

УДК 81'373.45=161.1

ББК 81.2 Рус – 3

**КЛЕМЕНТЬЕВА Елена Валерьевна**,  
кандидат филологических наук, доцент кафедры рус-  
ского и иностранных языков и литературы  
Краснодарского государственного университета  
культуры и искусств, Краснодар, Россия  
e-mail: [helen.krasnodar@mail.ru](mailto:helen.krasnodar@mail.ru)

**KLEMENTYEVA Elena Valeryevna**,  
Candidate for Doctorate in Philology, Associate  
Professor at the Chair of Russian and Foreign Languages  
and Literature, Krasnodar State University of Culture and  
Arts . Krasnodar. Russia  
e-mail: [helen.krasnodar@mail.ru](mailto:helen.krasnodar@mail.ru)

## АДАПТАЦИЯ ИНОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

## FOREIGN LOANWORDS: ADAPTATION TO THE RUSSIAN LANGUAGE

Статья посвящена изучению лингвистического явления «заимствование» и его механизмам. Автором рассмотрены разные виды адаптации слова (фонологическая, лексическая, грамматическая, семантическая). Изучены основные способы введения иноязычных слов в текст. Исследованы природа заимствования и причины этого процесса. Рассмотрены примеры заимствованных русским языком слов.

The paper explored a language phenomenon “a loanword” and examined procedures of adopting them. The author considered various ways of word’ adaptation (phonetic or lexical ones, or grammatical or semantic ones). The study described general procedures of introducing loanwords to the context, and explored the origins of adapting as well as factors having entailed an adoption procedure. The study considered the samples of loanwords adopted by the Russian language.

**Ключевые слова:** заимствование, адаптация, языковое сознание, перевод, транскрипция, транслитерация.

**Key words:** loanword, adaptation, language consciousness, translation, transcription, transliteration.

Заимствование – явление, объективно выступающее одним из компонентов динамики языка. Термином «заимствование» обычно обозначают как элемент чужого языка (слово, морфему, синтаксическую конструкцию), так и процесс вхождения этого элемента в принимающий язык (язык-рецептор, реципиент, автохтонный язык). Наиболее активно заимствование происходит на уровне лексики, непосредственно связанном с отображением в языке внешнего и внутреннего мира человека. Обычно причинами заимствования оказываются необходимость обозначения реалий, доселе неизвестных носителям языка-реципиента, или замены исконного словосочетания одной лексемой – как следствие стремления к экономии языковых средств. Иногда причины заимствований затруднительно определить – не в последнюю очередь из-за переплетения и взаимовлияния разнообразных факторов, среди которых можно назвать и «языковую моду» – как «крайнее проявление вкуса» [1, с. 24–25]. Однако вряд ли какая-то мода возникает сама по себе – напротив, модные нововведения всячески поощряются заинтересованными лицами или группами. В определенном смысле мода на употребление заимствованных слов подобна тяге к использованию иностранных языков в качестве средства общения в некоторых сферах употребления взамен родного (автохтонного) языка. Эта тенденция у разных народов и в разные исторические эпохи находила различные выражения, обусловленные в каждом случае конкретными причинами (в основном политического или конфессионального свойства), и известна с древнейших времен. Не существует языка, в котором не было бы никаких заимствований.

Помимо моды, сегодня можно назвать следующие наиболее актуальные причины иноязычных заимствований и возникновения новых слов: 1) как наименования новой реалии, нового предмета, нового понятия, появившегося в общественной жизни (**маркетинг, паблисити, брэнд**); 2) обозначают явления, которые и ранее присутствовали в жизни общества, но не имели соответствующего обозначения, так как их существование замалчивалось. Это слова типа **мафия, рэкет, отказник** (тот, кто отказывается от исполнения своих обязанностей, в частности, от службы в армии); 3) новое слово является более удобным обозначением того, что прежде называлось при помощи словосочетания: **рейтинг** – положение фирмы, политического деятеля, передачи в списке себе подобных; **имидж** – образ «себя», который создает тележурналист, политический деятель, фотомодель и др.; 4) возникают в результате необходимости подчеркнуть частичное изменение социальной роли предмета в меняющемся социуме: **офис** – контора, служебное помещение, **сбербанк** – прежде сберкасса; 5) заимствование новых слов обусловлено влиянием иностранной культуры, науки, техники; 6) народная, или ложная, этимология – искажение внешнего облика заимствованного слова, подгонка его под уже известное в языке слово [5, с. 98]. Например, немецкое слово **Werlchstatt** «мастерская» и русское слово **верстак** [6, с. 55–56].

