

КОЛЛОКАЦИИ И ЗАИМСТВОВАНИЯ: РУССКО-ПОЛЬСКИЙ СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

COLLOCATION AND LOANWORDS: A RUSSIAN-POLISH CONFRONTATIVE ANALYSIS

ЭВА БЯЛЕК

ABSTRACT. The article focuses on new collocations which are created in Russian and Polish on the basis of borrowings, especially Anglicisms. Particular attention is paid to similarities and differences observable in the processes of loan assimilation in these languages. The analysis of translation strategies and the study of relations between the units of translation and their corresponding equivalents adopted by the translator show that the readiness to the implementation of borrowings and the status of the same loan in the SL and the TL can be different. These factors to some extent determine the choice of occasional equivalents such as calques, hybrids, or descriptions.

Ewa Białek, Uniwersytet im. Marii Skłodowskiej-Curie, Lublin – Polska.

Проблематика заимствований и иноязычных влияний – это явление отнюдь не новое, но с давних веков сопутствующее развитию многих языков. Бесспорным свойством русского языка является его предрасположенность к вторжению иностранной лексики. В разные исторические периоды, с меньшей или большей силой, в результате сложных лингвистических или/и экстралингвистических причин русский язык принимал и внедрял иностранные слова, большое число из которых до сих пор активно функционирует в лексике русского языка, иногда даже не проявляя никаких следов своей первоначальной чуждости¹. Заимствования не чужды также польскому языку и его носителям, в лексиконе которых мы сегодня обнаруживаем немало слов непольского происхождения². Несомненно, проблема иноязычных элементов в обеих системах на протяжении последнего десятилетия заметно усугубилась, также при

¹ См.: Н.С. В а л г и н а, *Активные процессы в современном русском языке*. Москва 2001, с. 110–112; М. W ó j t o w i c z, *Z historii angielsko-rosyjskich kontaktów językowych*, „Przegląd Rusycystyczny” 1991, nr 3–4. с. 87–93.

² См.: В. W a l c z a k, *Rozwój zasobu leksykalnego polszczyzny w XX wieku*. В: *Polszczyzna XX wieku. Ewolucja i perspektywy rozwoju*, red. S. Dubisz, S. Gajda, Warszawa 2001, с. 148–153.

переводе и в ситуации конкурирования между русской и заимствованной лексикой. Как перед русским языком, так и перед польским стоит задача отбора заимствований; как в русском языке, так и в польском с разной интенсивностью и с разным темпом проходят процессы адаптации иностранной лексики.

Повышение интереса к иностранному слову тесно связано с внеязыковой действительностью, а также с общественными и экономическими изменениями, происходящими в последнее время. Современность и прогресс создают потребность расширения лексической системы за счет новых номинаций, а также необходимость дальнейшего развития значений уже существующих единиц. В эпоху широко понимаемой глобализации и интенсивных межкультурных контактов неизбежной оказывается интернационализация лексики, в первую очередь, экономической и компьютерной терминологии, лексики сферы шоу-бизнеса. Как считается, приток очередных заимствований в русский язык – это одновременно признак языковой моды, проявлением которой было возникновение новых норм языка СМИ, разрешающих новаторское экспериментирование с языком или уход от прежних стандартов и шаблонов. мода – это также преимущество иностранного слова перед словом родного языка³. Открытость русской прессы к инновациям и заимствованной лексике способствовала распространению и популяризации иностранной лексики в системе русского языка. Следует добавить, что именно заимствованное слово считалось знаменем языковой перестройки (а так часто определяется совокупность изменений в современном русском языке).

Предметом наших рассуждений являются новые устойчивые словосочетания – коллокации – и проблема их перевода с русского языка на польский язык. В круг наших интересов входят сверхлексемы, в основе которых лежат заимствования или которые созданы при помощи заимствованных языковых образцов. Исследовательский материал составляют новейшие тексты русской прессы и их переводы, помещаемые на страницах еженедельника „Fogum”. В рамках данного анализа будет затрагиваться вопрос о зависимости подбора эквивалента от степени конвенциализации единицы в языке перевода, а также от ее функции в подлиннике.

