

АКТИВНІ ПРОЦЕСИ ЛЕКСИЧНОГО ЗАПОЗИЧЕННЯ В СУЧАСНІЙ РОСІЙСЬКІЙ МОВІ

У статті розглянуто домінуючі риси процесів лексичного запозичення в сучасній російській мові: словотвірний потенціал, комунікативну адаптацію та стабілізацію семантичних варіантів іншомовних лексем. Окремо проаналізовано функціонування іншомовних слів у політичному дискурсі, що визначається тим мовленнєвим сегментом, у якому активно реалізується соціалізація запозичень, термінів і сленгізмів іншомовного походження. Встановлено функції іншомовних номінацій та чинники, які сприяють незмінній інтенсивності залучення інновацій іншомовного походження до мови-реципієнта. Дослідження виконано з огляду на загальні мовні процеси, які відбуваються в лексичній системі російської мови.

Ключові слова: лексичне запозичення, неологізм, сленгізм, семна динаміка, мова ЗМІ, медійний текст, політичний дискурс.

Лексичне запозичення, помітна активізація якого в російській мові припадає на початок ХХІ ст., залишається пріоритетним напрямом наукових досліджень. Вивчення проблематики запозичення набуває глибинної спеціалізації і водночас сприяє з'ясуванню загальних рис феномену іншомовності в російській лінгвокультурі¹.

Активні процеси лексичного запозичення в сучасній російській мові пов'язані з особливостями подальшої адаптації одиниць, які були запозичені на межі ХХ — ХХІ ст., зі специфікою входження неозапозичень до мови-реципієнта, з розгалуженням словотвірних гнізд та ланцюгів, зі змінами, які відбуваються в лексико-семантичній структурі іншомовних слів, з динамікою руху номінацій по різних мовленнєвих сферах².

Так, лексичне запозичення *пиар*, яке утворилося в російській мові на тлі англійської абрєвіатури *PR (public relations)*, активно вживалося в мас-медіа і сформувало певний прошарок різноманітних словотвірних похідних із російськими формантами, останнім часом формує численні композити, зокрема іменники з агентивним значенням, напр.: *пиар-правительство*, *пиар-проект*, *пиар-функція*, *пиар-цель*, *пиар-лига*, *пиар-фестиваль*, *пиар-дым*, *пиар-директор*, *пиар-спикер*, *пиар-советник*, *пиар-агент*, *пиар-обслуга*. Частотності набувають афіксальні похідні, які «добудовують» подальші

¹ Див.: *Маринова Е. В.* Иноязычные слова в русской речи конца XX — начала XXI века: проблемы освоения и функционирования. — М., 2008. — 495 с.; *Кадырова Л. Д.* Словообразовательный потенциал неозаимствований в современном русском языке // *Мова*. — 2014. — № 21. — С. 160–165; *Руденко О. Ю.* Неологизмы и новообразования как показатели активности иноязычности в современном русском языке // *Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского*. — Н. Новгород, 2011. — № 6. Ч. 2. Т. 2. — С. 589–592.

² Матеріалом для дослідження слугували друковані та електронні медійні тексти, інтернет-повідомлення в соціальних мережах, розмовно-побутова практика.

ланки початкового примітивного словотвірного гнізда (*пиарить/пиариться* — *пропиариться, распиарить, распиаренный*); подібні явища фіксуються і щодо лексичного запозичення *бренд/брендовый/брендовость* — *мультибрендовый, брендировать, забрендировать, брендируемый, брендированный*. Лексема *пиар* залишається актуальною номінацією в межах політичного дискурсу, у той же час слово значно розширює сферу свого використання (це економіка, шоу-бізнес, розмовно-побутова практика), збільшується коло атрибутів та дієслів, з якими вона поєднується («масштабный, невероятный, вольный, медийный, зловещный, дерзкий, грязный, изысканный, тонкий, ненавязчивый, грамотный, отличный, позитивный, блестящий, дешевый, фейковый... пиар», «организовать, задать, устраивать, обеспечить... пиар», «винить пиар», «отомстить, отплатить... пиаром»). Виходять з ужитку ситуативні визначення *пиара* як «білого, коричневого, красного»³, натомість стійкого функціонування набуває словосполучення «черный пиар», що номінує домінантну за своїми якостями технологію в політиці (пор.: «черный политехнолог»).

