

Т. В. Мосейчук, В. В. Юрковец
Учреждение образования «Могилевский государственный
университет имени А. А. Кулешова»,
кафедра общего и славянского языкознания

ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ XXI ВЕКА

Статья посвящена обзорному анализу заимствованной лексики, появившейся в русском языке в XXI веке. Рассматривается происхождение новейших заимствований, тематические группы, реакция социума.

The article is devoted to the overview analysis of Iranian lexi, appeared in Russian language in the XXI century. The Genesis of the latest borrowings, thematic groups, reaction social.

Ключевые слова: заимствование, заимствованная лексика, лексико-семантическая область, тематическая группа, русский язык, XXI век.

Key words: Borrowing, borrowed vocabulary, lexical-semantic area thematic group, Russian, XXI century.

Под заимствованным словом в языкознании понимается всякое слово, пришедшее в русский язык извне, даже если оно по составляющим его морфемам ничем не отличается от исконно русских слов (такое явление может наблюдаться тогда, когда слово берется из какого-либо близкородственного славянского языка, например: *мудрость* – из старославянского языка, *вольность* – из польского языка) [3, с. 120].

К основным экстралингвистическим причинам заимствования относят исторические контакты народов, необходимость номинации новых

предметов и понятий, новаторство нации в какой-либо отдельной сфере деятельности, языковой снобизм, моду, экономию языковых средств, авторитетность языка-источника и др. [37, с. 182]. Внутрilingвистические причины – это отсутствие в родном языке эквивалентного слова для нового предмета или понятия (*плеер, хэпинг, импичмент*); тенденция к использованию одного заимствованного слова вместо описательного оборота (гостиница для автотуристов – *мотель*, короткая пресс-конференция для журналистов – *брифинг*, фигурное катание на лыжах – *фристайл*); потребность в детализации соответствующего значения (слуга в гостинице – *портье*, варенье в виде густой однородной массы – *джем*); тенденция пополнять экспрессивные средства, ведущая к появлению иноязычных стилистических синонимов (обслуживание – *сервис*, ограничение – *лимит*) [2, с. 192].

В начале XXI в. приток заимствований в русский язык сильно увеличился, что связано с изменениями в сфере политической жизни, экономики, культуры и нравственной ориентации общества [5, с. 39].

Л.П. Крысин анализирует поток иноязычной лексики на стыке XX и XXI веков. По его мнению, распад Советского союза, активизация деловых, научных, торговых, культурных связей, расцвет зарубежного туризма, все это вызвало необходимость общения с носителями иностранных языков. Таким образом, сначала в профессиональной, а затем и в иных областях, появились термины, относящиеся к компьютерной технике: *компьютер, дисплей, файл, интерфейс, принтер* и др.; экономические и финансовые термины: *бартер, брокер, ваучер, дилер* и др.; названия видов спорта: *виндсерфинг, скейтборд, армрестлинг, кикбоксинг*; в менее специализированных областях человеческой деятельности: *имидж, презентация, номинация, спонсор, видео, шоу*. Многие из этих слов уже полностью ассимилировались в русском языке [6, с. 182].

Исследователи выделяют два основных типа заимствованных слов русского языка XXI в. Первый тип – **заимствования относительно старые, актуализированные** в связи с изменением политической и экономической системы. Второй тип, наиболее многочисленный, – **заимствования новые** [4, с. 39].

Происхождение заимствованных слов обусловлено научно-техническими, экономическими, политическими и культурологическими факторами. Среди новых заимствований из европейских языков преобладают англицизмы (*плеер, дисплей, файл, мониторинг, прайс, менеджер, пейнтбол, роббджампинг, кастинг, клипмейкер, фастфуд, хот-дог* и др.), которые встречаются практически во всех сферах деятельности от политики до кулинарии. Реже встречаются заимствования из итальянского (*папарацци, портфолио, пицца, лазанья*), французского (*попурри, карт-бланш*), немецкого (*девальвация, муниципалитет*).

В последние годы, с расширением межкультурных контактов и распространением восточной культуры, наблюдаются пока единичные заимствования из восточных языков – японского, китайского, корейского. Многие из них воспринимаются как экзотизмы. Исследователи отмечают, что из восточных языков заимствования немногочисленны: из японского языка в русский язык вошло 278 слов, из китайского – около 80 слов, а из корейского – 24 слова. Отмечается тенденция проникновения большего количества слов из этих языков в русский язык, что объясняется стремительным развитием экономики, культуры, науки в восточных странах и развитием отношений между восточными и русскоговорящими странами.

Сфера японских заимствований в русском языке охватывает 13 лексико-семантических областей: искусство, спортивная лексика, кулинарная, медицина, названия традиционных религий и верований, наименования природных явлений, растений, климатических особенностей и др.

Из китайского в русский язык проникло большее количество слов, составляющих, соответственно, более широкий лексико-тематический круг. Это связано, во-первых, с географической близостью двух стран, во-вторых, с обширными контактами в области торговли, экономики, политики, культуры, туризма, науки на протяжении долго периода времени. Стоит отметить, что процессы заимствования слов из китайского языка и их освоения русским языком в последние два десятилетия происходят быстрее. Например, в приграничных с Китаем русских городах на улицах можно услышать: «сесиньки» от китайского *xie* «спасибо», «чифанить» – от *chifan* «есть, кушать» и др.

