

ПРИЧИНЫ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Поляничко К. С. - магистрант, факультет инновационных технологий, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Томск

Аннотация: в данной статье были рассмотрены различные аспекты заимствований в русском языке. Проанализированы причины и способы появления в русском языке английских, французских и немецких слов в разные периоды истории и при различных культурных и социальных составляющих. Рассмотрены как положительные, так и отрицательные последствия внешних заимствований.

Ключевые слова: русский язык, заимствование, синонимичные слова, лингвистические тенденции, русифицированные слова.

REASONS FOR BORROWING IN THE RUSSIAN LANGUAGE

Polyanichko K. S. master, faculty of innovative technologies, Tomsk State University of Control Systems and Radio Electronics, Tomsk

Abstract: This article examined various aspects of borrowing in the Russian language. The causes and methods of the appearance in English of English, French and German words at different periods of history and with various cultural and social components are analyzed. Both positive and negative consequences of external borrowing are considered.

Keywords: Russian language, borrowing, synonymous words, linguistic trends, russified words.

Многие лингвисты считают, что язык можно рассматривать как «живой организм», который «растет» как внутри, так и под воздействием внешней активности. Следовательно, между разными языками постоянно происходит взаимодействие. В результате многие языки заимствуют как можно больше слов, и таким образом они естественно развиваются.

Заимствованные слова демонстрируют лексическую энергию «принимающего» языка, поскольку новые слова адаптируют грамматические стандарты «принимающего» языка. Русский язык является примером того, как язык может постоянно обогащаться заимствованиями из других языков благодаря влиянию различных политических, экономических, социальных и исторических процессов.

Вопрос внешних заимствований сегодня очень актуален в рамках современного политического, экономического и социального развития российского общества. В данной статье рассматриваются различные аспекты заимствования иностранных слов в русском языке.

В лингвистическом энциклопедическом словаре термин «заимствование» имеет следующее определение: «Заимствование - это элемент иностранного языка, который был переведен с одного языка на другой в результате языковых взаимодействий, а также процесса перехода элементов одного языка в другой» [1].

Основными причинами заимствований в языке часто являются внешние факторы. Например, такие внешние причины, как сильные экономические, политические и культурные связи между людьми. В частности, в период правления Петра Великого большое количество слов было заимствовано из таких языков, как немецкий и голландский [2].

Экономические и социальные контакты с Голландией и Германией повлияли на обогащение русского языка следующими словами: бутерброд - *belegtes brot*, бухгалтер - *buchhalter*, фейерверк - *feuerwerk*, ярмарка - *jahrmarkt*, стул - *stuhl*, шницель - *schnitzel*. В результате русского интереса к германской военной системе были адаптированы следующие военные терминологии: аксельбанты - *achselschnur*, гауптвахта - *hauptwache*, ефрейтор - *gefreite*, гаубица - *haubitzer*.

Другой внешней причиной заимствования было использование одного слова вместо более длинного выражения для обозначения определенного предмета или концепции. Например, французское слово «портъе» использовалось для замены назначенной должности дежурного менеджера в отеле, а английское слово «джем» стало обычным русским словом для определения плотного сорта фруктового пюре.

Важно подчеркнуть, что внутриязыковые и внешние причины заимствований взаимосвязаны. Социальная просьба указать различные понятия приводит к лингвистической тенденции более точных и дифференцированных определений различных понятий [3]. В результате в русском языке появились похожие, но не всегда синонимичные слова: клатч – *to clutch* (схватить, сжать), брокер – *a broker* (посредник, агент), клевый – *clever* (умный, ловкий) и другие.

Другая внутриязыковая причина заимствований состояла в том, чтобы заменить длинное описательное определение одним определением слова. Поэтому иностранные заимствования вытесняют оригинальное русское описательное выражение, если они оба имеют одинаковое

значение. К примеру, снайпер, а не меткий стрелок, турне, а не кругосветное путешествие, мотель, а не гостиница, спринт, а не бег на короткие дистанции и др.

Можно также упомянуть следующий фактор, объясняющий внешние заимствования. Когда заимствованные слова создают лингвистическую группу с некоторым сходным значением и схожей морфологической структурой, становится легче адаптировать их в систему другого языка. В качестве примера мы можем рассмотреть следующую группу иностранных заимствований: джентльмен и полицейский, взятые из английского языка в 19 веке и дополненные английскими словами баскетбол - basketball, рекордсмен - recordsmen и яхтсмен - yachtsmen в 20 веке [4]. Таким образом, ряд заимствований, указывающих на деятельность людей с одной и той же морфемой «человек», создал целую лингвистическую группу, которая позже была обогащена другими словами с такой же морфемой: бизнесмен - businessman, геймер – gamer, комьюнити – a community, гламур - glamour и другие.

В зависимости от уровня адаптации заимствованных слов к русскому мы можем выделить несколько групп, которые существенно различаются по стилю:

1. Слова, которые явно потеряли убедительные признаки своего иностранного происхождения: машина - car, стол - table, чашка - cup, тетрадь - notebook, школа - school.

2. Слова, сохраняющие некоторые внешние признаки нерусского происхождения: звучание на иностранном языке: джаз - jazz, вуаль - veil, жюри - jury; иностранные суффиксы: колледж - college, директор - director, университет - university и префиксы: трансляция - broadcast, антибиотик - antibiotic; несклоняемые слова: пазл – a puzzle, кофе - coffee, селфи - self.

3. Общие слова из области политики, науки, искусства и культуры с похожим звучанием на других европейских языках. Такие слова называются международными словами: юзер – a user, трафик - traffic, интернет - Internet, логин – to log in, мобильный телефон - mobile phone, монитор - monitor, и пр. Эта группа заимствованных слов не имеет русских синонимов и используется без ограничений, поскольку они нейтральны и вызывают эмоции в речи.

