*, *ток-шоу*, *сонграйтер*, *экзитпол*, *драг-дилер*, *шоумен*, *прайс-лист*, *фитнес-центр*, *догхантер*, *хедхантеры*, *сити-маркет*, *сити-менеджер*, *таун-хаус* (*таунхаус*), *клипмейкер*, *бизнес-ланч*, *тест-драйв*, *допинг-контроль*, *фейс-контроль*, *климат-контроль*, *фейсбук*, *флэш-моб*, *фэшин-дей*, *бейби-бокс*, *бил-борд*, *контент-провайдер* и многие др.

Такая определительная конструкция существует и в русском языке, однако до недавнего времени она не была продуктивной, например: *жар-птица*, *трын-трава*, *фотоателье*, *пресс-секретарь*, *шеф-повар*, *гольф-клуб*, *гамма-излучение*, *царь-пушка*, *царь-колокол*, *Царьград* и др. Более продуктивной является конструкция, в которой первое существительное — определяемое, а второе — определение: *ковёр-самолёт*, *сапоги-скороходы*, *мышка-норушка*, *телефон-автомат*, *фабрика-кухня*, *кафе-мороженое*, *магазин-дисконт*, *лётчик-космонавт*, *лётчик-испытатель*, *человек-амфибия*, *человек-*

*невидимка, человек-паук* и др. Однако под влиянием английского языка сегодня активизировалась первая конструкция, и мы наблюдаем значительное увеличение такого рода словосочетаний разной структуры и семантики с использованием русских или уже обрусевших слов: Москва стала одной из *фэшин-столиц* (НТВ, 21.10.10), *фэшин-проект*, *Айсберг-арена* в Сочи, *Фетисов-арена* во Владивостоке, *бьюти-центр*, *дисконт-центр*, *интеллект-центр*, *Некрасовка-парк* (жилой комплекс), *анти-эйдж медицина* (против старения), *кофе-хауз*, *кофе-машина*, *крэши-тесты*, *ГУМ-Каток*, *ГУМ-Ярмарка*, *МГТС-каталог*, *ДНК-анализы*, *интернет-магазин*, *БЛИНкафе*, *стиляги-шоу*, *валенки-шоу*, *мастер-класс*, *комфорт-класс*, *он-лайн голосование*, *профайл-открытка* (на конкурсе Евровидение), *Харбин ресторан*, *Президент Отель*, *Вивальди оркестр*, *Петросян-шоу*, *штрих-код*, *кэш-приёмник*, *дрес-код*, *дискаунт-торг*, *ВИЧ-инфекция*, *SPA процедуры*, *SIM-карта*, *SMS -сообщение*, *релакс-зона* (в парке), *Крым-чай*, *скейт-парк* (ледяной каток), *шопинг-зуд*, *дизайн-студия*, *царь-редактор* (на радио «Маяк»), *Царь-продукт* и др. Иногда в названиях можно встретить и несколько существительных в функции препоЗИтивного определения: *Ренессанс Монарх Центр*, *РУСИЧ ЦЕНТР БАНК*, *АйМаниБанк*, *Crocus City Hall*, *Барвиха Luxury Village* и даже *АРАПАТ ПАРК ХАЙАТТ МОСКВА*, название гостиницы в Москве, где трудно найти ключевое определяемое.

Несмотря на широкое распространение таких словосочетаний в СМИ, в художественной и документальной литературе эта тенденция пока ещё не приобрела такого размаха.

7.4. Отмечаются многочисленные случаи игрового использования английских слов и латинского алфавита в вывесках, рекламе, на радио: *БОБ 'N' КОК* (Студия красоты); *Шоко 'Latier* (кондитерская в Твери в 2011 г.); *Le Хлеб* (булочная у метро Алексеевская в Москве); *La Маникюр* (салон в Москве); *Жукоffка Плаза* (модный магазин в Москве); *Глаз GO!* (магазин оптики в Твери; ср.: г. Глазго); *КняZz Презентация нового альбома*; *2do2go Гид по Москве* (реклама; To do, To go ...); *SuСтема братьев Запашных*; *хотдог!s* (название киоска); *ДУXLESS* (название книги и кинофильма); *Всех благ! All the благs!* (окончание передачи «Любовь и голуби» на радио «Маяк», 20.03.15) и др.

Итак, за последние 25-30 лет мы наблюдаем, как английский язык неумолимо усиливает своё влияние на русский: от редкого иностранного слова (*форум, кворум, имидж, рейтинг, маркет*) к любому новому английскому слову, от уже понятных английских словосочетаний (*non-stop, on-line, all inclusive, short list, price list, hand-free, touch screen* и др.) к любому английскому словосочетанию без перевода, от коротких английских предложений с переводом к предложениям без перевода, к развёрнутому английскому тексту без перевода.

