

СТАТЬИ

ПРОБЛЕМЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ ЗАИМСТВОВАННОЙ ЛЕКСИКИ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

А. В. Дегальцева, О. Б. Сиротинина

Ключевые слова: заимствования, англицизмы, СМИ, иноязычная лексика в СМИ.

Keywords: borrowings, anglicisms, mass media, foreign language vocabulary in mass media.

DOI 10.14258/filichel(2022)4–01

Введение

Проблема заимствований для русского языка, как и для других языков мира, безусловно, не нова. В русский всегда проникали заимствования из соседних языков, а также из языков тех территорий, с которыми у наших предков возникали отношения (торговые, культурные, религиозные или иные). Поскольку Киевская Русь вела оживленную торговлю с Византией, еще до принятия христианства в речь славян начали проникать грецизмы. В разные периоды существования русского языка из греческого были заимствованы такие слова, как *алтарь*, *демон*, *елей*, *лампада*, *пономарь*, *алфавит*, *грамматика*, *история* и др. С принятием христианства русский язык обогатился церковнославянизмами (*град*, *враг*, *жажда*, *нужда*, *житие* и мн. др.). Кроме того, на протяжении своей истории он пополнялся и за счет влияния иноверцев (мусульман, иудеев, буддистов, язычников и др.). Так, под влиянием быта и культуры Золотой Орды в русский язык вошло множество тюркизмов (*атаман*, *башка*, *кутерьма*, *караул*, *казна* и под.).

Заимствования из европейских языков наиболее активно стали проникать в русский в XVI–XVIII вв., особенно заметно — в период правления Петра I. «Преобразование всех сторон русской жизни при Петре I, его административные, военные реформы, успехи просвещения, развитие науки — все это способствовало обогащению русской лексики иноязычными словами. В русскую лексическую систему вошли названия новых предметов быта, военные и морские термины, слова из области на-

уки и искусства. Большой частью немецкие (*контора, пакет, прейскурант, вексель, акция, агент, лагерь, штаб, командир, офицер, юнкер, ефрейтор, штопор, бутерброд, бухгалтер, штраф, шахта, парик, локон* и др.), голландские (*матрос, рейд, флот, флаг* и др.) и английские (*мичман* и др.) слова» [Ёрова, 2017, с. 156].

В конце XVIII — начале XIX в. социальный престиж французского языка, которым владела аристократия, привел к проникновению в русский целого массива заимствований (*салон, лакей, лейтенант, корнет, корпус, одеколон, авантюра, вуаль* и под.). Русскому человеку хорошо известен философский спор «западников» и «славянофилов» о судьбе и путях развития родного языка. Рубеж XVIII–XIX вв. нашей истории ознаменовался борьбой с иноязычными заимствованиями. Так, «адмирал А. С. Шишков считал, что заимствования только вредят русскому языку. От своих противников он получил пародию на пропагандируемые им приемы словоупотребления: вместо фразы с рядом иностранных слов — *Франт идет из цирка в театр по бульвару в галошах* — приводился ее перевод в стиле Шишкова: *Хорошилище грядет по гульбищу из ристалища на позорище в мокроступах*» [Чувакин, 2011, с. 70].

В XX в. появление в русском языке иноязычных слов во многом было связано с бурным научно-техническим прогрессом. Так, с освоением космоса в наш язык вошли слова *астронавт, астронавтика, космонавт, космонавтика, космодром* и др.

В русском обществе нередко наблюдались периоды толерантного отношения к иноязычным вкраплениям. Подобным временем были, например, «80–90-е годы XX столетия, когда возникли такие политические, экономические и культурные условия, которые определили предрасположенность российского общества к принятию новой и к широкому употреблению ранее существовавшей, но специальной иноязычной лексики» [Крысин, 2002, с. 27]. Распад СССР способствовал сближению России с западным миром и, соответственно, активному проникновению иноязычной лексики в наш родной язык.

Безусловно, «внешнее влияние на язык почти никогда не оставляет общество равнодушным и нередко воспринимается носителями языка-реципиента (во всяком случае, частью из них) болезненно и нервно», ведь заимствование «может ассоциироваться с чем-то идеологически, духовно или культурно чуждым, даже враждебным и уж несомненно засоряющим язык» [Крысин, 2002, с. 27]. Несмотря на то что «за последние несколько десятилетий прогнозы перспектив и оценки последствий такого взаимодействия для родного языка неоднократно менялись», в современном научном сообществе возобладал «лингвотолерантный под-

ход к постоянному пополнению английскими заимствованиями словарного состава любого родного языка как неизбежному следствию научно-технического прогресса и социально-культурных процессов общемировой интеграции» [Лашкова, Матяшевская, 2022, с. 152].