Истоки «престижности» конкретного иностранного языка, как и иноязычных вкраплений-варваризмов, могут объясняться по-разному. Ранее небезосновательно говорилось об «облагороженности» «ученой» книжной лексики, сообразной престижу социальных структур [2, с. 45–

46], о иерархически высоком стилистическом значении иностранных заимствований – например, романо-германских в русском – как соотносимом с языком-источником и определяемом отношением к самому этому языку [3, с. 498]. Сегодня кажется более правильным исходить из представлений не столько о степени авторитетности языка-источника, сколько о престиже – подлинном или мнимом, поддерживаемом разнообразными пропагандистскими усилиями – страны, в которой он функционирует как основной и/или государственный; об уровне ее экономического развития, способности влиять на международные политические процессы и т.д.

Для того, чтобы произошло заимствование, необходимо наличие определенного рода психологических предпосылок, настроя этносоциума, программирования его языкового сознания и восприятия. Готовность языкового коллектива к заимствованию, психологический настрой носителей языка – потенциального реципиента лингвисты предлагают обозначать такими терминами, как аллолингвомания, аллолингвофилия, языковая лояльность, аллолингволяльность, то есть терпимость к не своему в языке (аллолингвотолерантность), причем даже в том случае, когда в заимствовании нет острой необходимости; свое логическое завершение подобная языковая лояльность (точнее, может быть, даже гиперлояльность) находит в макаронизации языка и в других формах национально-языкового нигилизма. Справедливо также, что питательной средой для аллолингвофобии (традиционно обозначаемой термином «пуризм») «является достигнутый и устоявшийся уровень национального самосознания или же его рост либо всплески в связи с различными социально-политическими обстоятельствами» [4, с. 178].

Существует три основных способа введения иноязычного слова в текст: 1) перевод – передача с помощью уже существующих слов на основе смыслового соответствия; 2) транскрипция – передача звуков или начертания чужого языка системой звуков или начертаний русского языка. По правильности транскрипции иностранных слов можно судить о культурном уровне человека; 3) транслитерация – передача только звуков. То есть, если имя драматурга Шекспира перевести на русский язык с помощью транслитерации, то оно будет звучать *Уильям*, а если это сделать с помощью транскрипции, то – *Вильям*, аналогично – имя *Ватсон* и *Уотсон* в разных переводах рассказов о Шерлоке Холмсе А. Конан Дойла. Акронимы и аббревиатуры тоже транслитерируются: *НАТО* из *NATO* [7, с. 27–28].

Попадая из одного языка в другой, слово если не отчуждается, то проходит некоторую адаптацию, приживается. Происходить это может на любом уровне языка. Рассмотрим их.

#### Фонологическая адаптация слова

Если при заимствовании происходит адаптация слова к фонетической системе заимствующего языка, то отсутствующие в ней звуки заменяются на наиболее близкие. Эта адаптация может происходить постепенно: иногда иноязычные слова в течение некоторого времени сохраняют в своем произношении звуки, отсутствующие в данном языке. Например, в заимствованных из французского языка немецких словах *Chance, Restorant* оба слова произносятся «на французский манер», то есть с носовым гласным. В заимствованном из того же французского языка русском слове *жюри* также произносится отсутствующий в русском языке звук (ж'). В слове *резюме* перед конечным орфографическим *е* произносится согласный звук, промежуточный между (м) и (м'); это так называемое третье смягчение. Ещё недавно аналогичный звук произносился, например, в слове *кафе*; сейчас в этом слове, как и во многих других, пришедших из французского ранее (*пенсне, кашне* и т.п.), произносится твердый согласный.

Следующий этап этого процесса освоения иностранного слова состоит в замене твердых согласных перед орфографическим *е* на мягкие. С твердым согласным произносятся, например, слова *декольте, фонема, тембр, темп* и т.п.; с мягкими – более «освоенные» русским языком слова *тема, декрет, рейс, театр, телефон, сейф, сессия, бассейн* и т.п. Многие слова допускают колебания в произношении (то есть находятся «на полпути»): *компьютер, декан, майонез, тент* и т.п.