Щодо утворення композитів ідентичні паралелі спостерігаються з низкою інших запозичень, що з'явилися одночасно зі словом *пиар*: *фэшин-мир, фэшин-поход, фэшин-событие, фэшин-готовность; вип-ложка, вип-кабинет, вип-комната, вип-обслуживание, вип-условие, вип-школа, вип-выпускник, вип-душ, вип-чиновник, вип-пациент, вип-агитатор, вип-афера, вип-арестантка, вип-отсидевший, вип-зона*⁴, *вип-защитник*. Явище, назване першою частиною складного слова, залишається стабільним та поширеним у пострадянському соціумі, другий компонент лексеми відбиває нові вияви сьогодення.

Специфічним є використання неозапозичень у російськомовних засобах масової інформації, а саме їх тлумачення, «подання»: адресант вказує на значення слова, причину та час його появи в мові-оригіналі, надає переклад (буквальний чи дослівний), висвітлює етимологію або шляхи виникнення номінації. У процесі позичання мовою-реципієнтом іншомовних лексем різного тематичного спрямування таке «позиціонування» інновації залишається, на думку адресанта (журналіста, експерта в певній галузі), необхідним та незайвим (незважаючи на зростаючий рівень володіння адресатом іноземними мовами завдяки відомим соціально-історичним обставинам). Наприклад:

— у зазначений спосіб залучаються до політичного дискурсу запозичення *спойлер, джерримендеринг*: «Джерримендеринг по-українськи... Технологія маніпулювання виборчим процесом з метою покращення результату влади известна давно и получила название *джерримендеринг*, под которым понимается произвольная демаркация избирательных округов <...> Сам термин появился еще в 1812 г. и связан с фамилией губернатора штата Массачусетс Э. Герри... *Джерримендеринг* имеет и более широкий смысл, когда цель манипуляций — обеспечить максимальную явку своих сторонников и затруднить ее для противников» (2000. 11–17.01.2019, с. а 7); «В ход, похоже, идут кандидаты-спойлеры. *Спойлер* (англ. spoiler от spoil “портить”) — кандидат или партия, которая не имеет шансов победить на выборах, но оттягивает на себя часть голосов у другого кандидата со сход-

³ Див.: Полякова Т. М. Лексичне запозичення *пиар* у російському публіцистичному стилі // Мовознавство.— 2002.— № 4–5.— С. 68–70.

⁴ Композит характеризується розвитком багатозначності в російській мові: *вип-зона*₁ — «территория для особо важных персон» и *вип-зона*₂ — «место заключения, лагерь для вип-осужденных».

ной символикой или программой, повышая тем самым шансы на победу кандидата с противоположной позицией. Часто задачей *спойлера* (или технического кандидата) является контрпропаганда против реального кандидата... <...> И, конечно, расчет на определенное созвучие имени и фамилии с главным объектом атаки... Одной из первых *спойлерских* технологий <...> стало использование кандидатов-клонов» (2000. 25–31.01.2019, с. б 4);

— у текстах з економічною проблематикою тлумачаться терміни *аутсорсинг*, *реимбурсація*: «Два вуза ушло на баланс Минобразования, а многочисленные турбазы, санатории <...> вывели на *аутсорсинг* (*аутсорсинг* — передача определенного вида деятельности другой компании)» (2000. 24–30.03.2017, с. б 3); «Что такое *реимбурсація* лекарств <...> Больные вскоре будут получать препараты от государства новым способом <...>, будет введена *реимбурсація*, сообщили в Минздраве. В переводе это слово означает “возмещение, компенсация” <...> Пациент покупает препараты в аптеках, но платит дешевле (или совсем не платит). Остальное компенсирует государство» (Комсомольская правда в Украине. 25.03.2013, с. 16);

— у медійних повідомленнях, присвячених соціальним мережам і маніпулятивним технологіям тлумачиться номінація *бот*, яка в процесі вживання подається з новітніми та раніше утвореними словотвірними похідними, зокрема зі складними словами, утвореними з використанням власного імені (*ботоферма*, *ботовод*, *порохобот*, *блогер-порохобот*, *порохоботствовать*); на підставі загальної контекстуальної семи ‘той, хто сприяє просуванню когось або чогось’ низка номінацій об’єднується в лексико-семантичну групу («агитатор, рекламист, *пиарщик*, *бот*, *лайк-дилер*, *блогер*, ЛЮМ — лидер общественного мнения): «*Бот* — робот, общающийся в чатах, мессенджерах или других электронных системах по заложенному программистами алгоритму или при помощи искусственного интеллекта. Но сейчас этим словом в обиходе часто называют аккаунт в социальных сетях, который ведет живой человек, обрабатывающий инструкции, выданные ему работодателем <...> Политики до сих пор нанимают массу *ботов* <...>» (Вести. 23.01.2019, с. 7);