Коллокации мы определяем как единицы языка, характеризующиеся семантической интеграцией своих компонентов, стабильностью состава, а также воспроизводимостью как готовое единое целое, согласно языковой традиции и специализированной сочетаемости слов. В процессе перевода коллокации

³ См.: В.Г. Костомаров, *Языковой вкус эпохи*, Санкт-Петербург 1999, с. 44–46, 112; Л.П. Крысин, *Лексическое заимствование и калькирование в русском языке последних десятилетий*, „Вопросы языкознания” 2002, № 6, с. 28; О.Б. Сиротинина, *Хорошая речь: содвиги в представлении об ее эталоне*. В: *Русский язык сегодня. Активные языковые процессы конца XX века*, под ред. Л.П. Крысина, вып. 2, Москва 2003, с. 549–550.

являются нераздельными сверхлексическими единицами смысла. Следует отметить, что начальная фаза стабилизации определенного сочетания слов не дискриминирует такое описательное выражение в наших исследованиях как не-коллокацию. Процесс адаптации любой лексической или сверхлексической единицы – это длительный процесс. Таким образом, не всегда можно дать однозначную оценку относительно стабилизации неологизма в языке.

Многочисленные новые коллокации с участием заимствований целиком или частично опираются на иноязычные образцы. Если в предыдущих веках речь шла о влиянии французского, немецкого, голландского или польского языков, то сегодня чаще всего речь идет лишь об английском языке. Приводимые ниже коллокации базируются на заимствованном именном компоненте: *провести брифинг (briefing)*, *создать имидж (image)*, *проводить кастинг (casting)*, *совершить киднеппинг (kidnapping)*, *чей-л. рейтинг падает (rating)*, *создать // сделать сайт (site)*, *торговый бренд (brand)*, *политический истеблишмент (establishment)*, *рекламный ролик (roller)*. В свою очередь, атрибутивные коллокации *интернет-кафе (Internet cafe)* и *позиционирование товара (positioning of goods)* почти полностью отражают структуру исходной единицы.

Каждый язык, соответственно с действующими в нем нормами и обычаями, фиксирует новые заимствования или создает их аналоги (то есть под напором иностранного языка активизирует свои словообразовательные возможности). Графическая и фонетическая ассимиляция нового знака в языке говорит о его значительной стабилизации в данной системе, но это предопределяется также образованием новых словосочетаний на его основе. Если новая коллокация является общей частью системы исходного языка (ИЯ) и переводящего языка (ПЯ), то теоретически можно предположить, что процесс перевода сводится к переходу от сверхлексического целого ИЯ к сверхлексическому целому ПЯ. Однако нельзя не учесть, что между степенью закрепления новой коллокации в ИЯ и ПЯ возникнет существенная разница, совсем другой может быть также сфера их прагматических значений. Такое положение вещей может, в свою очередь, означать необходимость искусственного расширения системы ПЯ для нужд конкретного текста или семантизацию номинации в переводе. В любой сходной ситуации решение в значительной мере зависит от переводчика как „второго автора” и как носителя данного языка. Так, обратимся к несколькими примерам коллокаций-неологизмов и их переводу на польский язык.

- (1) [...] поэтому рутинная процедура спуска знамен давно превратилась в популярное развлечение и одновременно *политическое шоу* (ЕЖ).
[...] – rutynowa procedura opuszczenia flag, która odbywa się wieczorem, stała się więc popularną rozrywką i *politycznym show*;
- (2) [...] и майского празднования 60-летия Победы над фашизмом, на которое в Москву пожелает *весь мировой политический бомонд?* (Ит).
[...] i po obchodach 60 rocznicy zwycięstwa nad faszyzmem, na które do Moskwy zjedzie *cały liczący się polityczny świat?*;

(3) *Миллионы долларов отмывались* через офшоры на Каймановых островах (НГ).

Miliony dolarów prane były w bankach na Kajmanach.