#### Лексическая и грамматическая адаптация слова

Если лексика – это совокупность всех слов, словарный состав языка, а слово – это комплекс звуков, обладающий самостоятельным значением, то, как пишет А.В. Калинин, «лексическим освоенным иноязычное слово можно считать тогда, когда оно называет явление, предмет, понятие, свойственное нашей русской жизни, когда в значении его не остается ничего, что указывало бы на его иноязычное происхождение». Другими словами, когда мы говорим слово *кашне*, мы еще осознаем, что это слово перешло из французского языка, но когда используем слово *пальто*, мы и не подозреваем, что оно из того же языка, до такой степени оно обрусело [5, с. 21].

#### Грамматическая адаптация слова

Характер (морфологической) грамматической адаптации зависит от того, насколько внешний облик заимствованного слова соответствует морфологическим моделям заимствующего

щего языка. Такие слова, как **спорт** или **вокзал**, легко вошли в русский язык, сразу попав в морфологический класс слов мужского рода второго склонения (слова типа **стол**, **дом**). Но, например, слово **шампунь**, попав в русский язык, не сразу приобрело устойчивую категорию рода, имея в качестве образца как слова мужского рода (типа **конь**, **огонь**), так и слова женского рода (типа **дрянь**, **попынь**); соответственно, формой творительного падежа было как **шампунем**, так и **шампунью** (впоследствии за этим словом закрепился мужской род). Именно в силу существования мощного механизма уподобления имеющимся моделям такое сопротивление со стороны русского языка встречает предписываемый нормой пресловутый мужской род слова **кофе**, которое автоматически уподобляется словам среднего рода (типа **поле**, **горе**).

Слова греческого происхождения на **-ма** (такие как **проблема** или **система**) в русском языке относятся к женскому роду, так как конечное **-а**, бывшее в греческом языке частью основы, трактуется как окончание, присущее в русском языке словам женского рода [8, с. 57–58].

*Из потока иностранных слов, наводняющего язык в эпохи социальных и научно-технических потрясений, удерживается лишь некоторая часть. Процесс адаптации иноязычных слов, управляемый, как и все языковые процессы, прежде всего, внутриязыковыми факторами, до какой-то степени может регулироваться и экстралингвистическими силами. По крайней мере, возможности вмешательства человека и общества в этот процесс больше, чем в том случае, когда речь идет о фонетических и в особенности грамматических изменениях.*

#### Семантическая адаптация слова

При семантической адаптации заимствованное слово входит в ряд понятий русского языка. Многие термины из разных сфер нашей жизни являются не русскими словами. Таковы экономические термины: **акция**, **дивиденд**; предметы одежды: **панталоны**, **пиджак**, **пальто**.

Семантически освоенные слова бывают двух видов. Слова-экзотизмы – это лексические единицы чужого языка, термины, обозначающие понятия и предметы, не свойственные нашей жизни. Здесь также можно привести в пример одежду: **сомбреро**, **сари**, **паранджа**. Русские не носят этих предметов одежды, но в языке эти слова существуют. В.Г. Костомаров в ряду примеров приводит японский обряд самоубийства **харакори**. В русской жизни нет такого обряда, но как понятие слово **харакори** в нашем языке существует. Таковы экзотизмы, которые называются также этнографизмами, или безэквивалентной лексикой [9, с. 49–56]. Слова-варваризмы – это слова, которые пришли в наш язык при наличии в нашей жизни тех предметов, которые эти слова обозначают. Так, вместо **извините** мы говорим **пardon** или **сорри**. Варваризмы чаще всего встречаются в художественной литературе и, кроме словаря Д.С. Ушакова, никакими другими словарями не фиксируются.

Иноплеменные слова (как называл их К. Чуковский) могут менять свое значение. А.В. Калинин приводит примеры: греческое слово **диата** «образ жизни» стало русским словом **диета** «режим питания», французское слово **пигеон** «голубь» стало русским словом **пижон**. Некоторые слова сохраняют свои значения, но не все. Французское слово **bouton** 1) «бутон», 2) «почка», 3) «пуговица», 4) «ручка двери», став русским словом, сохранило только одно значение – «бутон».

