

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АДАПТАЦИИ ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ КОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЫ В ПЕТРОВСКИЙ ПЕРИОД

Г.С. ЯРОЦЬКА. ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АДАПТАЦІЇ ЗАХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ КОМЕРЦІЙНОЇ СФЕРИ В ПЕТРОВСЬКУ ДОБУ

У статті розглядаються процеси семантичної адаптації західноєвропейських запозичень комерційної сфери, що ввійшли до російської мови за петровську добу. Лінгвокультурологічний підхід до аналізу лексикографічного матеріалу дозволяє зробити висновок про те, що семантична адаптація запозичених лексем проходила у тісній взаємодії зі споконвічною російською лексикою, що зумовило в деяких випадках семантичні відмінності з первинним значенням у мові-донорі. Результатом цієї взаємодії стали зміни у семантичному обсязі, функціональному статусі, стилістичних та експресивних характеристиках групи слів комерційної сфери.

Ключові слова: петровська доба, запозичення, комерційна лексика.

Г.С. ЯРОЦКАЯ. ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АДАПТАЦИИ ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ КОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЫ В ПЕТРОВСКИЙ ПЕРИОД

В статье рассматриваются процессы семантической адаптации западноевропейских заимствований коммерческой сферы, вошедших в русский язык в Петровскую эпоху. Лингвокультурологический подход к анализу лексикографического материала позволяет сделать вывод о том, что в семантическая адаптация заимствованных проходила в тесном взаимодействии с исконно русской лексикой, что обусловило в некоторые случаях семантическое расхождение с исходным значением в языке-доноре. Результатом взаимодействия заимствованной лексики и исконно русской стали существенные перемены в семантическом объеме, функциональном статусе, стилистических и экспрессивных характеристиках ряда слов коммерческой сферы.

Ключевые слова: петровский период, заимствования, коммерческая лексика.

G.S. YAROTSKAYA. CULTURAL AND LINGUISTIC ASPECTS OF BORROWINGS OF WESTERN COMMERCIAL CONCEPTS INTO THE RUSSIAN LANGUAGE DURING THE RULE OF PETER-THE-GREAT

The article examines the process of adaptation of Western economic concepts borrowed by the Russian language during the rule of Peter-the-Great. The cultural and linguistic approach applied to the analysis of lexicographical material lends to the conclusion that, the semantic adaptation based on interaction of original Russian words and borrowing lexem, and as a result there is a differences in the meaning of original Western counterpart lexical units.

Key words: Peter-the-Great rule, borrowings, commercial lexems.

Петровский период в истории русской лингвокультуры демонстрирует активные процессы импорта концептов, вербальные репрезентанты которых значительно пополнили словарный состав лексикой философской, политической и экономической сфер, заимствованной из западноевропейских языков.

Надо отметить, что иноязычная лексика, вошедшая в состав русского языка, стала достоянием образованной части общества, о чём

может свидетельствовать её активное употребление в деловой письменной сфере (см. об этом подробно [1]).

Целью данной статьи является лингвокультурологический анализ лексических заимствований-неологизмов коммерческой сферы в языке петровского периода. Материалом анализа стали данные «Словаря церковно-славянского и русского языков» [СЦСРЯ 1867], на базе которых нами построено номинативное пространство коммерческой концептосферы русского языкового сознания в исследуемый период. К вербальным репрезентантам кон-

цептов коммерческой сферы можно отнести следующие лексемы: *акция, акционер, ассигнация, банкир, банкрот, биржа, вексель, капитал, капиталист, касса, кассир, компания, кредит, магазин, мануфактура, облигация, полис, порто-франко, штраф, фабрика, фабрикант, фабрикантша, фабрикантский, фабричник, фактура, фирма* и др.