— у текст про медичні інновації подібним чином залучається термін *биохакинг*: «*Биохакинг* — система медицинских и оздоровительных практик, направленных на продление жизни и улучшение ее качества <...> Это течение пришло к нам из Кремниевой долины в США <...> Адепты этого метода стремятся буквально “взломать” биосистему человеческого организма, чтобы заставить его работать эффективнее» (Сегодня. 15.11.2018, с. 11);

— у статтях, присвячених спортивним подіям, адресат знайомиться із запозиченням *амбидекстер*: «Футболистов, одинаково хорошо играющих двумя ногами, по-научному называют *амбидекстерами*» (Сегодня. 13.11.2018, с. 12);

— у кінематографічному дискурсі використовується інноваційний термін *байопик*: «Похоже, в следующем году зрителя ожидает “волна” *байопиков* — картин о жизни известных людей» (Сегодня. 5.07.2012, с. 12);

— у телевізійних передачах із теми ветеринарії тлумачаться запозичення *груминг*, *грумер*, *тримминг*: «*Груминг* — мойка, высушивание, расчесывание, стрижка собак и кошек <...> *Грумер* почистит уши, зубы, промоет глаза, подстрижет когти, даст консультации по уходу за кожей и шерстью, порекомендует косметику и инструменты для ежедневного ухода <...> *Тримминг* — процедура периодического механического удаления шерсти (выщипывания) и др.» (TV, Киев. 19.01.2018);

— статті, що висвітлюють проблеми суспільного сервісу, наприклад в авіаційній сфері, знайомлять з іншомовними номінаціями *травелатор* і *овербукинг*: «Еще одна новинка — *травелаторы* — движущиеся дорожки,

по которым удобно идти-ехать с чемоданами. Их установили из-за длины зала ожидания нового терминала (Д) в Борисполе» (Сегодня. 29.05.2012, с. 9); «*Овербукинг*: как не остаться за бортом. *Овербукинг* в переводе с английского — сверхбронирование и в авиации означает, что на рейс продано больше билетов, чем может вместить самолет» (Вести. 13.05.2019, с. 10).

Іншомовні вкраплення мовою оригіналу (у тому числі абрєвіатурні позначення), які слугують найменуванням реалій «західного світу», що просуваються на «схід», так само функціонують у медіа із зазначеним супроводом: «Поступление на украинский рынок относительно новых автомобилей будет способствовать распространению таких услуг, как *trade-in* — обмен авто на другое с пробегом или новое из автосалона, что значительно снижает финансовую нагрузку на приобретателя» (2000. 5–11.04.2019, с. b 2); «Проведены телефонные опросы, и через пару дней будут *F2F* (англ. face to face “лицом к лицу”) <...> данные опросов по двум кандидатам в президенты <...>» (Вести. 11.04.2019, с. 4).

У цьому аспекті особливого функціонування в мові-реципієнті набуває такий різновид іншомовних слів, як екзотизми: їхнє значення нерідко висвітлюється у зв'язку з поширенням і адаптацією інокультурної реалії на східнослов'янських теренах. Таким чином, інновація разом із тлумаченням, потрапляє в категорію «звичайних» лексичних запозичень, напр.: «В сущности, что такое “*масала-чай*”? Обычный черный, куда добавляют специи во время его заваривания — кардамон, имбирь, еще несколько ингредиентов. И если считаете, что это у вас входит в моду — это отрадно» (2000. 28.04–4.05.2017, с. а 4).

Зазначене вживання неозапозичень зумовлює виклад медійного повідомлення за однотипною схемою (тобто текст «вибудовується» під лексичну інновацію): можливий прямий переклад, різнобічна характеристика явища, названого запозиченням, наведення подібних і супутніх реалій, інформація щодо адаптації нововведення на вітчизняному тлі і т. п., що супроводжується функціонуванням новостворених словотвірних похідних, варіантів лексичної сполучуваності одиниці (стійких словосполук), а з лінгвістичного погляду — висвітлює фундамент формування синонімічних рядів або лексико-семантичних груп у мові-реципієнті, розкриває передумови подальшого розвитку лексико-семантичної структури номінації. Таким чином, медійний текст набуває певної внутрішньої сили, яка дещо обмежує його лінгвістичним знаком (у нашому випадку — іншомовним словом) і водночас поєднує його з ідеальними та матеріальними речами можливого культурного всесвіту⁵.