В современном мире усиление процессов глобализации и цифровизации приводят к тому, что во многие языки стремительно и активно проникают заимствования, как правило, из английского. Англицизмы входят в разные сферы повседневной жизни: обиходно-бытовую, деловую, научную, публицистическую. Так, деловое общение, ориентированное на западные образцы, уже не может обойтись без заимствований; к научным статьям стали предъявляться требования оформления аннотации, ключевых слов и сведений об авторе на английском языке.

Целью данной работы является изучение особенностей семантики и функционирования новой и новейшей заимствованной лексики в современных СМИ периода 2010–2022 гг. Публицистика выбрана нами в качестве объекта исследования, поскольку это одна из наиболее «открытых» для заимствований сфер коммуникации: «„незамкнутость” словаря публицистики определяется прежде всего экстралингвистическими факторами, главным из которых является разнообразие тем (экономических, политических, социальных и т. п.)» [Ушаков, 2009, с. 10], освещаемых журналистами.

Исследование проводится на основе данных собственноручных записей (материалов прессы и электронных СМИ, расшифровок записей теле- и радиопередач) и Национального корпуса русского языка (НКРЯ). Оно базируется на применении интерпретативного, дискурсивного и компонентного видов анализа, а также приема количественной обработки материала.

Факторы употребления заимствованной лексики

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 наибо-

лее 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.

Тематика заимствований в современных СМИ

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 данном 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*

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, коллаيدر, нанотехнология, биоинженерия и др.): В ОИЯИ создается **коллаيدر** 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, слим-фит, 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, спорлинг и др.): **Снорклинг** и **дайвинг** — обязательный элемент неспешного курортного отдыха на Мальдивах <...> (lenta.ru. 21.07.2021); Независимая организация по борьбе с **допингом** в легкой атлетике (AIGU) 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** (Московский комсомолец, 27.02.2022); Подаю я **крамбл** непременно теплым, со сметаной, взбитыми сливками или мороженым (Коммерсант Weekend, 28.05.2010).

Независимые организации ежегодно проводят социальные опросы для определения наиболее употребительных слов, в том числе и заимствованных. В 2020 г., согласно данным самых разнообразных русских и зарубежных онлайн-источников, в связи с пандемией коронавируса печально популярными иноязычными словами в русском (как и во многих других языках) стали *COVID-19*, *ковид*, *коронавирус* [Сперанская, 2021]. Слова *ковид* и *коронавирус* были заимствованы из английского языка путем побуквенной передачи. *Ковид* — транслитерация слова *COVID*, образованного путем сокращения английского словосочетания *coronavirus disease*. Лексема же *коронавирус* — побуквенная передача английского слова *coronavirus*, пришедшего в этот язык из латыни (*coronaviridae*) [Максимова, Полякова, 2022]. Активно употреблялись и продолжают употребляться лексемы *COVID-19*, *ковид*, *коронавирус* в СМИ: В Великобритании снова выявили более 180 000 случаев заражения **COVID-19** за сутки (Ведомости, 31.12.2021); Медики, работающие с пациентами с **ковид** или с подозрением на **ковид**, получившие вред здоровью, из-за чего они временно не могут работать, получают страховые выплаты от государства (Парламентская газета, 28.12.2021); Мировая медицина пока не может победить **коронавирус** (lenta.ru, 19.20.2020).

Согласно данным газетного подкорпуса НКРЯ, за период пандемии слово *COVID-19* встретилось в центральных и региональных СМИ 43 281 раз, *ковид* — 650, *коронавирус* — 16 316 раз. Таким образом, в прессе и электронных СМИ лидирует заимствование, передаваемое латиницей *COVID-19*.

За период пандемии появилось огромное множество слов, образованных от производящих баз *ковид* и *коронавирус*. Интерес к их изучению привел к появлению большого количества лингвистических работ. Среди наиболее значимых трудов, посвященных анализу динамических процессов в языке пандемийного периода, следует назвать «Словарь русского языка коронавирусной эпохи» [Словарь русского языка..., 2021], коллективную монографию «Русский язык коронавирусной эпохи» [Русский язык..., 2021], а также сборник «Новые слова и словари новых слов. 2020» [Новые слова..., 2020]. Слова с начальными компонентами *корона(вирус)* — и *ковид-* (*COVID-*) формируют крупные словообразовательные гнезда [Рабибурская, 2021], насчитывающие 1105 лексем и 1074 слова

соответственно [Словарь русского языка..., 2021, с. 16]. Согласно «Словарю русского языка коронавирусной эпохи», это прежде всего имена существительные и прилагательные [Словарь русского языка..., 2021]. Наши наблюдения, однако, показывают, что среди слов с заимствованными компонентами *ковид-* и *коронавирус-* немало наречий как с русскими, так и с заимствованными аффиксами: *ковидно, нековидно, антиковидно, ковидозно, ковидоопасно, ковидоподобно, по-ковидному, по-ковидски, по-антиковидному, прековидно, доковидно, постковидно, послековидно; ковидиотно, по-ковидиотски; коронавирусно, некоронавирусно, антикоронавирусно* (функционирование этих лексем подробно рассмотрено в работе А. В. Дегальцевой [Дегальцева, 2022]). Приведем примеры их употребления в современных печатных и электронных СМИ: *Новый Год по-ковидному: особенности празднования* (электронное новостное издание pravda.ru. 01.12.2020); *Тихвинская икона Божьей Матери «антикоронавирусно» объехала Карачев* (bryansk. news. 10.04.2020) и под.

