

ЗАИМСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

The article describes the subject of borrowed words application in contemporary Russian language.

В нашей экономике и науке, а также в нашей повседневной жизни возникают новые явления, новые вещи, и вместе с ними приходят новые слова. Иностранная терминологическая лексика является незаменимым средством лаконичной и точной передачи информации в текстах, предназначенных для узких специалистов, хотя может оказаться и непреодолимым барьером для понимания научно-популярного текста неподготовленным читателем. В 90-х гг. XX в. приток заимствований в русский язык особенно увеличился. Это связано с изменениями в сфере политической жизни, экономики, культуры и нравственной ориентации общества. Заимствованная лексика начинает занимать ведущие позиции в политической жизни страны (*президент, парламент, инаугурация, стикер* и т. д.); иноязычные термины стали господствующими в самых передовых отраслях науки и техники (*компьютер, дисплей, файл, мониторинг*), а также в финансово-коммерческой деятельности (*аудитор, бартер, брокер, дилер, инвестиция, конверсия, спонсор, траст, холдинг* и т. п.), в культурной сфере (*бестселлеры, вестерны, триллеры, хиты, шоумены, дайджесты* и т. п.). Известно, что в 40-х гг. XX в. в период борьбы с космополитизмом в русском языке не только не принимались новые заимствования, но изгонялись из речевой практики уже укоренившиеся иноязычные слова как идеологически чуждые. Сам факт заимствования представлял собой антипатриотические тенденции. В настоящее же время, когда жизнь резко изменилась, когда широкое распространение получили аудио- и видеотехника, компьютеры, Интернет, иноязычное слово стало неотъемлемой частью даже на бытовом уровне, не говоря уже об уровне специальном, научно-техническом.

Как это изменит облик русского языка, обогатит его или «испортит», покажет время. Оно определит судьбу тех или иных заимствований, которые, в конце концов, будут одобрены или отвергнуты.

В разные эпохи приходили в русский язык «чужие» слова, например, развитие кораблестроения, инженерного дела, различных ремесел привело в русский язык голландские и английские морские термины, немецкие технические и канцелярские. Но были заимствования, которые диктовались модой. К ним относятся слова французского происхождения (XVIII–XIX вв.).

Современное стремление к заимствованиям повторяет эти две исторические линии. Причины использования иностранных слов, как это уже упоминалось выше, разнообразны. Многие лингвисты, в том числе и Л. П. Крысин, называют внутрilingвистические и экстралингвистические причины заимствований.

К внутрilingвистическим относятся следующие:

1. Потребность в наименовании новых вещей, явлений, понятий (*ноутбук, органайзер, пейджер, таймер, бипер, скремблер, интерком, оверхэд, сканер, плоттер, тюнер* и др.). Новые заимствования активно используются во многих сферах жизни: политике, экономике, спорте, моде, шоу-бизнесе, компьютерной сфере. Встречаются и такие заимствования, которые употребляются для обозначения понятий, новых для языка-рецептора и не имеющих в языке-источнике. И тогда в языке-рецепторе возникает необходимость обозначить появившееся в жизни новое явление. Но в своем языке сразу не находится точное слово, а в другом языке (в данном случае в английском) есть две единицы, которые, соединившись уже на русской почве, подходят для названия данного явления. Речь идет о словах, подобных слову *шоп-тур*. Два элемента были заимствованы отдельно друг от друга и объединены уже в сложное наименование в русском языке. Такого объединения нет в английском языке, потому как практики поездки за границу с целью приобретения автомобиля на Западе не существует. И можно утверждать, что данное слово образовалось на русской почве.

2. Существует необходимость в разграничении близких, но все же различающихся понятий, например: *плейер* – проигрыватель, *сервис* – обслуживание, *комфорт* – уют, *информация* – сообщение и т. д. Со временем содержательно близкие, но различающиеся понятия могут расходиться, и за словами закрепляется более узкое, конкретное значение. Так, например, *конверсия* – это не просто преобразование, а «перевод предприятия оборонной промышленности на производство гражданской продукции и товаров народного потребления».

Часто иностранное слово необходимо использовать для того, чтобы заменить словосочетание односоставным наименованием. Так, клейкую ленту мы привыкли называть словом *скотч*, которое когда-то было именем собственным, а «желтую» прессу – *табloid*.

