



ПРОБЛЕМЫ ЗАИМСТВОВАННЫХ СЛОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Шахакимова Раъно Аббосовна

Ассистент-учитель Международного Университета Нордик
<https://doi.org/10.5281/zenodo.14785520>

ARTICLE INFO

Qabul qilindi: 25- Yanvar 2025 yil

Ma'qullandi: 28- Yanvar 2025 yil

Nashr qilindi: 31- Yanvar 2025 yil

KEY WORDS

лексика, заимствованные слова,
слова, язык, носители языка,
русский язык.

ABSTRACT

В статье рассматривается вопрос заимствований в русском языке иноязычных слов в наше время. Проблема заимствований стала актуальной, начиная с 1990-х годов. В 1990-е годы в результате изменения социального уклада жизни в составе русского языка появилось большое количество новых слов. Отношение к заимствованиям у носителей языка разное.

Не секрет, что на культуру русской речи влияют другие языки. На радио, на телевидении, в разговорной речи — везде имеются проникновение иностранных слов. Дело в том, что русский язык постоянно обновляется. Этому способствуют многие причины: развитие общества, изменение социального уклада жизни людей, возникновение новых традиций, и как следствие этого, появление в языке новых, заимствованных слов. Пришедшие в русский язык слова воспринимаются носителями по-разному. Есть слова, которые уже прочно вошли в обиход, у всех «на слуху», поэтому носителями языка как заимствованные не воспринимаются: время, враг, справедливый, сахар, работа, кровать, мудрость. Кроме того, эти слова являются единственными для обозначения данных предметов и понятий. В другую группу входят слова, которые появились в языке давно, поэтому носителями как заимствованные воспринимаются: лампа, телефон, лайнер, шоколад, маляр, танк, бутерброд, галоши, модель, кенгуру, спутник, пенсне. Такие заимствования можно оправдать, так как таких понятий ранее в языке не было. Эти предметы появились в жизни человека, поэтому в языке появились и слова, обозначающие эти предметы. Такие слова заполняют собой пустые ниши в языке. Для некоторых таких понятий слов в языке еще не придумано. И, наконец, третью группу составляют такие слова которые не только воспринимаются как иноязычные, но порой их лексическое значение не всегда понятно или нам кажется, что мы уже знаем их значение. Это такие, как квота, генезис, секвестр, имидж, эксклюзивный, интеллект, универсальный, уникальный. Отношение к таким заимствованиям не всегда однозначное.

В 1990-е годы в результате социальных изменений в русском языке тоже произошли изменения в лексическом составе. В эти годы появились слова, которые вошли в употребление не постепенно, а быстро, в соответствии с потребностями в этих словах общества. При этом были образованы словообразовательные гнезда из слов, обозначающих актуальные понятия: перестройка (перестроечный, перестроечник,

антиперестроечный, доперестроечный, постперестроечный); демократ (антидемократ, антидемократизатор, демократизированный, демблок, демсоюз). Обычно время, в течение которого происходят существенные изменения в языке, составляет от 10–20 до 30–40 и более лет. С. Т. Ибатуллина выделяет три типа эволюции языка и его нормы:

1. Высокодинамический, или ускоренный, тип (10–20 лет);

2. Умеренный тип эволюции, который характеризуется более плавными сдвигами во времени (30–40 лет);

3. Низкодинамический, или замедленный, тип эволюции, которому свойственны незначительные изменения в состоянии нормы (50 и более лет).