Общественное мнение о том, что иностранные слова звучат более престижно, играет свою роль, поэтому заимствования быстро проникают в повседневную речь и заменяют синонимичные русские слова, например, пролонгировать - prolong вместо продлить, релиз – to realease вместо выпуска; публикации, прайс-лист – price list вместо прейскуранта цен, менеджмент – management вместо управления т. д. Идея быть частью группы, то есть следовать современным тенденциям, чтобы показать насколько успешным и знающим кажется человек когда использует

иностранные необычные слова в родном языке. Психологически использование таких незнакомых слов привлекает особое внимание слушателя.

Большой социальный престиж использования иностранного слова (по сравнению с оригинальным русским или ранее заимствованным, но отныне ставшее «русифицированным») иногда вызывает явление, которое можно назвать преувеличенным: слово, которое фактически обозначает обычный объект, но этот объект кажется, приобретает более значительный престижный и важный статус. Например, французское слово *бутик* означает «маленький магазин», а в современном русском *бутике* – огромный магазин модной эксклюзивной одежды. Вот еще один пример: *коттедж* на английском языке означает загородный дом, но в качестве английского заимствования на русском языке это означает большой загородный дом.

Это подтверждает идею о том, что, если новое заимствование отражает текущие социальные потребности, оно будет часто использоваться людьми и слова будут быстро адаптированы к русской речи. Заимствования, которые отражают интересы большого числа людей, получают социальное внимание и широко используются в обществе, хотя иногда и на короткий период времени. Они легко образуют производные, которые становятся предметом словесных игр и словесных каламбуров (*рейтинг*, *дресс-код*, *кастинг*, *промоутер*, *интервью*, *партнер*, *контракт*).

Еще одна причина использования иностранных заимствований - это оказать эффект на слушателя. Как обычные слушатели, мы не обращаем внимания на методы, используемые рекламными компаниями, которые разрабатывают новые методы и инструменты, чтобы как можно больше влиять на каждого из нас как на покупателей. Одним из способов «завоевать» наши умы и заинтересовать публику в их товарах является использование иностранных слов. Как показывает практика, иностранное слово звучит более привлекательно, а привлекательно лишь потому что оно незнакомо. Для примера: *парфюм* - *perfume* вместо *духи*, *лонгслив* - *longsleeve* вместо *футболки с длинными рукавами*, *бриджи* - *bridge* вместо *шорты*, а также большое количество слов из области красоты, например: *шейпинг* - *shaping*, *шугаринг* - *sugaring*, *пилинг* - *peeling*. В меню кафе мы видим: *донатсы* – *doughnuts* вместо *пончиков* или *бубликов*, *панкейки* - *pancakes* вместо *блинчики*. Все эти слова создают проблемы для их понимания.

Человеку, который не часто ходит по кафе, которому может быть трудно найти в меню то, что он действительно хочет, ему придется спросить о описании каждого блюда, ставя себя в неловкую и неудобную ситуацию.

К сожалению, когда мы заимствуем слова из другого языка, мы не обращаем внимания на повторение, которое мы произносим в том же словесном выражении, что и сталкиваемся с проблемой плеоназма[5]: короткий брифинг - briefing, ландшафт местности - Landschaft, короткий блицтурнир - Blitz-Turnier, народный фольклор - folklore. Это пример неуместного использования иностранных слов.

Таким образом, есть очевидный факт, что в русском языке действительно много заимствованных слов, особенно из западных стран. Они используются в различных сферах жизни общества, и количество этих сфер постоянно увеличивается. Мы, конечно, не можем избежать неизбежного влияния Запада, однако без принятия необходимых мер русский язык рискует быть переполненным вводящими в заблуждение словами, выражениями и предложениями. Очевидно, что такие явления, как иностранные заимствования, должны объясняться молодому поколению с детства. Профессиональные педагоги должны использовать соответствующие и правильные значения заимствованных слов, привести примеры и русские синонимы, научить, как использовать заимствования, чтобы сделать речь яркой и выразительной.

Для дальнейшего поддержания русского языка и культуры важно заниматься этим вопросом на государственном уровне. Далее приведены некоторые меры, которые возможно смогут помочь этому. Одной из мер может стать введение курсов современного русского языка на всех уровнях образования, а изучение и использование иностранных заимствований должно быть включено в языковые дискуссии. Также необходимо научить людей жить, понимать и узнавать иностранные слова. Кроме того, этому можно способствовать путем создания словарей иностранных заимствований, которые могут быстро реагировать на все изменения. Текущий век информационных технологий определенно увеличит проникновение и использование иностранных слов и, следовательно, создаст больше проблем для национальных языков, включая русский. Также важно повсеместно и везде повышать уровень образования, чтобы уменьшить ненужное и неправильное использование иностранных заимствований, в том числе среди средств массовой информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Заимствование / Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lingvisticheskiy-slovar.ru/description/zaimstvovanie/190> (дата обращения 07.04.2020).
2. Иноязычные слова в русском языке// Наука и жизнь.- 1993.- №8.

3. Демьянов лексика в истории русского языка XI—XVII веков. Проблемы морфологической адаптации Наука, 2001.

4. Горбатенко О. Английские заимствования в русском языке: 120 часто употребляемых слов // Инглекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://englex.ru/english-borrowings-in-russian/> (дата обращения 11.04.2020)

5. Коломейцева Е. М., Макеева М. Н. Лексические проблемы перевода с английского языка на русский: учебное пособие. Тамбов: Издательство ТГТУ, 2004. 67-68 с.