

9. Справочник химика 21 века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.chem21.info>. – Дата доступа: 10.03.2022.
10. Тресиддер, Дж. Словарь символов / Дж. Тресиддер. М., 1999.
11. Универсальная энциклопедия Кирилла и Мефодия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://megabook.ru/>. – Дата доступа: 10.03.2022.
12. Фатеева, Н.А. Поэт и проза: Книга о Пастернаке / Н.А. Фатеева. М., 2003.
13. Якобсон, Р.О. Работы по поэтике / Р.О. Якобсон. М., 1987.

УДК 81'373.612.2

НЕОСЕМАНТИЗАЦИЯ СУЩЕСТВИТЕЛЬНОГО *КОМАНДА* В СОВРЕМЕННЫХ ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИКАХ

Т.М. Шкапенко

г. Калининград, Российская Федерация

В статье описывается механизм неосемантизации существительного *команда* под влиянием значения слова *team* в современном английском языке. Обосновывается, что процесс приобретения ранее заимствованным словом нового значения происходит в результате использования лингвистических техник трансляции культуроспецифичных способов употребления слова в языке-доноре. Инновационные контексты сначала появляются в коммерческом дискурсе, затем расширяются на другие дискурсивные области. Формирование у слова *команда* нового значения происходит в результате одновременного использования калек и прямых заимствований (*командообразование* и *тимбилдинг*, *командный дух* и *тим спирит*, *команда мечты* и *дрим тим*); калькирования англоязычных речевых актов-рекомендаций, содержащих числительные; активного внедрения в речевые навыки членов групповых объединений публичного использования речевого акта самоидентификации с местоимением первого лица множественного числа (*Мы – команда!*). Внедрение в дискурсивные практики новых контекстов приводит к появлению у слова *команда* нового значения и к его включению в систему ценностей, предписываемых членам современного российского социума.

Ключевые слова: неосемантизация, англосемантизмы, вторичное заимствование, существительное команда.

NEOSEMANTIZATION OF THE NOUN TEAM IN MODERN DISCURSIVE PRACTICES

T.M. Shkapenko

Kaliningrad, Russian Federation

The paper describes the mechanism of neosemantization of the noun *команда* in Russian language under the influence of the word *team* in modern English. It is proved that the process of acquiring a new meaning by a previously borrowed word occurs as a result of the use of linguistic techniques for translating culture-specific ways of using the word in the donor language. Innovative contexts first appear in commercial discourse, then expand to other discursive areas. The appearance of a new meaning in the word *команда* occurs as a result of the simultaneous use of calques and direct borrowings (*командообразование/ team building, командный дух/ team spirit, команда мечты/ dream team*); the copying of English-language speech acts-recommendations containing numerals; an active introduction into the speech skills of group members the public use of a speech act of self-identification with a first-person plural pronoun (*Мы – команда!*). The introduction of new contexts into modern discursive practices leads to the emergence of a new meaning in the word *команда* and to its introduction to the system of values prescribed to members of modern Russian society.

Key words: neosemantization, Anglo-semanticisms, secondary borrowing, noun command.

Введение. Системные изменения, произошедшие в России в результате отказа от идеологии коммунистического строительства в пользу западной модели общественного устройства, нашли свое отражение в лексике, относящейся к номинативным средствам стратификации общества. Обновление состава соционимов происходило под влиянием английского языка в форме прямых заимствований, различного рода калек, а также неосемантизации [1], описываемой в отечественной лингвистике преимущественно в терминах «вторичных заимствований» [2]. Для обозначения семантических заимствований периода глобализации в зарубежной лингвистике используется специальный термин «ангloseмантизм», под которым понимается «лексема, слово или устойчивое словосочетание, исконная или генетически чуждая (заимствованная ранее), которая под влиянием английского языка изменила свою семантику, то есть приняла значение, отсутствующее до этого в (родном) языке (либо присутствовавшее давно, но забытое)» [5, с. 134].

Термины «неосемантизация» или «ангloseмантизация» представляются более предпочтительными по сравнению с «вторичным заимствованием», поскольку в них присутствует компонент процессуальности, указывающий на то, что формирование нового лексико-семантического варианта (далее ЛСВ) не является однократным актом, а протекает в речевых практиках в течение некоторого периода времени. В цели нашей работы входит наблюдение за особенностями функционирования слова *команда* в современных дискурсивных практиках, результатом которого является возникновение у слова нового ЛСВ.

Методы и материал исследования. В основе выполненного анализа лежат теоретические положения о роли инновационного контекста в процессе неосемантизации лексических единиц [4]. В соответствии с поставленной

целью в работе использовались дефиниционный, контекстуальный, функционально-семантический и лингвопрагматический методы анализа. Материалом исследования послужили толковые словари русского и английского языков, а также примеры, зафиксированные в интернет-ресурсах.