3. В целях специализации понятий в той или иной сфере также широко используются иноязычные заимствования, например: *маркетинг* (рынок), *менеджмент* (управление), *аудит* (ревизия, контроль), *риэлтор* (предприниматель), *напарницы* (назойливые репортеры светской хроники), *киллер* (наемный убийца) [3]. Много новейших англицизмов заимствуются в связи с отсутствием соответствующего наименования в языке-рецепторе. Грань между этой и предыдущей группой размыта, потому что в отдельных случаях сложно утверждать, является ли данное понятие новым для языка-рецептора, например, *инвестор*, *топ-модель*.

Интерес в этом смысле представляет слово *электорат*, которое вытеснило русское слово *избиратели*. *Электорат* как термин в современной ситуации оказался наиболее точным и удобным по сравнению с термином *избиратель*, так как он означает «круг избирателей, голосующих за какую-либо политическую партию», другими словами, каждая партия на выборах имеет своего избирателя. В советское время такое различие в смысле не имело значения, так как выборной была одна единственная партия. Теперь же при изменении избирательной системы в стране общее понятие «избирателей» оказывается не совсем точным [2].

4. Потребность в вуализации понятий. В некоторых случаях иноязычное слово чисто психологически помогает скрыть негативный или прямой смысл понятия (*педикюлез*, *канцер*, *гениталии*).

5. Стремление к модному, более современному слову также способствует увеличению количества заимствованных слов. Иноязычное слово в таких случаях воспринимается как более престижное, «ученое», «красиво звучащее». *Бутик* не просто лавочка, а элитный салон-магазинчик, *презентация* не просто представление чего-либо, а торжественная акция, и даже итальянская *putana* повышена в ранге: это не обычная проститутка, а валютная. Более внушительно звучит и слово *консалтинг* по сравнению с обрусевшим того же корня и происхождения словом *консультирование*. Иноязычное слово, чаще всего английское, в современном русском контексте – это одна из примет «языкового вкуса эпохи» (В. Г. Костаров «Языковой вкус эпохи»). Экспрессивность новизны – одна из стойких причин заимствования англицизмов как более престижных, значительных, выразительных [3]. Англицизмы имеют перед русскими синонимами то преимущество, что аттестуют говорящего в социальном плане в определенных сферах более высоко, подчеркивают уровень информированности и претендуют на превосходство определенной группы молодежи, использующей эту лексику.

К экстралингвистическим факторам относятся такие, как увеличение количества говорящих на английском языке и знающих его. Большой поток выезжающих из страны, долго живущих в англоговорящих странах и возвращающихся обратно, является причиной частого переключения на английский язык. Влияние эмиграции на процесс заимствования, хоть и не в столь высокой степени, как широкое знание английского языка, существенно важно для процесса заимствования.

Сейчас английские слова вытесняют не только русские, но и слова других языков, ранее заимствованные и уже прижившиеся в русском языке. Например, *сэндвич* вместо немецкого *бутерброд*, *слоганы* вместо немецкого *лозунги*, *аниматор* вместо французского *мультипликатор*, *дисплей* вместо французского *экран* и т. д.

Свидетельством тому, что заимствованные слова входят прочно в обиход, служит их метафоризация и способность подчиняться законам русской грамматики (*политический бомонд*, *таблоиды*, *таблоидная пресса* и т. д.). Очень часто иноязычные слова не только грамматически вживаются в русское словесное окружение, но подчас приспосабливаются к русскому словоупотреблению, в разной степени изменяя свое значение, расширяя свои понятийные границы. Так, например, слово *резюме*, освоенное русским языком в значении «вывод из сказанного или написанного» и зафиксированное в таком значении во всех современных толковых словарях, начиная со словаря Д. Н. Ушакова, в современном языке приобрело особое значение, частное по отношению к отмеченному общему: текст, представляющий собой послужной список и прочие данные о соискателе работы, в том числе размер желаемой заработной платы, какие-либо предпочтения и т. п. Такие *резюме* составляются, как правило, самими претендентами. Актуально это стало в последнее время, когда самым распространенным поиском работы стал Интернет. Новые значения реализуются в особых сочетаниях: *банк резюме*, *разместить резюме*, *подробнее об этом в резюме*, *хорошее резюме – путь к успеху*, *как составить резюме*, *идеальное резюме*.