Подводя некоторый итог, хотелось бы подчеркнуть, что сегодня в языке массовой коммуникации действуют две очень активные тенденции: с одной стороны, значительное расширение области функционирования лексики разных стилевых групп и смешение разностилевой лексики в рамках одного коммуникативного акта, сопровождающееся серьёзным изменением тематики массовой коммуникации, её стиля, и активными процессами словотворчества и лексического формотворчества, а с другой — агрессивное влияние английского языка на русский, проявляющееся, главным образом, в безудержном проникновении в русский язык огромного количества английских слов и словосочетаний.

8. Под влиянием английского языка в настоящее время отмечается значительное расширение сферы функционирования множественного числа существительных, например: *риски, вооружения, экономики, практики* (от «практика»), *зарплаты, воздействия, наркотрафики, загрязнения, угрозы, анализы (данных), элиты, поведения, напряжённости, озабоченности, политики* (от «политика») и др. Интересно, что слово «информация», которое даже в английском, как правило, употребляется в единственном числе, сегодня в русском уже встречается и во множественном. Например, на пресс-конференции с В.В. Путиным 26 декабря 2012 года прозвучал вопрос: «Откуда возникают эти информации?» И ещё пример: «Такие информации появляются почти каждый день» (Радио России, 21.11.13).

Приведём примеры того, как легко и по-новому пользуется в речи существительными во множественном числе В.В. Путин: «... согласование экономических политик» (ТВ, 21.05.10); «Надо посмотреть на международные практики в этой области»

(ТВ, 28.12.12); «Мы проанализируем все эти поступающие информации» (ТВ, 17.04.14); «... лучшие практики надо использовать» (ТВ, 28.10.14); «распространение всех практик в регионах» (ТВ, 04.12.14); «разные поступают информации на этот счёт» (ТВ, 20.02.15).

Интересно отметить, что для аспирантов РАН уже почти не существует проблемы выбора формы числа (единственное/множественное) при переводе с английского на русский научных текстов: в русском переводе сохраняется форма числа английского текста, например: *химические активности актинидов, скорости звука* и др.

9. Определённые изменения наблюдаются и в категории падежа. Как известно, в русском языке имеются группы иностранных слов, которые не изменяются по падежам. К ним относятся и французские слова, оканчивающиеся на *-о*: *бюро, пальто, манто, метро, кино* и др. Мы также знаем, что сегодня, возможно под влиянием этой группы французских слов, нет единой нормы употребления русских географических названий, оканчивающихся на *-о*. В одной и той же радиопередаче мы можем услышать и «строительство в Домодедово», и «ситуация в Домодедове», и «дорога из Внуково», и «вылет из Внукова». Ещё примеры: «Мы хотим фильм о Бородино» (ТВ, 31.10.12); «в подмосковном городе Орехово-Зуеве» (ТВ, 20.5.13) и т.д.

Аналогичная ситуация сложилась и с сокращениями. До недавнего времени все сокращения изменялись по падежам: *длина МКАДа* (московской кольцевой автодороги), *за МКАДом, на МКАДе*. То же касается и постоянно звучащего в СМИ сокращения *МИД* (Министерство иностранных дел): *представитель МИДа, МИДом заявлено* и т.д. Сейчас нет единой нормы употребления сокращений, и в одном и том же тексте мы слышим *представитель МИД* и *руководитель МИДа* и очень часто *на 24-м километре МКАД*.

Ещё примеры: «За рулём находился сотрудник ОМОН» (Маяк, 25.10.12); «в сопровождении бойцов ОМОН» (ТВ, 19.05.13); «Она рассказала ИТАР-ТАСС» (Маяк, 30.10.12); «Надо начать с РАНа (неловкая пауза) ... то есть с РАН, не склоняется» (уточнила диктор радио «Маяк», 01.06.12); «Мороженое, изготовленное в соответствии с ГОСТ» (ТВ, 05.06.14) и т.д.

Куда более определённая ситуация с иностранными фирменными названиями, которые, как мы знаем, в английском языке не склоняются. Не склоняются они и в русской официальной речи (в отличие от разговорной), видимо, для сохранения неизменности фирменного запатентованного названия, которое часто бывает очень коротким. И пока нам ещё странно слышать и читать: *крем от НИВЕЯ; работа в Макдоналдс; по прогнозу Форбс; вход в ИКЕА; смартфоны от Самсунг; Болей футболом с Кока-Кола; Запрещают пользоваться Скайп; фильмы, получившие Оскар; четвёртая модель айПэд; ... чем больше человек пользовались Фейс Бук; Знаете, что происходит, когда вы пьёте АКТИВИА? Живите с ВИЗА; 10 причин купить квартиру в Мортон; Время красоты в Рив Гош* (реклама); *Новый льготный тариф от ОнЛайм* (Радио России, 26.09.13) и др.