В газете «Известия» от 06.07.2022 были опубликованы данные анкетирования, проведенного аналитиками образовательной платформы Skillbox и аналитического агентства ResearchMe с целью выявления самых популярных среди россиян заимствований. Согласно данным этого социального опроса, наиболее модными словами в 2021 г. стали «хайп» и «фейк». Разберемся в значениях этих слов. *Хайп* (от англ. hure — шума, суета) — жарг. «успешное привлечение внимания определенной целевой аудитории к какому-либо событию или лицу путем создания шумихи, ажиотажа» [Леонтьева, Щетинина 2021: 382]. *Фейк* — недостоверная информация (часто сфальсифицированная), недобросовестно распространяемая с целью введения адресата в заблуждение. По-видимому, популярность этих слов объясняется тем, что диффузность их значений позволяет им употребляться для репрезентации широкого круга социальных, политических, экономических и культурных явлений. Лексемы с размытой семантикой позволяют адресанту не задумываться о выборе наиболее точной и подходящей для выражения мысли формы и экономить интеллектуальные усилия. Именно поэтому слова *фейк* и *хайп* широко используются современными журналистами: *Теория о том, что штамм коронавируса «омикрон» мог быть искусственно создан, — фейк* (Парламентская газета. 15.12.2021); *Королевский фейк. Британцев возмутило видео с фальшивой Елизаветой Второй* (программа «Вести». 26.12.2020) и др. Компоненты *фейк-* и *хайп-* активно участвуют в словопроизводстве: *фейковый, фейкмейкеры, фейк-ньюс, фейк-аккаунт, хайповый, хайпожор, хайпер, хайпить, хайпануть* и др.: *Трамп отметил, что в «фейк-ньюс», конечно, не расскажут о том, что ситуация с вирусом тяжелая*

не только в США (lenta.ru. 11.2020); «Уважаемые СМИ, прежде чем цитировать чью-то речь, проверяйте, пожалуйста, подлинность аккаунта, а не строчите высказывания с **фейк-аккаунтов**», — говорится в сообщении (Известия. 09.2020); PR-специалист и **фейкмейкер** Антон Вуйма прокомментировал Царьграду закон о блокировке **фейковых** новостей в интернете, принятый сегодня Госдумой в третьем и последнем чтении (smi2. ru. 07.03.2019); Новый флагман конгломерата Kering и главный **хайповый** бренд, каким стала Bottega Veneta при Дэниеле Ли, делает все, чтобы это свое положение закрепить (Коммерсант. 03.2020); Костромской **хайповор** сиганул в Волгу с моста в Костроме (Московский комсомолец. 30.06.2021); Шнуров выступил в свойственной ему манере, одновременно пойдя против тренда, когда принято «**хайпить**» на смертях звезд, и одновременно сам вызвал резонанс в информационном поле (Московский комсомолец. 17.07.2021).

Как видим, наиболее употребительными в 2022 г. оказываются слова с абстрактным значением. Результаты диссертационного исследования, проведенного Б. Ю. Ушаковым под руководством В. В. Колесова в 2009 г., свидетельствуют о том, что в СМИ среди заимствованной лексики преобладают слова с отвлеченным значением. Это объясняется тем, что «в язык попадают слова с ясным содержанием, но неопределенным объемом понятия, что позволяет расширять семантику данных слов до превращения их в гиперонимы» [Ушаков, 2009, с. 21].

По данным нашего мониторинга, среди иноязычной лексики в современных СМИ, как и 13 лет назад, употребляется очень много абстрактной лексики (*Интернет, онлайн* — включая как само слово, так и его производные, *вайб, инсайт, лайк, майнинг, тренд, хейт, краудфандинг, кринж, фриланс* и под.). Кроме того, за последние годы русский язык пополнился целым потоком абстрактной лексики, репрезентирующей социально-психологические явления, их субъекты и объекты. «Усиление манипулятивной составляющей коммуникации, в особенности в сетевом общении людей, характеризующемся неограниченной свободой проявления психологических черт и социокультурных установок личности, привело к формированию новых социальных реалий, форм взаимодействия и затем — их обозначений» [Леонтьева, Щетинина, 2021, с. 16].