Как известно, заимствование идей сопровождается адаптацией нового знания к уже существующему. Так, импорт инокультурных концептов вступает во взаимодействие с русским языковым сознанием: лексема *коммерция* становится синонимом *торговли*, аналогичные пары образуют лексемы *заём — кредит; коррупция — взяточничество, мздоимство; бухгалтер — книгодержатель; кассир — казначей* и др. Естественно, что возникновение новой семантической единицы в заимствовавшем языке не есть результат механического переноса готового смысла: можно говорить об особом этапе становления значения заимствованного слова в новой языковой и лингвокультурной среде. «Размытость» границ значения, неопределённость набора простейших смыслов, из которых складывается значение, их взаимных отношений, — типичная семантическая черта заимствований периода вхождения [1, с.242].

Появление лексемы *коммерция* [СЦСРЯ, т.2, с.406] способствовало разграничению понятий «обмен товаров» и «предпринимательская, посредническая деятельность в торговле», то есть введён дополнительный когнитивный признак «посредническая деятельность». *Торговля*, толкуемая как «купеческий промысел» вступает в синонимические отношения с лексемой *коммерция*. Лексема *монополия* — захват какой-либо части торговли в одни руки [СЦСРЯ, т.2, с. 675] фиксирует отсутствующий ранее понятийный компонент «монопольное право на торговую деятельность»: ср. *монопольист* — захвативший какую-либо часть торговли в свои руки [там же], а также появление нового экономического института свободной торговли в лексеме «*порто-франко* — торговый город, в который иностранные товары допускаются беспошлинно» [СЦСРЯ, т.3 с. 794].

Зависимость перевода иноязычного термина от состояния семантической системы усваивающего языка наглядно демонстрируется в критических заметках о переводе с французского языка: «выбрав несколько слов из книги «*Recherches des principes de l'Economie politique*», par le chevalier Jacques Stuart, автор подвергает анализу их возможные русские экви-

валенты. «*Propriétaire* иногда переводится *помещик*, иногда *владелец, хозяин, господин*; но как перевести *propriétaire* так, чтоб значение оно было обще всем сим словам и отличалось бы от слова *Seigneur, господин, владелец?*» (см. «Северный вестник», 1804, ч. 1 — «Программа», с. 236). Лишь в 40—50-х гг. сложилось слово *собственник* для передачи того понятия, которое соответствовало основному значению франц. *Propriétaire*. «*Administration* издатели переводят: *управление*; но слово *administrateur* не переводят *управитель*, а *правитель*; иногда же *народоправитель*, чтоб избежать обоюдности; ибо слово *управитель* у нас в другом смысле берется. Например: мы говорим: *управитель деревни, управитель дома* и пр. Сверх того, надобно перевести *administration* так, чтоб перевод отличал значение онаго от слов: *gouvernement, directoire, direction*» (там же, с. 235—236) [цит. по: 2]. Таким образом, объективация новых когнитивных признаков в слове *собственник* обусловлена импортом экономического смысла, вербализованного в лексеме *Propriétaire*.

Вследствие массового притока иноязычных слов активизировался и словообразовательный потенциал русского языка: ср. производные от иноязычных слов: *компанейский, компанейщик* [СЦСРЯ, т. 2, с. 406], *кредиторка, кредитный, кредитор, кредиторский, кредитивный* [СЦСРЯ, т. 2 с. 455], *коммерческий* [СЦСРЯ, т. 2, с.405], *магазинный, магазинчик, магазинщица* [СЦСРЯ, т. 2, с. 455], *миллиончик, миллиончик, миллионщица* [СЦСРЯ, т. 2, с. 634], *монетка, монетишка, монетный, монетоделатель* [СЦСРЯ, т. с. 675], *банкирский, банкирство* (занятие, упражнение банкира), *банковский, банкротиться, банкрот, банкротский, банкротство* (состояние *банкрота* — пришедшего в невозможность заплатить свои долги) [СЦСРЯ, т.1, с.43], *обанкручивать, обанкрутить, обанкрутиться, обанкручивание* [СЦСРЯ, т. 3, с.3], *фабрикант, фабричник, фабришник, фабрикантский, фабрикантша* [СЦСРЯ, т. 4, с.806], причём словообразовательный потенциал языка позволяет разграничить *фабричника (фабришника)* — работника на фабрике и *фабриканта (фабрикантша)* — содержателя фабрики [СЦСРЯ, т.4, с.806] и др.