Начиная с 1990 — по настоящее время, в период различных потрясений — экономических, политических, социальных и психологических — мы наблюдаем ускоренный тип эволюции языка. Подобные процессы можно объяснить тем, что при новом способе мышления необходим новый способ выражения мысли. Стремление общества к международным контактам, образ жизни, ориентация на западную культуру [6] обусловили проникновение в русский язык заимствованной лексики. Это преимущественно слова из американского варианта английского языка: эксклюзивный, ноутбук, имидж, он-лайн, рейтинг, прайс дилер, промоутер, оффшор, сайт, продюсер, сингл, саммит, слоган, ток-шоу, холдинг, и других. Многие слова при этом в газетных и журнальных текстах, деловой литературе могут быть написаны латинскими буквами: Hi-fi, on-line, BMW, CD, Windows, Coca-Cola, CD-ROM, IBM, PR, mass-media, VIP. Кроме того, встречается также комбинированное написание — на русском и на английском. Это достаточно новое явление в языке, которое может свидетельствовать об очередном этапе освоения иноязычной лексики: PR-акция, VIP-клиент, VIP-номер, Web-сайт, WEB-страница. Некоторые слова, образованы от иноязычного слова по словообразовательной модели русского языка PRщик, VIPовский. В последнее время на страницах газет и в Интернете данные слова можно встретить в написании русскими буквами — пиарщик, виковский.

В словарях последних десятилетий зафиксирован большой пласт лексики иноязычных слов, которые с наибольшей полнотой отражают изменения, происходящие в жизни общества. Это слова, относящиеся к разным сторонам жизни: медицине и косметике (антистресс, скраб, мануальный, гель, хоспис, кондиционер); массовой культуре и современной музыке (дискотека, шоу, шоу-бизнес, диск-жокей, рок); еде (чизбургер, марс, сникерс, кофе турбослим, кофе латте); одежде (капри, слаксы, сникерсы, боди, слиперы, топ, лоферы или, как их еще называют лоферы); политике и экономике (акционер, бартерная сделка, валютный, бизнесмен, бизнесвумен, бизнес-центр, брокер, налоговый); играми спорту (бодибилдинг, боулинг, армрестлинг). Кроме того, следует обратить внимание на то, что в последнее время в обиходе появляется большое количество слов, которые не успели включить в толковые словари, но интернет-словари, в частности, «Википедия», дают им определения. Это объясняется тем, что интернет быстрее реагирует на происходящие в жизни общества изменения. Данные слова в основном обозначают недавно появившиеся профессии и виды деятельности, относятся к новому виду техники: мерчендайзер, девелопер, спичрайтер, дилер, коучер, имиджмейкер, джоббер, сейлз-менеджер, промоутер, капча и так далее. Интенсивность заимствований и их

стремительная адаптация в русском языке вызывает негативную реакцию многих членов общества, обычно тех, чья профессиональная деятельность так или иначе связана со словом: преподавателей, переводчиков, лингвистов, депутатов Госдумы, считающих, что заимствования засоряют русский язык. Это мнение является достаточно спорным. Существует также и другое мнение. Заимствования, которые обусловлены экстралингвистическими причинами, не грозят русскому языку засорением, так как наш язык — это достаточно устойчивая система, которая хорошо адаптирует чуждые для нее элементы и приспособливает их к себе. Однако следует стремиться к тому, чтобы введение новых понятий и слов в русский язык, который по праву считается богатейшим языком мира и безо всяких заимствований, сопровождалось появлением русских синонимов, обозначающих эти новые понятия. А носителям русского языка в своем обиходе лучше использовать именно русские синонимы.

Как отмечает Л. П. Крысин, одной из причин, способствующих активному проникновению в язык иностранных слов, является социальный престиж. Например, «во французском языке слово *boutique* значит „лавочка, небольшой магазин”, а будучи заимствовано (возможно, через посредство английского) нашими модельерами и коммерсантами, оно приобретает значение “магазин модной одежды» [Крысин, 2002, с. 29]. Еще одним фактором активного употребления иностранных слов является мода. Она определяется общественно значимыми событиями и явлениями, вследствие которых та или иная иноязычная лексема слишком часто употребляется в разных сферах общения. В современном цифровом мире модными становятся названия объектов, которые наиболее часто «мелькают» в Интернете. Так, среди детей и подростков сейчас популярны названия игрушек, активно демонстрируемых в зарубежных социальных сетях: сквиш, слайм, поп-ит, Хагги-Вагги и др. В молодежной среде модными оказываются заимствования, связанные с определенными жанрами речи или видами деятельности, демонстрируемыми в Интернете: вайн (короткометражный ролик), челлендж (соревнование), баттл (битва, противостояние), пранк (издевательский розыгрыш), хейт (разные формы проявления ненависти или нетерпимости, как правило в соцсетях или на онлайн-платформах) и под.