Возросший интерес к психологии как науке и активное отстаивание прав и свобод личности породили массу новейших заимствований, отражающих важные, как правило, негативные социально-психологические явления:

абьюз, абьюзмент, абьюзинг (от англ. abuse) — «физическое, психологическое, экономическое насилие, которое осуществляется одним

человеком или группой лиц в отношении другого человека или группы лиц с целью подавления воли жертвы» [Леонтьева, Щетинина, 2021, с. 27];

буллинг (от англ. bullying) — «агрессивное преследование с целью унижения одного из членов коллектива или нескольких лиц другим его членом или группой лиц (чаще всего в школьном коллективе); травля» [Леонтьева, Щетинина, 2021, с. 98];

виктимблейминг (victim blaming) — обвинение жертвы трагедии в произошедшем с ней;

газлайтинг (от англ. gaslighting, происходит от названия пьесы П. Гамильтона «Газовый свет» («Gaslight») и ее одноименной экранизации Д. Кьюкором) — «психологическое насилие, манипуляция с целью вызвать сомнение у жертвы в адекватности восприятия мира, себя и других людей через насмешки, обвинения и запугивания» [Леонтьева, Щетинина, 2021, с. 129];

харрасмент (от англ. harrasment) — «физическое, психологическое насилие, осуществляемое в деловой коммуникации, выражающееся в оскорблении, преследовании сотрудника, сексуальном домогательстве» [Леонтьева, Щетинина, 2021, с. 386];

неглект (от англ. neglect) — жарг.: «форма психологического насилия, проявляющаяся в неоказании помощи нуждающемуся в ней человеку (чаще всего близкому), пренебрежении его интересами, нарушении обязательств» [Леонтьева, Щетинина, 2021, с. 268];

боди-позитив (от англ. body positive) — феминистское движение, провозглашающее умение позитивно принимать свой внешний вид, ощущать себя комфортно в своем теле при всех его недостатках;

боди-шейминг (от англ. body-shaming) — «социальное движение, отвергающее стандарты красоты, пропагандирующее положительное отношение к своему телу вне зависимости от его особенностей, а также к внешнему виду вообще, призывающее к свободе самовыражения и принятию любого внешнего вида других людей» [Леонтьева, Щетинина, 2021, с. 80];

флейм, флейминг (от англ. flame) — жарг.: «агрессивный спор, неожиданно возникший в процессе многопользовательского интернет-общения в чатах, социальных сетях, на форумах и др. из-за недоразумения, оскорбления, намеренной провокации и др.» [Леонтьева, Щетинина, 2021, с. 367];

сексизм (от англ. sexism) — дискриминация по половому признаку;

эйблизм (от англ. ableism) — дискриминация по признаку физической неполноценности (инвалидности);

эйджизм (от англ. ageism) — дискриминация по возрастному признаку и мн. др.

Характерно, что перечисленные заимствования активно участвуют в процессе порождения новых слов и целых словообразовательных гнезд: *абьюз* → *абьюзивный*; *абьюзить*; *абьюзер* → *абьюзерский*; *абьюзерить*; *абьюзерша*; *буллить* → *буллер* → *буллерша*; *буллерский*; *буллинг* → *буллинговый*; *антибуллинг*, *контрбуллинг* и др. Кроме того, новейшие заимствования образуют синонимические и антонимические пары: *булинг* — *моббинг*, *булинг* — *антибуллинг*, *антибуллинг* — *контрбуллинг*, *хейтинг* — *шейминг*, *шейминг* — *антишейминг* и др.

Активно функционирует новая социально-психологическая лексика в прессе и электронных СМИ. К сожалению, журналисты не всегда проявляют заботу об адресате и поясняют значения этих новейших заимствований: *Харассмент, абьюз* или домогательства. Как не запутаться в новых отношениях полов (Известия. 03.03.2018); *Расизм, абьюз, материнские надежды, мертвый город, больная взрослая жизнь, от которой хочется сбежать, и единственное, что дает свободу, — это скейт* (Ведомости. 29.05.2019); *Ведь когда в школе что-то происходит — драки, буллинг по отношению к одноклассникам и учителям, даже стрельба, — начинают разбираться в причинах случившегося* (Парламентская газета. 03.11.2021); *И это очень важный и позитивный фактор, ведь все еще существует стереотип «идеальной жертвы», которая почему-то обязана создать все условия, чтоб ее не били. В то время как с агрессора снимается такая задача, процветает виктимблейминг* (Новая газета. 17.06.2018); *Бодипозитив* и здоровый образ жизни: психотерапевт рассказал, как любовь к себе помогает бороться с лишним весом (Комсомольская правда. 17.01.2021); *Респонденты поясняют, что трудноустроиться непросто по ряду причин, главные из которых — высокие требования самого соискателя и эйджизм некоторых работодателей* (Комсомольская правда. 25.07.2021).