В последнее время популярным стало слово *дефиле*, которое первоначально значило «показ модной одежды» (*репортаж с показов и дефиле*, *последнее дефиле коллекций Саши Варламова*, *модельное дефиле* и т. д.), а затем расширило свое значение, например, «на главной улице – собачье *дефиле* – с участием настоящих далматинцев» (газ.). Стали возможны сочетания: *преподаватель дефиле*, *картинное дефиле*, *дефиле с акцентом*, *ставить дефиле*, *народное дефиле*.

На пути подобных преобразований находится и слово *альтернатива* (от лат. *alter* – один из двух). Как видим, у слова *альтернатива* уже есть сема «другой» (один из двух). Новые контексты, десемантизирующие прямое значение слова «другая *альтернатива*» звучит в современной прессе), нельзя назвать нормой, однако частое употребление его в подобных словосочетаниях свидетельствует о том, что слово находится на пути к изменению значения.

Скрытая, уже прижившаяся тавтология просматривается в сочетании «реальная действительность». Она оказалась вполне закономерной в современном русском языке, поскольку актуальными стали и другого типа действительности: виртуальная действительность, вторичная действительность.

Из-за искаженного восприятия слово *бутерброд*, что значит «хлеб с маслом», «потеряло» в русском языке компонент «с маслом», о чем свидетельствует сочетание «*бутерброд с маслом*», возникшее под влиянием дифференцированных наименований «*бутерброд с колбасой*», «*бутерброд с сыром*» и т. д.

Необходимо очень аккуратно обращаться с заимствованными словами и помнить о том, что самые грубые речевые ошибки возникают тогда, когда иноязычные слова употребляются без учета их значения: «Вопреки некоторым скептическим прогнозам в зале был *аншлаг*» (газ.). *Аншлаг* – объявление о том, что все билеты (на спектакль, концерт, лекцию и т. п.) проданы, поэтому в зале аншлага быть не может. «*Бестселлером* нового сезона стала новая стиральная машина Мах» (радио). *Бестселлер* – наиболее раскупаемая книга, издаваемая большим тиражом, поэтому нельзя называть бестселлером бытовую технику.

Очень часто в речи путают значения близких по смыслу заимствованных слов *спонсор* и *меценат*. *Меценат* – это тот, кто покровительствует ученым и деятелям искусства. Употребление этого слова в тексте предвыборной программы кандидата в депутаты является немотивированным: «Однако Анатолий Несмеянов считает, что все проблемы разрешимы так же, как решается сейчас проблема финансового обеспечения программы “Семейный врач”: деньги будут получены не у пациентов, а у крупных местных *меценатов*...» (газ.). В данном контексте нужно было использовать слово *спонсор*, которое означает «лицо или организацию, оказывающую финансовую поддержку какому-либо делу, предприятию».

Иноязычные слова должны быть понятны и доступны читателю или слушателю. В случае если слово заимствовано недавно и еще не встречается в словарях, пишущий должен дать его толкование. Иначе может возникнуть непонимание со стороны читателя и нас ожидает коммуникативная неудача. К сожалению, в последнее время все чаще без должного объяснения употребляются слова, требующие толкования, такие как *дефолт*, *ипотека*, *имиджмейкер*, *оффшор*, *инфраструктурные монополии* и т. д.

Увлечение заимствованиями нередко наблюдается в языке художественной литературы и в разговорной речи. Подобные словесные излишества высмеяли в одном из фельетонов В. Масс и М. Червинский:

...Он выражается «красиво»,
Но нелегко его понять.
Пред ним стоит *альтернатива*
Там, где бы выбор мог стоять.
Где нужно слово, – там *тирада*
Рождается в его уме,
И там, где вывод сделать надо,
Там он выводит *резюме*.
Где речь о бодрости идет,
Там он толкует о *мажоре*,
То, что все знают наперед,
Он знает только *априори*. [...]
Как тинной слов, любую фразу
Он обволакивает сразу,
Зачем же искажает он
Словарь... простите, *лексикон*?

Подобных недочетов можно избежать, если в достаточной степени знать законы русского языка, разумно и оправданно использовать иноязычные слова в речи.

Литература

1. Баранова Л. А. О папарацци, стингерах и таблоидах // Русская речь. – 1998. – № 4.
2. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. – М.: Логос, 2001.
3. Крысин Л. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык в школе. – 1994. – № 6.
4. Сергеева Е. В. Заимствования 80–90-х гг. в социолингвистическом аспекте // Русская речь. – 1996. – № 5.
5. Фомина М. И. Современный русский язык. Лексикология. – М.: Высш. шк., 2001.