Ю.И. Сафонова утверждает: «В отдельных случаях написание недавно заимствованного слова будет варьироваться, особенно в том случае, когда оно транслитерировано или транскрибировано с языка, структурно не сопоставимого с русским» [10, с. 93]. Наименования газет, к примеру, не переводятся, а даются либо в транскрипции, либо, при условии, что издание известно, без перевода на языке источника. Если название двойное, то второе слово пишется с прописной буквы: «**Нью-Йорк таймс**», «**Дейли экспресс**». Склонять названия не рекомендуется. А вот названия иноязычных информационных агентств пишутся с прописной буквы: **агентство Юнайтед Пресс Интернешнл**, **агентство Франс Пресс**.

Есть особенности написания аббревиатур, образованных из названий иноязычного алфавита. Первая буква всегда прописная, название соединяется дефисом: **Си-эн-эн**, **Би-би-си**. Для точности в скобках можно упомянуть название на иностранном языке. То же самое следует делать с названиями малоизвестных компаний и фирм. Поэтому лучше написать **Xerox**, чем потом компания будет в судебном порядке выяснять отношения за неправильное написание ее названия. А марки машин или названия фирм, их производящих, пишутся и кириллицей, и на языке источника: **Вольво** и **Volvo**. Ю. Сафонова советует писать латиницей некоторые междunarодные реалии, как, например, **duty-free**. Большие трудности вызывают компьютерные термины. Признана правильность дефисного написания с частью **Web**: **Web-страница**, **Web-сайт**, **Web-сервис** (не **WEB**-). Написания типа **IBM-совместимый**, **DOS-овский**, **Flash-память** также считаются корректными [10, с. 32].

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи. – М., 1994.
2. *Крысин Л.П.* Языковое заимствование как проблема диахронической социолингвистики // *Диахроническая социолингвистика.* – М., 1993.
3. *Успенский Б.А.* Семиотические проблемы стиля в лингвистическом освещении // *Труды по знаковым системам.* – Тарту. 1969. Вып. IV.
4. *Задорожный М.И.* Языковая лояльность и ее истоки: Л.В. Щерба и У. Вайнрайх о мотивах лексического заимствования // *Социолингвистические проблемы в разных регионах мира.* – М., 1996.
5. *Калинин А.В.* Русская лексика. – М., 1966.
6. *Калинин А.В.* Курсовая работа по русскому языку. – М., 1969.
7. *Большая советская энциклопедия / Под ред. Б.А. Введенского.* – М., 1955.
8. *Сусов И.П.* Введение в теоретическое языкознание. – М., 1987.
9. *Костомаров В.Г.* Русский язык в современном мире. – М., 1969.
10. *Сафонова Ю.И.* Как правильно писать по-русски // *Правда.* – 1999. – № 67.

### REFERENCES

1. Kostomarov V.G. *Yazykovoy vkus epokhi.* - Moscow, 1994.
2. Krysin L.P. *Yazykovoe zaimstvovanie kak problema diakhronicheskoy sotsiolingvistiki // Diakhronicheskaya sotsiolingvistika.* - Moscow, 1993.
3. Uspenskiy B.A. *Semioticheskie problemy stilya v lingvisticheskom osveshchenii // Trudy po znakovym sistemam. Tartu. 1969. Vyp. IV.*
4. Zadorozhnyy M.I. *Yazykovaya loyality i ee istoki: L.V. Shcherba i U. Vaynraykh o motivakh leksicheskogo zaimstvovaniya // Sotsiolingvisticheskie problemy v raznykh regionakh mira.* - Moscow, 1996.
5. Kalinin A.V. *Russkaya leksika.* - Moscow, 1966.
6. Kalinin A.V. *Kurosovaya rabota po russkomu yazyku.* - Moscow, 1969.
7. *Bolshaya sovetskaya entsiklopediya / Pod red. B.A. Vvedenskogo.* - Moscow, 1955.
8. Susov I.P. *Vvedenie v teoreticheskoe yazykoznanie.* - Moscow, 1987.
9. Kostomarov V.G. *Russkiy yazyk v sovremennom mire.* - Moscow, 1969.
10. Safonova YU.I. *Kak pravilno pisat po-russki. Pravda.* - 1999. - № 67.