На фоне трепетного отношения к иностранным фирменным названиям мы находим примеры, когда названия отечественных брендов по-прежнему склоняются по всем падежам. Например, в газете «Аргументы и факты» № 43 за 2014 г. в рекламе биологически активных добавок мы читаем следующее: «Многообразие форм выпуска Хонды ... учитывает любые предпочтения»; «4 таблетки “Олиджима” в день — и пусть уровень сахара остаётся в норме!»; «Механизм действия Атероклефита следующий ...».

Тенденция неизменения по падежам переносится и на другие названия: «в офисе Оборонсервис» (ТВ, 27.10.12); «Удары, совершаемые Хамас» (Маяк, 15.11.12); «Тысяча (людей) погибли в результате обрушения здания в Бангладеш» (Маяк, 9.05.13); «празднование Курбан Байрам» (ТВ, 14.10.13); «Ждём вас в ЦентрОбувь» (ТВ, 11.12.14).

Но русский язык сегодня изменяется быстро, и вот мы уже читаем в Интернете: *вылет из Москва, прилёт в Москва; сообщение для Сизов Михаил Михайлович; Ближайшее метро к «Государственная галерея на Солянке» «Китай-город»; История операций в Сбербанк Онлайн; Работа в «Медный всадник»* (издательство) и т.п.

Ещё примеры: «Вы должны внимательно слушать “Народный продюсер”» (радиопередача) (Маяк, 05.12.10); «Порядок проживания в “Отель Бригантина”» (г. Рыбинск, 2013 г.) и т.п.



28 октября 2014 г. радио «Маяк» провело опрос в эфире на тему, как слушатели относятся к неиспользованию падежей. Те, кто звонили или писали на передачу, выражали своё раздражение. Может быть, только пока?

Итак: от несклоняемых иностранных существительных на *-o* к несклонению русских топонимов на *-o*, к несклонению названий иностранных брендов, к несклонению аббревиатур, к несклонению названий, выраженных словосочетаниями ... А как далее?

Подводя итоги, хотелось бы сослаться на статью В.М. Живова [3], который рассматривал изменения в современном русском языке (в ряду других революционных изменений в языке петровской эпохи начала XVIII в. и периода после революции 1917 года), характеризовавшиеся «демократизацией» и огрублением языка, расширением сферы употребления разговорной лексики, жаргона и вульгаризмов, как реакцию против языка предшествующей эпохи (в нашем случае — советского периода). Эти изменения характеризовались также широким заимствованием и использованием иностранной лексики, что являлось отражением глубоких изменений в обществе. Однако теперешний революционный период в развитии языка, если следовать исторической логике и согласно В.М. Живову, должен неизбежно смениться периодом «реставрации», предвестниками которой уже сейчас можно рассматривать закон «О государственном языке Российской Федерации» от 2005 года, другие законы по защите русского языка, радиопередачи «Говорим по-русски» (радио «Эхо Москвы»), «С русского на русский» («Радио России»), Праздник славянской письменности, всеобщий диктант и другие мероприятия.

### Литература

1. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. Уч. пособие. М.: Логос, 2001.
2. Дешериев Ю.Д. Массовая коммуникация как «законодатель» нормы литературного языка и культуры речи // Язык в развитом социалистическом обществе: социолингвистические проблемы функционирования системы массовой коммуникации в СССР. М.: Наука, 1983.

3. Живов В.М. Лингвистический капитал и его трансформации в истории русского языка последнего столетия // Труды Института русского языка им. В.В.Виноградова. Вып.1. М., 2014.
4. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. М., 2007
5. Крысин Л.П. Повседневная русская речь в её отношении к литературной норме (лексикографический аспект) // Труды Института русского языка им. В.В. Виноградова. Вып.1. М., 2014.
6. Курилова А.Д. Толковый словарь разговорного русского языка. М., 2007.
7. Маринова Е.В. Иноязычные слова в русской речи конца XX — начала XXI в. М.: Институт рус. языка РАН, 2008.
8. Розина Р.И. Семантическое развитие слова в русском литературном языке и современном сленге. Глагол. М., 2005.
9. Розина Р.И. Активные процессы в современной русской речи // Труды Института русского языка им. В.В.Виноградова. Вып. 2. М., 2014.
10. Русский язык сегодня. Вып.4. Проблемы языковой нормы. М., 2006.
11. Русский язык сегодня. Вып.5. Проблемы речевого общения. М., 2012.
12. Сизов М.М. О влиянии современного английского языка на русский. // Лингвистика и методика преподавания иностранных языков. Электронное научное издание. Институт языкознания РАН. Вып. 1. М., 2009 // [http://www.iling-ran.ru/library/sborniki/for\\_lang/2009\\_01/sbornik\\_kiya.pdf](http://www.iling-ran.ru/library/sborniki/for_lang/2009_01/sbornik_kiya.pdf).
13. Флегон А. За пределами русских словарей. London: Flegon Press, 1973.