В большинстве случаев, однако, журналисты все же стремятся разъяснить аудитории значения новых и странных для русского слуха слов: *В нашем мире появилось слово «абьюз». А эмоциональных домашних, «кухонных» насильников стали звать абьюзерами. Кто такие абьюзеры? Это те, кто не уверен в себе и кому необходимо сделать окружающих ниже (унизить), чтобы самому стать повыше. Это те, кто получает удовольствие от ощущения своей власти над людьми. Это те, кто мстит за свою неудовлетворенность жизнью. Это те, кто не выносит своей вины и старается обвинить других. Это те, кто становится сильнее, когда близкие слабеют. Они тебе показывают и доказывают,*

что ты ничтожна, не справляешься, ловят каждый твой промах (Комсомольская правда. 21.05.2021); Еще один популярный термин — «**виктимблейминг**»: обвинение самой жертвы в случившейся личной драме (lenta.ru. 04.04.2016); Журналисты подчеркивают, что на данный момент правила в этой области устанавливает **бодипозитив** (общественное движение, выступающее за право комфортно ощущать себя в своем теле при любом внешнем виде. — Прим. «Ленты. ру») (lenta.ru. 27.07.2020).

Регулярному появлению такой лексики способствует то, что в век цифровых технологий социальные сети и платформы позволяют людям делиться информацией о себе с другими, часто незнакомыми и неблагоприятно настроенными людьми, которые, исходя из существующих в их сознании психологических стереотипов, могут проявлять по отношению к окружающим нетолерантность и даже агрессию. Безусловно, большинство из этих явлений присутствовало в нашей жизни и раньше, но многим из них, в отличие от расовой и национальной дискриминации, не давали номинаций. Например, *эйджизм* (ущемление прав человека по возрастному признаку) — явление, с которым регулярно сталкиваются женщины на протяжении столетий. Так, всегда — и в позапрошлом столетии, и даже сейчас — женщины, не вышедшие замуж до 25 лет, считались «засидевшимися в девках», незавидными невестами, но специального названия для этого явления не было.

Семантические трансформации заимствований

Иногда при заимствовании лексики наблюдается изменение объема ее значения в русском языке по сравнению с языком-источником. В последние годы все чаще наблюдается сужение объема значения, выражающееся в закреплении заимствования за определенными контекстами. Это явление было отмечено, в частности, Л. П. Крысиным. Так, «в русском языке название *шоп* приложимо не ко всякому магазину, а лишь к такому, который торгует престижными товарами, преимущественно западного производства (обычный продавец никто шопом не назовет)» [Крысин, 2002, с. 29]. В качестве новейшего заимствования, значение которого подверглось сужению в русском языке, можно привести слово *харрасмент* (от англ. *harrasment* — издевательство, домогательство). В англоязычном мире оно используется для описания ситуаций, в которых один человек унижает честь и достоинство другого (оскорбляет, притесняет, нарушает личные границы). В русскоязычном мире под этим словом практически всегда понимаются лишь сексуальные домогательства, как правило, на работе.

Некоторые из заимствований, давно закрепившихся в русском языке, метафорически переосмысляются, приобретая новые значения. В последние годы такое приращение смысла наблюдается у прилагательного *токсичный*. В жаргоне и языке СМИ оно получает новое значение: «такой, который оказывает негативное, губительное влияние на кого-ли что-л.» [Леонтьева, Щетинина, 2021, с. 346], как и существительное *токсик* («токсичный человек», тот, кто производит неприятное впечатление, раздражает окружающих нетактичностью, занудством, эгоистичностью, склонностью советовать или требовать что-либо, жалобами или излишней привязчивостью, обидчивостью, неуместным поведением и т.д.» [Леонтьева, Щетинина, 2021, с. 347]: *В России появится реестр токсичного контента* (радио «Коммерсант FM». 31.01.2022); *Что значит токсик или вечно недовольный. В любом окружении всегда есть люди, которые вечно всем недовольны. Сталкиваясь с такой токсичностью, можно превратиться в резервуар для слива негатива* <...> (журнал «Лиза». 11.02.2022).

Слова *эгоист*, *эгоизм*, *эгоистичный*, которые давно и прочно вошли в русский язык, в последние десятилетия под влиянием западного мировоззрения стали приобретать положительные коннотации: <...> *это уже репетиционный зал, где юные артисты, выпускники Вагановского, упражняются у палки и блистательный эгоист Руди (Владислав Лантратов) впервые скандалит с балериной* (Ведомости. 10.12.2017); *Быть эгоистом — не просто не стыдно, это единственный разумный из всех способов поведения, убеждает Питер Шварц, последователь Айн Рэнд* (lenta.ru. 18.09.2015).

Уместность употребления заимствований в СМИ

С появлением новых жизненных реалий в наш язык входят и новые слова. Иногда в нем не существует однословных обозначений для только что появившихся явлений и процессов, и тогда эти лакуны заполняет иноязычная лексика. В таком случае ее употребление является вполне уместным. Так, слово *коворкинг* и производное от него *коворкинговый* обозначает недавно пришедший к нам из-за рубежа тип бизнеса: предоставление в аренду единого рабочего пространства для организации деятельности нескольких компаний или людей; а лексема *колл-центр* используется для номинации подразделения организации, специализирующегося на обработке обращений ее сотрудников или клиентов и информировании их по голосовым каналам связи: *Как общил партнер «БестЪ. Коммерческая недвижимость» и директор по развитию УК PAGE Станислав Ступников, в компании прорабатывают планиров-*

ки некоторых действующих кинотеатров для реализации в них **коворкингов** (журнал «РБК». 13.08.2022); *Все это время я буду работать здесь, в **колл-центре*** (программа «Вести». 16.12.2010).