Результаты и дискуссия. Пришедшее из французского языка слово *команда* определяется словарями русского языка как многозначное. Все указываемые значения можно свести к двум группам: 1) команда как речевой акт директивного характера; 2) команда как группа лиц, объединенных принадлежностью к профессии. Во второй группе в качестве отдельных значений выделяются:

<...> 4. Небольшая воинская часть, выделенная в особую единицу (воен.). 5. Экипаж судна, матросы вместе с начальством (мор.). 6. Служащие какой-н. пожарной части при исполнении служебных обязанностей (спец.). 7. группа участников спортивного состязания, одна из борющихся сторон, подчиненная своему капитану (спорт.). [3]. Как видим, метонимический перенос с директивного речевого акта на объект его воздействия обусловил наличие референтного ряда, включающего в себя группы людей, подчиняющиеся единому командованию.

С начала 2000-х годов слово *команда* начинает употребляться, в первую очередь, по отношению к группе лиц, работающих в одной компании, фирме, торговой сети, офисе и т.п. Например:

На сегодняшний день наши сети доступны в Тюмени, будем рады видеть вас в стенах нашего офиса. Хотите к нам в команду? (<https://pozitivtelecom.ru/about/>). *За ребятами из команды нашего офиса – будущее.* (<https://www.kommersant.ru>).

В это же время в коммерческом дискурсе начинает активно использоваться структурная калька *командообразование*, конкурирующая с прямым заимствованием *team building* (*тимбилдинг*). Данное сочетание следует признать инновационным, так как в предыдущие социо-исторические периоды команды создавались сверху и функционировали на основе подчинения единому руководителю или начальнику. В условиях рыночной системы для построения успешного бизнеса рекомендуется иметь не просто группу работающих вместе людей, а создавать сплоченную команду единомышленников, стремящихся к достижению общей цели. Цель *командообразования*, берущая свое начало из американской психологии бизнеса, переносится на соответствующие речевые практики в русском языке и получает статус терминологического обозначения.

Командообразование, или тимбилдинг (англ. Team building – построение команды) – термин, обычно используемый в контексте бизнеса и применяемый к широкому диапазону действий для создания и повышения эффективности работы команды (<https://kartaslov.ru>).

Указанный выше широкий диапазон действий включает в себя различные тренинги, деловые игры, мастер-классы, семинары и т.п. Согласно трансли-

руемым из американского бизнеса установкам, *командообразование в организации – чуть ли не самый главный инструмент развития корпоративной культуры, благодаря которому у руководства появляется возможность не просто выявить скрытых лидеров, но и улучшить обстановку в коллективе, повысить уровень доверия, а также грамотно использовать каждого члена группы для достижения стратегических целей* (<https://www.hr-director.ru/article/66601-qqq-17-m3-komandoobrazovanie-v-organizatsii>).

Если командообразование претендует на роль терминологемы, то для самого слова *команда*, представляющего собой цель различных мероприятий, не существует единого толкования. Некоторые коучеры считают отличие команды от группы или коллектива столь очевидным, что сами затрудняются сформулировать, в чем же состоят эти отличия. Так, один из пионеров российского коучинга по тимбилдингу признается:

Когда ко мне приходят с вопросом: «А вот мы же работаем вместе, почему вы не считаете нас командой?», – я теряюсь. (<https://biz.mann-ivanov-ferber.ru>).

Другие специалисты разъясняют, что *коллектив или рабочую группу не всегда можно расценивать как команду. Команда – это сплоченный коллектив, в котором присутствует доверие, взаимопонимание и поддержка.* Здесь же указывается, что *команда – это группа сотрудников, которые объединены тесными деловыми и нравственными связями. Такая группа, как правило, становится основополагающим элементом преуспевающей компании.* (Там же).

Указание на преуспевание, как и уже устоявшаяся синтагматика слова *команда* с прилагательным *успешный*, свидетельствуют о том, что слово приобретает коммерческую сему и начинает обозначать коллектив людей, работающих, чтобы обеспечить процветание собственника и увеличить свои собственные доходы. Данная экономическая цель не эксплицируется ни в одном из толкований, однако прямым образом следует не только из логики капиталистических отношений, но и из широко растиражированного в интернете утверждения: *успешная команда – успешный бизнес.* На русский язык переводятся книги «Успешная команда: как ее создать, мотивировать и развивать», заголовки сайтов включают в себя указания на качества успешной команды, копируя англо-американскую дискурсивную конвенцию использования в заголовках числительных: *5 качеств успешной команды, 10 качеств успешной команды, 5 признаков настоящей команды* и т.п.

Процесс командообразования предполагает формирование так называемого *командного духа*. Данная калька употребляется в русскоязычных дискурсивных практиках наряду с транскрибированным заимствованием *тим спирит*, а также иноязычным вкраплением *team spirit*. Интернет пестрит заголовками, призывающими получить информацию о том, как *правильно сформировать, сделать, поддерживать, поднять, укреплять, программировать командный дух* и т.п. Несмотря на то, что командный дух относится к

сложно эксплицируемым понятиям, необходимость продать тренинги по его формированию вызывает потребность включения данного понятия в науки по управлению бизнесом: *Командный дух в организации: методы поддержания. Справочник по управлению персоналом* (<https://vegaslex.ru>).