Имя существительное *шоу* входит в группу заимствований, которые окончательно прижились на русской почве. Частотность разнообразных словосочетаний с его наличием свидетельствует о значительном развитии системы значений данного слова. На это указывает и сопоставление заимствования с его русским синонимом *спектакль*, по отношению к которому англицизм оказался конкурентоспособным средством выражения (а сегодня они синонимичны только в основном значении). Новые переносные значения со временем подвергаются фразеологизации, благодаря чему словосочетания из свободных сочетаний – продуктов языка – становятся языковыми единицами. Коллокация *политическое шоу* – это политическая метафора, одна из составляющих политического дискурса последних лет⁴. В ее переводе применяется лексическо-семантическая калька. Независимо от идентичного состава компонентов, между соответствиями ИЯ и ПЯ существует принципиальная разница – переводческий эквивалент не является воспроизводимым. В ПЯ существительное *show* столь широко не распространено, к тому же его потенциал и сочетаемостные свойства гораздо уже, чем в ИЯ⁵. До сих пор такая политическая метафора, как вполне стабильное сочетание, в системе ПЯ не функционирует (хотя нельзя исключить ее окказионального характера или лишить права на существование в ресурсах польского языка).

В последние годы в речевой обиход вернулся галлицизм *бомонд* (фр. *beau monde* – ‘высший свет, аристократическое общество’)⁶, который вместе с прилагательным *политический* образует новую коллокацию *политический бомонд* (книжн.). В данном контексте целое *весь мировой политический бомонд* представляет собой неделимую единицу смысла, в то время как коллокация является одним из ее звеньев. Описательный переводческий эквивалент базируется на стилистически нейтральной коллокации *świat polityczny*.

Заслуживает внимания пара регулярных переводческих соответствий *отмывать деньги* – *prać pieniądze*, прежде всего из-за резко отличающихся глагольных компонентов в составе той же коллокации в ИЯ и ПЯ. Глаголы *отмывать* и *prać* (русск. *стирать*) эквивалентны только лишь в составе названной коллокации, когда их прямые значения претерпевают семантические изменения. Данная коллокация служит ярким примером несовпадающих способов ассимиляции одного и того же заимствования в русском и польском языках. Хотя во внешней структуре словосочетаний не заметно никаких по-

⁴ Г.Н. Скляревская, *Толковый словарь русского языка конца XX в. Языковые изменения*, Санкт-Петербург 1998, с. 474.

⁵ См.: А. Маковский, *Leksykon najnowszych wyrazów polskich*, Warszawa 1996, с. 151.

⁶ *Словарь современных понятий и терминов*, авт. сост. В.А. Макаренко, Москва 2002, с. 58.

казателей чуждости, тем не менее, они составлены по одному англоязычному образцу – *to launder money*. Цитируем: „Буквально: *стирать деньги*: по одной из версий, в американском английском это выражение возникло потому, что деньги, полученные незаконным путем, в США впервые начали легализировать через систему прачечных”⁷. В процессе системной ассимиляции узус каждого языка регулирует состав коллокации. Так, в систему польского языка калька вошла с сохранением исходного глагола, а узус русского языка выбрал глагол с другим прямым значением. Что интересно, в обоих языках возможно пополнение состава коллокации факультативным именем прилагательным *отмывать <грязные> деньги – prać <brudne> pieniądze* (в то время как в английском прототипе такая добавочная характеристика на эксплицитном уровне не встречается).

- (4) *Шопингом занимаются* только спутницы «пенса» – [...] (Or).
Shopping uprawiają tylko damy towarzyszące zamoznym „pensom” [...].
- (5) Есть граждане, которые *едут* исключительно *в шоп-туры, шуб-туры* и плевать хотели на местные достопримечательности (Or).
Na przeciwległym biegunie znajdują się ci, którzy mają w nosie zabytki i *wyjeżdżają za granicę wyłącznie po zakupy*.
- (6) А заядлые „автоматчики” накануне Нового года обсуждали, что какой-то счастливчик *сорвал* в „Метелице” очень крупный *джек-пот*, больше 4 млн рублей (Or).
Wieść gminna niesie, że na Nowy Rok jakiś szczęśliwiec *wygrał* na automacie 4 mln rubli.

Генезис новой коллокации *заниматься шопингом / шопингом* (англ. *shopping*) также можно связать с англоязычным образцом – *to do the shopping*. Данная коллокация часто появляется на газетных полосах, в радио- и телепередачах – средства массовой информации оказывают чрезвычайно большое влияние на темпы стабилизации и языковой вкус русскоговорящих. В повседневном общении, бесспорно, гибридное сочетание слов одобряется в гораздо меньшей степени. Как уже говорилось, обращение к иностранному слову неоднократно оценивается как признак языковой моды и демонстрации говорящим своего отношения к ценностям современности. Так, можно сказать, что в прессе коллокации-заимствования – это стилеобразующие единицы перевода. Переводчик сохраняет нерусский состав подлинной единицы, вводя в польский текст окказиональное сочетание англицизма *shopping* и глагола *uprawiać* (книжн.). По всей вероятности, гибридное сочетание слов приводит к желаемому эффекту – обращает внимание любого получателя перевода. Таким образом, воспроизводится функция единицы перевода *занимаются шопингом*, то есть ее внешняя привлекательность и новизна. В тексте пере-

⁷ Л.П. Крысин, указ. соч., с. 33.