Использование иноязычной лексики бывает эффективным потому, что позволяет экономить речевые усилия и печатное пространство. Так, ставшее модным в конце 2015 г. слово *краудфандинг* используется чаще, чем словосочетание *народное финансирование*, именно из-за своей однословности. Иногда они используются как синонимы: *Рынок **краудфандинга** вырос на 83%. **Народное финансирование** может стать альтернативой банковскому кредитованию* (Известия. 28.03.2018). Действительно, «в условиях современной глобализации проще и во многих случаях целесообразнее использовать готовую, да еще распространенную по всему миру английскую номинацию. Так появились необходимые *риелтеры, лоукостеры, брокеры*» [Матяшевская, Сиротинина, 2016, с. 157]. Активно функционируют эти слова в современных СМИ: ***Риелтор** Ирина Лаврухина отметила, что пониженная ставка позволяет улучшить жилищные условия даже совсем не богатым и молодым семьям, правда, при условии наличия первоначального взноса* (Парламентская газета. 09.11.2021); ***Лоукостер** из Египта откроет авиарейсы из Петербурга в Хургаду* (Московский комсомолец. 10.08.2022); *Но **брокеры** сейчас очень пессимистичны: кто-то говорит, что ситуация затянется на 10 лет, кто-то полагает, что на все 20* (Московский комсомолец. 24.07.2022).

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 дрови-*

шек 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 XX 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, джипинг, лифтинг*) нарушаются нормы русского словообразования процессуальных существительных при помощи нового для русского языка суффикса *-инг* от глаголов (*мониторить* — *мониторинг*, новое *шопить* — *шопинг*)» [Сиротинина, 2013, с. 192].

Мониторинг СМИ, регулярно проводимый О. Б. Сиротининой, показывает, что в современных газетах употребляется преимущественно обогащающая, а не засоряющая язык заимствованная лексика, необходимая для емкого выражения передаваемых журналистами смыслов. Если же употребляются новые, непонятные большинству заимствования, то они поясняются авторами материалов. Приведем примеры из статьи Жанны Голубицкой «Мексика, Малайзия, Макао: какие страны мира распахнут свои двери для российских туристов» (Московский комсомолец, 01.08.2022): *Если запустят чартеры <...>, для работающего человека цены приемлемые, климат хороший, страна многонациональная и многоконфессиональная, а потому привычно толерантная ко всем <...>; А вот отечественные лонгсеттеры — любители проводить в теплых краях весь зимний сезон, работая удаленно, — особые надежды возлагают на Малайзию; Возвращения в туристический строй Китая и Гон-*

конга <...> *поджидают не только путешественники, но и байеры — закупщики товаров народного потребления, а попросту челноки.*

Несмотря на некоторые положительные следствия появления заимствований в русском языке (обогащение лексического состава и морфемного репертуара, расширение синонимических и антонимических рядов, расширение семантической структуры существующих заимствований), можно констатировать, что засилие англицизмов, которое сейчас приобретает в нем катастрофические масштабы, приводит к его засорению. Иноязычная лексика уже давно используется русскими людьми не только для репрезентации явлений, которые невозможно выразить одним родным словом или словосочетанием, но даже для выражения эмоций (*Вау! Унс!*) и поддержания контакта с собеседником (*Окей! Гуд! Хай! Гуд-бай! Бай!*). Подобные словечки проскальзывают и в массмедийном общении: — *Вау, это хорошая идея!* (общественно-политическое ток-шоу «60 минут». 08.08.2022); *А чем еще в этой конфигурации можно было завлечь зрителей? Воспоминаниями о древних концертах «Миража» под фонограмму? Унс...* (Московский комсомолец. 14.09.2021). От междометия *Вау!* в русском языке было образовано слово *вау-эффект*, которое стало активно употребляться в СМИ: *Вау-эффект достигается не за счёт того, что вас напугали или обрадовали, а за счет того, что вам очень приятно взаимодействовать с этим интерьером, антуражем, предметами из этого мира* (Московский комсомолец. 17.04.2016); *Для ребят 7 лет очень часто приходится использовать вау-эффект. Ведь вначале пути их нужно заинтересовать, вовлечь в образовательный процесс игровыми технологиями* (Московский комсомолец. 31.08.2021); *Но, возможно, если бы они размещались в каком-то крупном СМИ, для которого интервью с голливудской звездой — это будни, публикации не произвели бы такого вау-эффекта* (lenta.ru. 14.05.2019).