По реакции номинативного пространства коммерческих концептов на иноязычные новации можно выделить два ряда случаев: 1) иноязычные вхождения способствуют расширению номинативного пространства, заполняя новые слоты в структуре концепта, однако при этом не происходит существенных изменений в

уже заполненных понятийных клетках — слотах (то, есть, не влияя ни на вербальные репрезентанты когнитивных признаков, ни на их взаимоотношения друг с другом); 2) иноязычные вхождения влекут существенную перестройку структуры номинативного пространства концептов, перегруппировку вербализаторов, формируют новые синонимические ряды и новые семантические отношения в пределах каждого когнитивного признака.

Трансформация в пределах номинативного пространства макроконцепта ТОРГОВЛЯ/КОММЕРЦИЯ отвечает второму типу намеченных здесь вариантов. Лексико-семантическое поле торговли пополнилось целым рядом заимствованных лексем: *базар, гильдия, коммерция, монополия, контрабанда, кредит, порто-франко, рынок, фирма* и др. В освоении этих слов участвовал весь состав наличных русских лексем названных семантических групп. Результатом этого взаимодействия были существенные перемены в семантическом объёме, функциональном статусе, стилистических и экспрессивных характеристиках ряда слов.

В сфере обозначений объединений лиц, ведущих торговую деятельность, появились лексемы *компания* (объединение купцов и промышленников, сначала для обозначения практики иноземных купцов, а с конца XVII в. — практики национальной), *фирма, гильдия* и др. Ср. *компания* — общество людей, преимущественно купцов, торгующих или промышленных совокупно [СЦСРЯ, т.2, с. 406].

С середины XVIII в. значение «торговая и промышленная компания» фиксируется у слова *общество*, которое первоначально обозначало «все люди, весь народ данной страны, живущий вместе по общим законам и уставам». Позже за ним закрепилось значение объединение людей, связанных общим интересом (профессиональным или сословным: *монашеское о., дворянское о.*) Таким образом, произошло синонимическое сближение слов *компания* и *общество* [1, с. 323]. Одновременно формируется аналогичное значение у лексемы *товарищество* (от *товарищ* — компаньон в торговле) — совокупность людей, связанных различными отношениями, в том числе и совместной деятельностью в торговле. Заимствованные лексемы *гильдия* — торговый разряд [СЦСРЯ, т.1, с. 544], *фирма* — в торговле имя, под которым какой-либо купеческий дом или общество производит торговлю [СЦСРЯ, т.4, с. 675], уплотняют номинативное пространство «торговля» в русском языке.

Слот «место торговли» пополняется лексемами *рынок* (заимств. в Петровскую эпоху из польск. яз., где *rynek* "городская площадка" < ср.-в.-нем. *ring* "круг, площадь" [2]), *базар* — торговое место, рынок [СЦСРЯ, т.1, с. 38], *магазин* — 2. ...лавка, устроенная в жилом доме, в которой торгуют каким-либо товаром [СЦСРЯ, т. 2, с. 582] расширяет номинативный ряд обозначений мест торговли. Заимствованная лексема *аукцион* — продажа движимого и недвижимого имущества, или товаров, с публичного торга [СЦСРЯ, т.1, с.32] и её производные *аукционист, аукционер, аукционный*, не имеющие одноклассовых эквивалентов в русском языке, фиксируют появление аукционной торговли.

В XVIII в. в русский язык приходит семантическая калька *стоить* (цениться) и её производное *стоимость* (ценность) «... из польск. яз., где *stać* "стоять", *stoi* "стоит" — семантическая калька нем. *kosten* "стоять" < лат. *constare* "стоять" < "постоянно стоять" [2]). Таким образом, слот «цена товара» пополняется лексемой *стоимость*, имеющей вариант *стойность* [СЦСРЯ, т.4, с.476].