вода заимствование *shopping* используется окказионально, так как оно не входит в систему ПЯ, скорее всего, остается еще на ее периферии (хотя в текстах СМИ зафиксировано в значении ‘*wyjazd za zagranicę w celach handlowych*’)⁸.

Следующая иллюстрация сильного влияния английского языка на современный русский язык – это сочетание *ехать в шоп-туры* (англ. *shopping-tour, shop-tour*). Коллокацией мы признаем целую единицу, но самостоятельно функционирует также сложение *шоп-тур / шопинг-тур* (ср. ‘организованная заграничная туристская поездка по определенному маршруту с целью приобретения товаров массового потребления’)⁹. Популяризация сложений такого рода обусловлена усвоением русским языком многочисленных структурных англоязычных образцов и относительно активного их распространения в языке и речи. Коллокация *ехать в шоп-туры* представляет собой своеобразную единицу не только из-за своего гибридного характера – она связана с новыми реалиями, т.е. оживленным и целенаправленным выездным туризмом. Данное наблюдение относится также к окказиональному сложению *шуб-тур*, которое вместе с первой коллокацией подвергается целостному переводу. Кажется, что польский язык более строг к притоку иностранной лексики, что значит, что его податливость к модным веяниям не является столь заметной, как в русском языке, а заимствования могут адаптироваться в нем труднее и дольше (особенно те, которые вошли в употребление лишь под влиянием языковой моды). Из-за отсутствия аналогичных структур переводчик воспроизвел смысл подлинной единицы при помощи описательного эквивалента *wyjeżdża ją za granicę po zakupy*. Воспроизводимым считается нами и сочетание *wyjeżdżać za granicę* – так, целый эквивалент является сочетанием коллокации и дополнительного существительного, которое в данной ситуации оказалось необходимым для передачи смысла этого отрывка подлинника.

Очередной англицизм *jack-pot* оказался в составе коллокации-неологизма *сорвать джек-пот* (‘самый крупный выигрыш в лотерее за счет присоединения суммы, не выигранной в предыдущем тираже’)¹⁰. Оценка происхождения сочетания вызывает некоторые сомнения. Одновременно это может быть как калька английской коллокации *to hit the jackpot*, так и русское словосочетание, созданное по аналогии с сочетанием *сорвать куш* (смежные значения и одинаковые глагольные компоненты). Употребленный однословный эквивалент, из-за своей заметной зависимости от контекста, не является полным синонимом коллокации. Как самостоятельная единица глагол *wygrać* (русск. *выиграть*) не указывает непосредственно на большой выигрыш (для этого требуется введение дополнительного и уточняющего актанта), в то время

⁸ *Nowe słownictwo polskie. Materiały z prasy lat 1985–1992*, red. T. Smółkowa, cz. II: P–Ż, Kraków 1999, с. 159.

⁹ *Словарь современных понятий и терминов*, указ. соч., с. 495.

¹⁰ ГРАМОТА.РУ – *Справочная служба русского языка РАН* (<http://www.gramota.ru/>).

как в *сорвать джек-пот* такая информация уже содержится на уровне имплицитных структур. Переводческие соответствия отличаются также своим стилистическим оттенком (разговорное словосочетание ИЯ – нейтральное словосочетание ПЯ).