Заимствованной лексики из корейского языка немного. Наиболее часто употребляемыми заимствованиями являются названия традиционных корейских блюд, не имеющих аналогов в русской кухне, но пришедшихся по вкусу жителям России (*чимча*, *хе*), а также названия денежных единиц (*вона*, *чон*), спортивных терминов и понятий (*тхэквондо*) [2, с. 72].

Среди заимствованной лексики преобладают следующие тематические группы: **общественно-политическая лексика:** *баллотироваться, брифинг, депортация, импичмент, инаугурация, кворум, конвенция, консенсус, менталитет, префектура, спикер;* **торгово-экономическая:** *акциз, брокер, бренд, дилер, дистрибьютор, девальвация, деноминация, дебитор, дивиденды, индексация, инвестиция, ипотека, квота, лизинг, маклер, маркетинг, менеджмент, оффшор, риэлтор, спонсор, тендер, мерчендайзер, холдинг;* **профессиональная (название новых профессий):** *блогер, байер, брейдер, геймдизайнер, имиджмейкер, мерчендайзер, спичрайтер, траппер;* **компьютерная лексика:** *байт, баннер, блог, браузер, веб, дорвей, интернет, провайдер, клик, ксерокс, логин, ноутбук, он-*

лайн, офлайн, пиксель, постинг, принтер, сайт, скриншот, спам, сканер, смайлик, файл, факс, чат, чипсет, хакер, хостинг; **спортивная:** боулинг, виндсёрфинг, дайвинг, джогинг, зорбинг, овертайм, офсайд, пейнтбол, роббджампинг, рефери, сёрфинг, скейтборд, сноубординг, спидвей, стритбол, стритрейсинг, форвард, хавбек, фитнес; **культура, искусство:** аниме, блокбастер, кастинг, клипмейкер, кутюрье, мультиплекс, папарацци, пиар, попури, портфолио, постер, продюсер, ремейк, сингл, синквейн, шоу, шоумен; **мода:** лонгслив, кигуруми, худи, кардиган, свишот, дафлкот, кейп, тренчкот; **кулинария:** карпаччо, крекер, лагман, люля-кебаб, нори, профитроли, роллы, сэндвич, суши, снэки, хинкали, хачапури, фастфуд, хот-дог, шаурма, шурпа, йогурт; **косметология и эстетическая медицина:** визаж, лифтинг, пилинг, скраб, пирсинг, липосакция; **бытовая техника:** блендер, ростер, тостер, шейкер.

Стремительно растет количество новых наименований лиц в русском языке, что вызвано не только появлением новых профессий, но и выделением новых субкультур (*даунишфтер* – человек, добровольно отказавшийся от высокой должности и доходов ради простой и неторопливой жизни в кругу семьи, ради духовного самосовершенствования, путешествий; *трэшер* – человек, имеющий нестандартный внешний вид (обилие пирсингов и тату, эпатажная одежда) и т.д. [6, с. 65].

Реакция населения на появление новых слов всегда была неоднозначной и колебалась от полного неприятия «чужих» слов до явного злоупотребления ими. Нами было проведено анкетирование с целью выявления особенностей понимания заимствованных слов и отношения различных возрастных и социальных групп к новейшей иноязычной лексике. Участникам анкетирования предлагалось определить значения ряда заимствований, распределенных по тематическим группам. Представители молодежной возрастной группы (14–25 лет) легче ориентировались в словах, относящихся к сферам компьютерной и кулинарной лексики, а также лексики из сферы современного искусства. Именно эти слова были малопонятны большинству представителей старшего поколения (от 60 лет), зато они лучше разбирались в общественно-политической и экономической лексике. В восприятии заимствованных слов средней возрастной группой наблюдались различия гендерного характера: женщины продемонстрировали понимание слов из индустрии моды, мужчины – из области спорта. Понимание общественно-политической, экономической и компьютерной лексики у представителей обоих полов связано с образованием и профессиональной деятельностью. И наконец, бытовые заимствования (*тостер, блендер и др.*), были понятны всем возрастным группам. Большинство опрошенных заявили о терпимом отношении к заимствованным словам.

Литература

1. Белоусов, В. Н. Об освоении заимствованной лексики / В. Н. Белоусов // Русская речь. – 2004. – № 4. – С. 78-96.
2. Верещагин, Е. М. Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М. : Русский язык, 2005. – 246 с.
3. Залевская, А. А. Языковое сознание и описательная модель языка / А. А. Залевская // Методология современной психолингвистики. – М. : РГГУ, 2003. – С. 184-190.
4. Караулов, Ю. Н. О состоянии русского языка современности / Ю. Н. Караулов. – М., 2010, – 341 с.
5. Костомаров, В. Г. Языковой вкус эпохи / В. Г. Костомаров. – М., 2004. – 22 с.
6. Крысин, Л. П. Заметки об иноязычных словах / Л. П. Крысин // Русская речь. – 2000. – № 6. – С. 38-40.