Русский язык конца XX — начала XXI в. характеризуется обилием иноязычной лексики. Ее источником становится английский язык, получивший статус языка международного общения. Заимствованную лексику, наиболее активно функционирующую в современном русском языке, можно условно объединить в ряд тематических групп:

1. «Информационные технологии» (Интернет, онлайн и все производные этих слов), сайт, оффлайн; IT-специалист (айтишник), дата-сайентист, веб-мастер, хакер; блог, влог, контент; блогер, тиктокер, геймер; гаджет, смартфон, смарткар, лэптоп, ноутбук; криптовалюта, майнинг и под.). Согласно данным газетного подкорпуса НКРЯ, слова этой группы наиболее широко представлены в современных СМИ. Так, на слово Интернет приходится 130 835 употреблений, на лексему сайт — 60 119; онлайн (как самостоятельное слово или часть сложного) представлено 47 251 употреблением; контент встречается в дан-ном подкорпусе НКРЯ 8146 раз, а блогер — 6018 раз: Соответствующий документ размещен на официальном интернет-портале правовой

информации (Ведомости. 31.12.2021); Контент истины: борьба за выживание, новые жанры и триумф сериалов (Известия. 05.01.2021); В России все больше онлайн-магистратур, созданных классическими вузами (журнал «РБК». 01.07.2022); Профессию блогер предложили признать официально (Московский комсомолец. 06.07.2022);

2. «Экономика» (бизнес, менеджмент, бренд, брендинг, маркетинг, инвестиция; менеджер, мерчендайзер и под.): Ожидаемая прибыль от мерчендайзинга составит 2 миллиона долларов — вдвое больше, чем заработали Мэйуэзер и Пакьяо в 2015-м (lenta.ru. 22.08.2017); Так, 14 марта о приостановке продаж заявил тайваньский бренд цифровых товаров ASUS (Московский комсомолец. 14.03.2022);

3. «Политика» (брифинг, саммит, импичмент, инаугурация, вотум; спикер, мэр, премьер и под.): Глава ЦБ надела на брифинг брошь в виде статьи 11 хищной кошки (Известия. 10.09.2021); Экс-спикер Госдумы Селезнев госпитализирован в Москве (Комсомольская правда. 20.07.2015);

4. «Наука» (атом, молекула, ион, протон, фотон, плазма, коллайдер, нанотехнология, биоинженерия и др.): В ОИЯИ создается коллайдер NICA для исследования кварк-глюонной плазмы в столкновениях тяжелых ионов (Коммерсант. 29.06.2020);

5. «Культура» (кино, литература, музыка: триллер, хоррор, сиквел, приквел, тизер, буктрейлер, сай-фай, саундтрек, сингл, кавер, ремикс, эмбиент, транс; рэпер, хип-хопер, диджей и под.): Трейлер фильма «Аватар: Путь воды» был опубликован в Сети 9 мая этого года и сразу тепло встречен зрителями по всему миру (Московский комсомолец. 21.07.2022); Это не первая попытка перенести на киноэкран самый продаваемый сай-фай-роман — но предыдущие оказались настолько неудачными, что книга считалась неэкранизируемой (Коммерсант Weekend. 17.09.2021); Звучит как очень приятный эмбиент, но с угадывающимися нотками, которые его вдохновляли (радио «Коммерсант FM». 06.07.2022);