Имя существительное *бизнес* в свое время в равной степени вошло в системы обоих языков. Сегодня в первой из них (русской) оно обросло сеткой новых значений и новых возможностей, отражением чего является зарождение очередных номинаций в виде словосочетаний, например, *игорный бизнес, туристический бизнес, преступный бизнес, грязный бизнес, компьютерный бизнес, теневой бизнес; иметь бизнес, заниматься бизнесом...*¹¹. В разряд коллокаций мы включаем также целое *звезда шоу-бизнеса*. Проанализируем примеры:

- (7) К концу 90-х Москва разработала для *игорного бизнеса* свой свод правил (Ог).
Pod koniec lat 90. Moskwa wypracowała lokalne zasady *prowadzenia biznesu rozrywkowego*.
- (8) [...] и посоветовали ввести в Москве систему жесткого законодательного регулирования и квотирования *игорного бизнеса* [...] (Ог).
[...] aby wprowadzić w Moskwie precyzyjne regulacje prawne odnośnie do *gier losowych* [...].
- (9) *Крутые бизнесмены* сформулировали свое кредо: деньги, братан, надо зарабатывать не здесь (АиФ).
Rosyjscy gangsterzy mają swoje credo: pieniądze, brachu, zarabiaj gdzie indziej.

На страницах польской прессы в аналогичных контекстах чаще всего употребляются сочетания *biznes // przemysł hazardowy*. Второй вариант обладает особенно высокой частотностью, так как он опирается на готовые сочетаемостные образцы, характерные для польского языка. Однако такая вариативность может обозначать отсутствие регулярного и закрепившегося в узусе ПЯ эквивалента (приведенные выше сочетания, хотя они одобряются нормой польского языка, кажутся еще неустоявшимися). Об этом свидетельствуют, прежде всего, стратегии перевода коллокации *игорный бизнес*. Каждый раз вводятся приближенные эквиваленты (то есть с более широким или узким смыслом), но не равнозначные с точки зрения смысла. Сочетание *biznes rozrywkowy* в примере (7) это гипероним по отношению к значению коллокации *игорный бизнес*, в примере (8) появляется суженный эквивалент *gry losowe*, называющий собой только одну из отраслей этого сектора бизнеса. Добавим, что в первой иллюстрации в состав единицы смысла входит также предлог *для*, что повлияло на необходимость расширения эквивалента в тексте перевода.

Оригинальность значения атрибутивной коллокации *крутые бизнесмены* обусловлена не только присутствием в его составе прилагательного *крутой*.

¹¹ Г.Н. С к л я р е в с к а я, указ. соч., с. 85.

Любопытно отметить, что в значении этого прилагательного В.Г. Костомаров усматривает влияние американизмов *a tough* (*tough guys*) и *hard-boiled*, в свою очередь Л.П. Крысин указывает на исконно русское происхождение значения данного слова, его развитие без влияния другого языка¹². Стоит обратить внимание на интересные эффекты семантических преобразований имени существительного *бизнесмен*, а также особенную актуализацию целого словосочетания как единицы текста. Ключом к правильной расшифровке значения коллокации в данном контексте оказывается адресатив-жаргонизм *братан*, однозначно говорящий, о ком идет речь. Так, можно судить, что основная интерпретация значения *крутой бизнесмен* – ‘состоятельный, серьезный, деловой бизнесмен’ (согласно ГРАМОТА.РУ), если даже до сих пор является исходной, то со временем может оказаться недостаточной. Потерю обуславливает несовпадающая сочетаемость существительного *бизнесмен* – *biznesmen* в ИЯ и ПЯ. Переводческое соответствие в виде существительного *gangster* (русск. *гангстер*) не воспроизводит этой специфической прагматики русской коллокации, но, несмотря на это, такое решение считается решением, подходящим для данного контекста.

*

Стоит подчеркнуть, что инновации и изменения в ИЯ и ПЯ не во всех своих значениях сравнимы. Таким образом, переводческие соответствия могут значительно отличаться по своей структуре и стилистике, а разные решения могут применяться вариативно. Различия между темпами адаптации нововведений в ИЯ и ПЯ, разная емкость обеих языковых систем в значительной мере обуславливают выбор переводческого соответствия, зачастую в виде кальки или описательного окказионального эквивалента. Те же факторы иногда заставляют переводчика создать гибридное сочетание слов.

Источники

Подлинные тексты:

АиФ	–	„Аргументы и факты”
Ит	–	„Итоги”
ЕЖ	–	„Еженедельный журнал”
НГ	–	„Независимая газета”
Ог	–	„Огонек”
Тексты перевода:	–	„Forum”

¹² В.Г. Костомаров, указ. соч., с. 175; Л.П. Крысин, указ. соч., с. 31.