Заимствований в разных сферах общения стало так много, что не знающим английского языка даже газету читать просто невозможно. О. Б. Сиротинина признается, что еще лет десять назад с удовольствием читала английскую художественную литературу свободно, сейчас же многих слов в русских газетах понять не может.

Некоторые англицизмы приводятся в СМИ в латинском написании, что никак не отражает стремление журналистов проявить заботу об адресате: *Наша статья поможет разобраться, в чем именно «Союз молодежи» стал первым и почему его значение в истории русского (на самом деле — мирового) искусства сложно переоценить, а заодно ответит на вопрос: почему эта выставка из разряда **must see**?* (lenta.ru. 28.10.2019); *Все начиналось с продуманного функционала каждого поме-*

щения квартиры, теперь это уже **must have** (Коммерсант. 11.09.2020); **Event-индустрия** просит уточнить: как можно и нельзя проводить мероприятия (журнал «РБК». 20.09.2020).

Патриотические настроения в современном российском обществе подтолкнули правительство к рассмотрению возможности законодательного урегулирования использования иноязычной лексики. По данным газеты «Известия», в Совете Федерации и Государственной Думе принят к рассмотрению ряд мер по сохранению богатства и независимости русского языка. Так, уже разработан законопроект о запрете вывесок на иностранных языках. Кроме того, 5 июня глава крымского парламента Владимир Константинов сообщил, что в Крыму подготовили словарь по замещению англицизмов (Известия. 05.07.2022).

Меры, направленные на борьбу с засилием заимствований, кажутся нам особенно актуальными для СМИ, ведь многие журналисты в погоне за модой и социальным престижем неумеренно употребляют иностранную лексику, причем далеко не всегда правильно и уместно. Так, использование англицизмов, имеющих аналоги в русском языке, просто засоряет русскую речь (*инсайт* вместо *озарения*, *тинейджер* вместо *подростка*, *экспириенс* вместо *опыта*, *энтертеймент* вместо *развлечения*, *скилл* вместо *навыка*, *пруф* вместо *доказательства*, *топовый* вместо *лучшего* и мн. др.): *И вот тут с Маккейном случился инсайт!* (программа «Вести». 20.09.2015); *Судя по записям, которые тинейджер оставил в соцсетях, он собирался совершить нападение на образовательное учреждение* (Московский комсомолец. 07.12.2021); *Запуск Maker's Mark Private Select преподносится как экспириенс, сочетающий образовательную часть, энтертеймент и эстетику* (lenta.ru. 05.12.2019); *Исследователи Гарвардского университета теперь точно знают, как прожить до ста лет. Пруф? В течение семи с половиной десятилетий они наблюдали фокус-группу из более чем 600 человек, чтобы узнать секрет здорового, счастливого и долгого бытия* (lenta.ru. 10.05.2016); *В топовых вузах счет в битве за поступление идет на десятки доли балла!* (Комсомольская правда. 25.07.2020).

Еще одним типом неуместного употребления заимствований нам представляется использование современных англицизмов при описании событий прошлого, что воспринимается как анахронизм: *Патент на этот гаджет был получен в 1970 году* (Парламентская газета. 09.12.2021); *Русские топ-модели прошлого. Было среди них немало женщин благородного происхождения: виконтесс, баронесс, княгинь. Они <...> посещали светские рауты, становясь лицами брендов* (culture.ru. 01.08.2022); *Геометрическая резьба — самый древний оформительский*

тренд, известный человечеству еще с дохристианских времен (culture.ru. 10.07.2022).

Заключение

Итак, 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 показывает, что в СМИ второго и третьего десятилетий XXI 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, сохранении и приумножении его богатств.

Библиографический список

Дегальцева А. В. Наречия коронавирусного периода: словообразовательные и семантико-синтаксические характеристики // Языковая политика и вопросы гуманитарного образования / под ред. И. Г. Родионовой. Пенза, 2022.

Ёрова С. Н. История заимствований слов в русском языке // Ученые записки Худжандского государственного университета. Гуманитарные науки. 2017. № 2 (51).

Крысин А. П. Лексическое заимствование и калькирование в русском языке последних десятилетий // Вопросы языкознания. 2002. № 6.

Лашкова Г. В., Матяшевская А. И. Англицизмы в современном русском языке // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2022. Т. 22. Вып. 2.

Максимова Н. Г., Полякова И. М. «Короналексика»: особенности орфографии, смысло- и словообразования (на материале «Словаря русского языка коронавирусной эпохи») // Языковая политика и вопросы гуманитарного образования / под ред. И. Г. Родионовой. Пенза, 2022.

Новые слова и словари новых слов / отв. ред. Н. В. Козловская. СПб., 2020.

Рацибурская Л. В. Новые словообразовательные гнезда с «коронавирусной» лексикой // Русский язык коронавирусной эпохи / отв. ред. М. Н. Приемышева. СПб., 2021.