6. «Социально-психологические явления и их субъекты» (буллинг, хейт, флешмоб, краудфандинг, тренд, мерч; трендсеттер, трансгендер, хипстер, инфлюенсер и др.): Теперь смартфон в состоянии заменить целую редакцию или телеканал — любой трендсеттер может стать инфлюенсером (Московский комсомолец. 24.11.2021); В Сети набрал силу флешмоб с Сергеем Лавровым (Московский комсомолец. 07.09.2021); Но мы предпринимаем очень энергичные усилия, для того чтобы сельское хозяйство поддержать и сохранить тренд развития (программа «Вести». 16.12.2010);

7. «Мода и красота» (лук, лукбук, аутфит, мейк-ап, лонгслив, клатч, слипоны, оксфорды, слимфит, оверсайз и под.): С кроссовками и оверсайз-пиджаками они создадут идеальный аутфит на каждый день, а с украшениями и туфлями-лодочками — безупречный наряд на званый ужин (Московский комсомолец. 16.02.2022); Всевозможная анималистика является таким же вечным модным трендом, как, например, клетка или цветочный принт, а коллекции следующего года — наглядное тому подтверждение (Московский комсомолец. 30.12.2020);

8. «Спорт» (допинг, фитнес, дайвинг, бодибилдинг, серфинг, сноу-клинг и др.): Сноу-клинг и дайвинг — обязательный элемент неспешного курортного отдыха на Мальдивах (lenta.ru. 21.07.2021); Независимая организация по борьбе с допингом в легкой атлетике (AIU) дисквалифицировала на два года российскую толкательницу

ядра Ирину Тарасову за нарушение антидопинговых правил, информирует ТАСС (журнал «Спорт-Экспресс». 12.08.2022);

9. «Гастрономия» (блендер, миксер, бургер, донат, панкейк, крамбл, тортилья, брускетта, прошутто и т. д.): На десерт — панкейки (Мо-сковский комсомолец. 27.02.2022); Подаю я крамбл непременно теплым, со сметаной, взбитыми сливками или мороженым (Коммерсант Weekend. 28.05.2010).

Иногда для выражения смысла требуется слишком сложная описательная русская конструкция, вследствие чего целесообразнее использовать именно заимствование. Например, авторы рецензий, освещая произведения культуры, используют слова спойлер (от англ. to spoil — намеренное и преждевременное раскрытие концептуально важных деталей сюжета книги, фильма, спектакля) или клиффхэнгер (от англ. cliffhanger — художественный прием, заключающийся в обрывании повествования в кульминационный момент или в создании открытой концовки с целью заинтересовать читателя или зрителя и заставить их ждать продолжения в следующей части произведения). Делают это журналисты не столько из-за моды на все англоязычное, сколько для того, чтобы однословно выразить смысл, для реализации которого в русском языке понадобились бы громоздкие описательные конструкции: Цыганов должен был играть в том несостоявшемся спектакле две роли — Самозванца и воеводу Басманова. В собственной постановке он не участвует. Как нет — небольшой спойлер — в этом эскизном спектакле о репетициях и самого Годунова... (Известия. 30.07.2022); Джон Маррс вообще искусный манипулятор, точно чувствующий момент, когда пора подбросить дровишек в ровный огонек читательского интереса: редкая глава не заканчивается клиффхэнгером, заставляющим поскорей перескочить к следующей (Известия. 29.03.2020). В большинстве случаев иноязычные слова входят в нашу речь тогда, когда они действительно необходимы: «либо они закрывают какие-то лакуны в лексической системе (риелтор, банкинг, дилер, брокер и т. д.), либо обогащают синонимические ряды обозначением оттенков смысла: киллер — заказной убийца; бойфренд — больше, чем друг, но не просто любовник; электорат — не просто избиратели, но именно совокупность избирателей, объединенных по какому-то признаку» [Сиротинина, 2013, с. 191]. С помощью заимствований обогатилась не только лексическая, но и словообразовательная система русского языка. В качестве примера можно привести заимствованные суффиксы «-ер, -ация, -ат, которые продолжают активно участвовать в новых образованиях, а с конца XIX в. все больше набирает активность новый для русской системы словообразования суффикс -инг» [Сиротинина, 2013, с. 192]. При этом, к сожалению, не всегда учитываются существенные различия в русской и английской грамматической системах: в английском языке нет флективных разграничений частей речи, а в русском каждая часть речи обладает своей словоизменительной парадигмой (что находит отражение во флексиях. Вследствие этого «при включении ряда заимствованных слов (банкинг, джикинг, лифтинг) нарушаются нормы русского словообразования процессуальных существительных при помощи нового для русского языка суффикса -инг от глаголов (мониторить — мониторинг, новешопить — шопинг)» [Сиротинина, 2013, с. 192] И так, обойтись без использования заимствований современный русский язык просто не может, ведь с появлением новых жизненных реалий возникает необходимость в их