Заимствование с установкой на сопоставление с европейским словарём и известное подравнивание под влиятельные нормы европейского употребления предполагало в ряде случаев наличие равнозначного русского материала, семантически эквивалентного приходящим иноязычным словам [3]. Это было причиной возникновения дублетных пар и серий иного рода — из русских и иноязычных слов. Дублетность такого порядка была очень высокой в языке XVIII в.: *квалитет* — *качество*; *квантитет* — *количество*; *интерес* — *рост, лихва*; *сумма* — *купа*; *медиація, медиатор* — *посредство, посредник*; *фабрика* — *работа, дело*; *торговля* — *коммерция, негоциация* и др. Источником дублетности была реакция принимающей стороны, хотя мотивы, вызывающие эту реакцию, могли быть диаметрально противоположными — стремление адаптировать новый иноязычный материал и стремление избавиться от иноязычных включений в русский словарь. Однако средством достижения того и другого было семантическое сближение иноязычного слова с русским (при отсутствии эквивалентности этих единиц) на основе какой-либо степени их семантического подобия либо создание с этой целью нового слова. Конечные результаты подобных процессов семантического сближения не всегда оказывались соответствующими исходной мотивации: русское слово, привлекаемое как семантический ориентир для иноязычного слова с целью облегчить его вхож-

дение в новую лексическую систему, зачастую вытесняло иноязычное слово из языка, целиком перенимая на себя его функции (*качество — квалитет, количество — квантитет*), а русский эквивалент, привлекаемый с целью замены иноязычного слова, оказывался оттеснённым им за границы русского словоупотребления (*кредитор — заимодавец, сумма — купа, интерес — лихва*). Таким образом, лингвокультурологический подход к анализу взаимодействия иноязычных слов с русскими и изменений в русской коммерческой лексике требует рассмотрения когнитивных основ семантической дифференциации как попытки преодолеть отношения дублетности в языковой системе.

Анализ системно-языкового уровня репрезентации коммерческой концептосферы в Петровский период позволяет сделать следующие выводы: 1) несмотря на значительное пополнение лексического состава русского языка заимствованиями из западно-европейских языков, свидетельствующее в большинстве случаев об импорте концептов, новые экономические понятия (специализированные концепты, соответствующие научным знаниям, институциональной сфере коммерции) положили начало формирования экономического терминологического аппарата (*либерализм, право, капитал,*

капитализм, монополия, порто-франко, коммерция, кредит, банк, банкротство, финансы и др.; 2) семантическая адаптация заимствованных лексем к русскому языковому сознанию проходила с опорой на русскую аксиосистему, что обусловило в некоторых случаях семантическое расхождение с исходным значением в языке-доноре.

ЛИТЕРАТУРА

1. Биржакова Е.Э. Очерки по исторической лексикологии XVIII в. Языковые контакты и заимствования / Елена Эдуардовна Биржакова, Лидия Адольфовна Войнова, Лидия Леонтьевна Кутина. - Ленинград: Академия наук СССР Институт русского языка, Издательство Наука, ленинградское отделение. — 1972. — 431с.
2. Виноградов В.В. История слов: около 1500 слов и выражений и более 5000 слов, с ними связанных/ Виктор Владимирович Виноградов //Отв. ред Н. Ю. Шведова. — Москва: Толк, 1994 [2]. — 1138 с.
3. Виноградов В.В. Очерки по истории русского литературного языка XVII-XIX вв. — 4-е изд. / Виктор Владимирович Виноградов. — М.: Русский язык, 2002. — 528 с.
4. СЦСРЯ — Словарь церковнославянского и русского языка, составленный вторым отделением Императорской академии наукъ. В 4 томах. — Второе издание. — Санкт-Петербургъ, 1867.