Русский язык коронавирусной эпохи / отв. ред. М. Н. Приемышева. СПб., 2021.

Сиротинина О. Б. Размышления о том, как должна пониматься борьба за экологию языка // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. № 1.

Сиротинина О. Б., Матяшевская А. И. К чему может привести стремление к экономии речевых усилий в коммуникации на русском языке? // Экология языка и коммуникативная практика. 2016. № 1.

Словарь русского языка коронавирусной эпохи / отв. ред. М. Н. Приемышева. СПб., 2021.

Сперанская А. Н. «Слово года» и «ключевая ситуация»: о пополнении актуального лексикона // Коммуникативные исследования. 2021. № 1.

Ушаков Б. Ю. Семантика и функции лексических заимствований в современной русской прессе: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. СПб., 2009.

Чувакин А. А. Основы филологии / под ред. А. И. Куляпина. М., 2011.

References

Degaltseva A. V. *Narechiya koronavirusnogo perioda: slovoobrazovatel'nye i semantiko-sintaksicheskie harakteristiki*. [Adverbs of the coronavirus period: word-formation and semantic-syntactic characteristics]. In: I. G. Rodioniva (Ed.). *Yazykovaya politika i voprosy gumanitarnogo obrazovaniya*. [Language policy and humanitarian education issues]. Penza, 2022.

Yorova S. N. *Istoriya zaimstvovaniy slov v russkom yazyke*. [The history of borrowing words in the Russian language]. In: *Uchenye zapiski Hudzhandskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. [Scientific notes of Khujand State University. Humanities]. 2017. No. 2 (51).

Krysin L. P. *Leksicheskoe zaimstvovanie i kal'kirovaniye v russkom yazyke poslednih desyatiletij*. [Lexical borrowing and calculus in the Russian language

of the last decades]. In: *Voprosy yazykoznaniya*. [Topics in the study of language]. 2002. No. 6.

Lashkova G. V., Matyashevskaya A. I. *Anglicizmy v sovremennom rusском yazyke*. [Anglicisms in modern Russian]. In: *Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism*. [Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika]. 2022. Vol. 22. Iss. 2.

Maksimova N. G., Polyakova I. M. «Koronaleksika»: osobennosti orfografii, smyslo- i slovoobrazovaniya (na materiale «Slovarya russkogo yazyka koronavirusnoj epohi»). [«Coronalexics»: features of spelling, semantic and word formation (based on the material of the «Dictionary of the Russian language of the coronavirus era»)]. In: I. G. Rodioniva (Ed.). *Yazykovaya politika i voprosy gumanitarnogo obrazovaniya*. [Language policy and humanitarian education issues]. Penza, 2022.

Novye slova i slovari novyh slov. [New words and dictionaries of new words]. Ed. by N. V. Kozlovskaya. St. Petersburg, 2020.

Ratsiburskaya L. V. *Novye slovoobrazovatel'nye gnezda s «koronavirusnoj» leksikoj*. [New word-forming nests with «coronavirus» vocabulary]. In: M. N. Priemysheva (Ed.). *Russkij yazyk koronavirusnoj epohi*. [Russian language of the coronavirus era]. St. Petersburg, 2021.

Russkij yazyk koronavirusnoj epohi. [Russian language of the coronavirus era]. Ed. by M. N. Priemysheva. St. Petersburg, 2021.

Sirotnina O. B. *Razmyshleniya o tom, kak dolzhna ponimat'sya bor'ba za ekologiyu yazyka*. [Reflections on how the struggle for the ecology of language should be understood]. In: *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika*. [Ecology of language and communicative practice]. 2013. No. 1.

Sirotnina O. B., Matyashevskaya A. I. *K chemu mozhet privesti stremlenie k ekonomii rechevyh usilij v kommunikacii na rusском yazyke?* [What can the desire to save speech efforts in communication in Russian lead to?]. In: *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika*. [Ecology of language and communicative practice]. 2016. No. 1.

Slovar' russkogo yazyka koronavirusnoj epohi. [Dictionary of the Russian language of the coronavirus era]. Ed. by M. N. Priemysheva. St. Petersburg, 2021.

Speranskaya A. N. «Slovo goda» i «klyuchevaya situatsiya»: o popolnenii aktual'nogo leksikona. [«The word of the year» and «the key situation»: on the replenishment of the current lexicon]. In: *Kommunikativnye issledovaniya*. [Communicative research]. 2021. No. 1.

Ushakov B. Yu. *Semantika i funktsii leksicheskikh zaimstvovaniy v sovremennoj rusской presse*. [Semantics and functions of lexical borrowings in the modern Russian press]. Thesis of Philol. Cand. Diss. St. Petersburg, 2009.

Chuvakin A. A. *Osnovy filologii*. [Fundamentals of Philology]. Ed. by A. I. Kulyapin. Moscow, 2011.