однословной номинации, что не всегда возможно обеспечить лексическими средствами родного языка. Заимствованные слова, наиболее активно употребляющиеся в современном русском языке, можно условно объединить в следующие тематические группы: «Информационные технологии», «Экономика», «Политика», «Наука», «Культура», «Социально-психологические явления», «Мода и красота», «Спорт», «Гастрономия». Это одни из самых важных областей жизни и деятельности современного человека. Сегодня массмедийная коммуникация является одной из сфер общения, которые наиболее открыты для всего нового, в том числе заимствований. Обращение к Национальному корпусу русского языка пока-зывает, что в СМИ второго и третьего десятилетий ХХI в. наиболее часто функционирует иноязычная лексика, связанная с информационными технологиями, что, безусловно, объясняется реалиями жизни в современном цифровом мире. Заимствование — это языковой процесс, который имеет как положительные, так и отрицательные последствия. К позитивным явлениям можно отнести обогащение русского языка: расширение его лексического состава (включая пополнение синонимических и антонимических рядов), морфемного репертуара, появление новых значений у давно закрепившихся в языке заимствований. Негативным последствием является засорение родного языка, выражающееся в неуместном и неумеренном использовании иноязычной лексики, а ведь еще А. С. Пушкин учил нас руководствоваться чувствами соразмерности и сообразности. Именно поэтому необходимо проявлять заботу об экологии русского языка, со-хранении и приумножении его богатств.

Литература:

1. Кокина, И. А. Языковые средства выражения семантики интенсивности в произведениях А. П. Чехова о детях и для детей: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Ростов н/Д, 2001
2. Колмакова, В. В. Концепция диалогизма. М. М. Бахтина в современной рекламной коммуникации// Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 10(40): в 3-х ч. Ч II. с.80–83 <http://www.gramota.net/>
3. Колмакова, В. В. Внедрение новых технологий и подходов в системе образования в условиях экономики знаний // Труды Международной научно- практической интернет-конференции «Преподаватель высшей школы в XXI веке». Сборник 11.– Ростов н/Д: ФГБОУ ВПО, 2014.– с.178–183.
4. Колмакова, В.В., Кокина, И. А. Культуроцентрический подход как методологическая основа современной педагогической теории и практики. VII Международная научно-практическая конференция «Педагогическое мастерство и педагогические технологии», 2016.
5. Кокина, И. А. О проблеме заимствований в русском языке / И. А. Кокина, Анна Мамыркина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 7.4 (111.4). — С. 9-11. — URL: <https://moluch.ru/archive/111/28219/> (дата обращения: 21.08.2024).
6. Шахакимова, Р. (2024). ОМОНИМЫ И ПАРОНИМЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ. ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛИСТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОМОНИМИИ И ПАРОНИМИИ. International journal of scientific researchers (IJSR) INDEXING, 6(1), 7-12
7. Shaxakimova, R. (2024). ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ СЛОВ С ПЕРЕНОСНЫМ ЗНАЧЕНИЕМ. Nordic_Press, 3(0003)

8. Shaxakimova, R. (2024). СОВРЕМЕННЫЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРИЕМЫ РАБОТЫ С ТЕКСТОМ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА. Nordic_Press, 3(0003)



INNOVATIVE
ACADEMY