

## Влияние инокультурной среды на русскоязычные СМИ за рубежом

Научный руководитель – Бугаёва Ирина Владимировна

*Сидорченко Кирилл Михайлович*

*Аспирант*

Московский государственный психолого-педагогический университет, Факультет  
иностранных языков, Москва, Россия  
*E-mail: kirill.sidorchenko@gmail.com*

В родной речи этнических русских, постоянно проживающих за пределами России, часто наблюдаются признаки влияния инокультурной среды, другого общества и уклада жизни. Также есть иностранные ментальные черты, характеризующие местный быт и особенности культуры в языке, что отражается не только в речи, но и в русскоязычных СМИ за рубежом и в медиатекстах сети Интернет. В подтверждение вышесказанного рассмотрим услуги российской транснациональной компании Яндекс. Посетив в Москве сайт [yandex.ru](http://yandex.ru), можно увидеть новости своего района при помощи сервиса Яндекс.Район. Компания Яндекс также разработала сервис и для Республики Узбекистан: аналог московского Яндекс.Район, только именуемый Яндекс.Махалля. Такое название было получено исходя из местного менталитета и уклада жизни. Есть мнения, согласно которым под словом «махалля» подразумевается квартал или район в городе. Также считается, что махалля - местный орган самоуправления, сход граждан [Мусурманкулов 2013: 351]. Однако помимо этого, махалля - социальный институт, свод правил, норм и укладов жизни в мусульманской культуре. Это слово употребляется в языке народов мусульманских стран и с арабского переводится как «смежный лагерь, городской стан». До сих пор слово «махалля» имеет место в активной лексике в Узбекистане, даже среди русскоязычного населения, так как это слово в местном укладе определяется как норма жизни. Поэтому в узбекских русскоязычных СМИ также используется слово «махалля»: «Сдано в эксплуатацию новое здание махалли» ([uza.uz](http://uza.uz)); «Махалля станет ближе к заботам граждан» ([gazeta.uz](http://gazeta.uz)); «Старая еврейская махалля в Бухаре попала в список памятников, которым грозит исчезновение» ([podrobno.uz](http://podrobno.uz)).

Рассмотрим еще одно слово - «субботник», возникшее в 1919 году как коммунистический термин, обозначающий сознательный организованный общественный труд, например, уборка улиц, наведение порядка [Введенский 1953]. За последние 100 лет субботники во многих странах стали традицией, нормой жизни. Вместе со словом «субботник» в активную лексику времен СССР вошли такие высказывания как «общее дело», «порядок», «праздничный субботник». В наши дни в Республике Узбекистан также есть субботники, проводимые обычно 2-3 раза в год, например, в преддверии весеннего праздника «Навруз» или религиозных праздников «Курбан хайт», «Рамазан хайт». Однако, вместо слова «субботник» используется тюркское слово «хашар», что в переводе с арабского означает «совместный труд, благотворительность» и также употребляется в активной лексике независимо от национальности и вероисповедания в Узбекистане. Лексические единицы «всероссийский», «всесоюзный» заменены на «всенародный»: «Хашар - это созидание, благоустроенность и порядок» ([nuz.uz](http://nuz.uz)). Конечно, есть и пережитки, отголоски советской эпохи: «Хашар - дело общее» ([uza.uz](http://uza.uz)); «Всенародный хашар пройдет 18–19 марта» ([gazeta.uz](http://gazeta.uz)). Также наблюдаются в СМИ одинаковые лексические единицы, сочетающиеся в российских СМИ со словом «субботник» и в узбекских СМИ со словом «Хашар»: «26 января состоится экологический хашар» ([gazeta.uz](http://gazeta.uz)); «Экологический субботник в рамках акции "Живая Волга" пройдет в Нижнем Новгороде 22 июня» ([nta-nn.ru](http://nta-nn.ru)).

В следующем примере вызывает интерес одна традиция во многих странах - «отблагодарить» врачей, чиновников или других госслужащих. Например, очень распространена «благодарность» врачам роддомов после того как забирают новорожденного ребенка. Несомненно, данная тенденция широко обсуждается среди населения и находит отклики в российских СМИ: «*“Благодарность” врачу как обязанность*» (*kavkaz-uzel.eu*). В узбекской культуре есть понятие «суюнчи», которое определяется как благодарность человеку, сообщившему добрую весть. Именно на Востоке в средневековье практиковалось наказание гонца, сообщившего дурную весть и благодарность тому, кто сообщит радостную новость [Крачковский 1950]. В наши дни осталась традиция «суюнчи» - отблагодарить человека за радостную новость, что присутствует в узбекских СМИ: «*“В родильных домах люди дают суюнчи от радости”*», — *заместитель министра здравоохранения*» (*url.uz*). Таким образом, слово «суюнчи» как «махалля» и «хашар» употребляется в активной лексике даже среди этнических русских, проживающих в Узбекистане.

Из всего вышесказанного следует сделать вывод, что в СМИ, как и в языке, отражается быт, нормы жизни, уклад, духовные и ментальные черты. Классически принято считать, что СМИ влияет на культуру и человека. Однако показанные примеры заставляют задуматься о том, что культура и человек влияют на СМИ. Например, если взять эпоху коммунистической власти, то можно отыскать примеры заглавий с приблизительно такими лексическими единицами, как «всесоюзный коммунистический субботник». В связи с политическими переменами и историческими событиями в российских СМИ теперь пишут «всероссийский субботник», а в узбекских СМИ - «всенародный хашар». Этнические русские, проживающие за пределами России «впитывают» в свою активную лексику, в русскую речь иноязычные слова, потому что находятся в инокультурной атмосфере среди доминирующих представителей другой культуры.

### Источники и литература

- 1) Введенский Б.А. Большая Советская Энциклопедия. 2-е изд. Т. 22. Коллиматор — Коржины. 1953.
- 2) Мусурманкулов Ф. У. Махалля — важный субъект самоуправления граждан // Молодой ученый. — 2013.
- 3) Крачковский И.Ю. Очерки по истории русской арабистики. — М.; Л.: Изд-во Академии наук СССР, 1950.