Наукообразных определений понятия, формирование которого должно осуществляться по научным методикам, практически не существует. Предлагаемые в интернете истолкования разнообразны и включают в себя различные компоненты: *атмосфера согласия и взаимовыручки, состояние увлеченности, мотивация, нацеленность на успех, единство* и т.п. В то же время *Тим Спирит* – это не только абстрактное понятие, некий подлежащий формированию психологический феномен, но и целый комплекс программ, которые устраивают в неофициальной обстановке с целью сплочения или укрепления коллектива. Пособия по формированию командного духа получают стандартные заголовки, включающие в себя числительные до 20, сочетающиеся с существительными *способы, признаки, средства: 5 способов поднять командный дух, 12 признаков командного духа* и т.п. Командный дух рассматривается как необходимое условие достижения успеха. Среди заголовков статус слогана приобретает формула: *Командный дух = ключ к успеху*.

Специалисты по кадровому делопроизводству признаются: *Это понятие не имеет устоявшегося регулирования ни в правовой, ни в теоретической сфере управления персоналом. Тем не менее, чаще всего под командным духом подразумевают именно общую мотивацию участников одного коллектива для совместного выполнения поставленных перед ними задач.* (<https://delatdelo.com>).

В процессе аксиологизации понятия командного духа важную роль играют многочисленные переводные цитаты, например: *Не финансы. Не стратегии. Не технологии. Командный дух остается главным конкурентным преимуществом, потому что это большая редкость. Патрик Ленсиони, «Пять пороков команды»* (<https://mybook.ru>).

Указание на конкурентное преимущество также выявляет истинные цели создания команды и формирования в ней командного духа в условиях общества рыночной конкуренции. Этой же цели достижения превосходства над другими конкурирующими субъектами служит сочетание *команда мечты*, использующееся наряду с транскрибированным *дрим тим*, а также имплантированным *dream team*.

Свойственная обществу всеобщей конкуренции нацеленность на успех, как и стремление охватить командообразовательными практиками как можно более широкую платежеспособную аудиторию, обеспечивает выход всех составляющих данного процесса за пределы бизнеса и соответственно коммерческого дискурса. Популяризация различных соревновательных «ивентов» типа чемпионатов *World Skills* влияет на научно-институциональный дискурс. Широкую популярность приобретают транслируемые центральными каналами международные спортивно-развлекательные («Форт Боярд»,

«Большие гонки» и т.п.) шоу. Победители командных состязаний позиционируют себя как *Дрим тим* с помощью соответствующих надписей на одежде, а также оповещают мир о достигнутом успехе с помощью коллективно озвучиваемого речевого акта «Мы – команда!». Речевой акт с местоименным дейкиссом первого лица имплицитно подразумевает солидарность коммуникантов не только в действиях, но и в чувствах и ощущениях. Кроме того, можно предположить, что процесс коллективного озвучивания лозунга «Мы – команда», по мнению американских психологов, сам по себе должен служить средством формирования командного духа и укреплением веры в себя и в окупаемость средств, затраченных на различного рода мастер-классы, тренинги, коучинги и т.п.

Выводы. Таким образом, формирование нового представления о команде в русском языковом сознании происходит за счет внедрения в современные дискурсивные практики лингвоспецифичных способов употребления аналога данного слова в языке-доноре глобализационных процессов. Отличительной особенностью семантических преобразований является одновременное использование калек, транскрибированных и имплантированных заимствований. Их длительное функционирование в различных текстах можно рассматривать не как свидетельство раннего периода освоения заимствования в языке, а как новую технику внедрения англоглобализмов в принимающий язык, объединяющую два различных лингвистических кода. Результатом использования новых контекстов употребления слова в двух языках становится возникновение нового ЛСВ, в котором на первый план выходит сема достижения лучших, как правило, монетизируемых результатов, основу успешного взаимодействия которых составляет единый дух и устремленность к успеху. Первоначально относящиеся только к сфере бизнеса понимание выходит за его пределы и начинает функционировать в других дискурсивных областях.

Библиографический список

1. Виноградов, В.В. Слово и значение как предмет историко-лексикологического исследования // Вопросы языкознания, 1995. № 1. С. 5- 34.
2. Крысин, Л. П. Слово в современных текстах и словарях. Очерки о русской лексике и лексикографии. М.: Знак, 2008. 320 с.
3. Ушаков, Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка: 18000 слов и словосочетаний. М.: Альта-Принт, 2008. 1239 с.
4. Шкапенко, Т. М., Ваулина С. С. Роль контекста в процессе семантических преобразований лексической единицы // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. 2021. Т. 20, № 6. С. 158–169.
5. Witalisz, A. Anglosemantyzy w języku polskim – ze słownikiem. Kraków, Tertium, 2007. 342 s.