Відмітною рисою семантичної адаптації іншомовних лексем є їх активне використання в різних мовленнєвих сферах, що спричинює трансформацію семантичної структури запозичень. Фіксуються непоодинокі випадки стабільного вживання та «осідання» одиниць у практиці політичного дискурсу — залучення іншомовних номінацій інших комунікативних сфер, так само термінів, у коло політичного лексикону набирає масштабних обертів («*бренд* политический», «*бренд* партии», «яркий сердечно-розовый *бренд*», «задать *тренд* в политике», «*дилер* демократии», «главный *провайдер* в политических аферах», «*кастинг* желающих составит список партии», «политический *перформанс*», «*римейк* спикериады», «*триллер* борьбы за евроинте-

⁵ Bozhenkova N. A., Bozhenkova R. K. Real and possible in the boundaries of the common language and cultural universe // Middle East Journ. of Scientific Research.— 2013.— Vol. 18. Iss. 4.— P. 479–482.

грацію», «экин на политическом митинге», «фэнтези-битва активистов», «фронтмен политического движения», «растерять электоральный джекпот», «клон нардепа»).

Функціонування номінацій сфери мистецтва, бізнесових структур (комерції, гральною та шоу-бізнесу), термінів природничих наук тощо в політичному дискурсі зумовлюється схожістю суб'єктів або їхньої діяльності з позиції загального сприйняття політичної реальії, намаганням адресанта влучно акцентувати на типовій рисі, яка притаманна певному явищу в політичному житті. Момент переоцінки породжує семантичні зрушення у значенні слова, сама ж «переоцінка стилістичного статусу лексики здебільшого відбувається в політичній літературі, де головним і визначальним фактором постає соціальна кваліфікація поняття»⁶. Наприклад, політична подія з різними візуальними компонентами та діями (маніпуляціями) вербально подається як *перформанс* ('гра, вистава з інсталяціями'), а копія, двійник якої-небудь особи, програми або об'єднання у сфері політики іменується *клоном* (лексема «пройшла» довгий шлях детермінологізації⁷, новітнім етапом якого є розвиток і стабільне вживання лексико-семантичного варіанта — 'технічний кандидат на політичних виборах, завданням якого є «забрати» голоси виборців у супротивника'; новий ЛСВ формує синонімічну пару із запозиченням *спойлер* та суттєво відрізняється від похідного ЛСВ 'копія; двійник', який розвинувся в російській мові внаслідок узагальнення значення біологічного терміна). Вибір кандидатів на адміністративно-державну посаду стає схожим на аналогічне дійство в кінематографі та шоу-бізнесі (цирковому, телевізійному, модельному), за певними ознаками зближуються в зовнішньому оцінюванні безпосередньо претенденти на посаду — виборчий процес сприймається як *кастинг*: «Кастинг открыт. Чем займутся в президентскую кампанию отборные политические клоуны» (Деловая столица. 20.08.2018, с. 2).

Запозичення *тренд*, яке увійшло в російську розмовну практику в 90-ті роки ХХ ст., передусім функціонувало у сфері модельного бізнесу, торгівлі та реклами: достатньо згадати іронічний вираз «*тренд опережает бренд*», який засвідчує неприродну соціально-економічну ситуацію, що склалася в перше пострадянське десятиліття, коли попит на товари народного вжитку випереджав їхню рекламу — популяризацію торгівельного знака (*бренду*). Частотний вираз «*тренд сезона*» (сучасне похідне — «*антитренд /сезона/*») вживався насамперед у сфері моди і реклами, номінація *тренд* мала значення 'попит', 'актуальність', 'провідна, модна/ тенденція'. Відкритий та чітко не визначений перелік сем у структурі слова зазнавав варіювання залежно від контексту і провокував подальше узагальнення його значення. Частотне залучення номінації в інші мовленнєві сфери — політику, економіку, бізнес, соціологію, науку в цілому — сформувало стійкий семантичний варіант 'тенденція', хоча первісне підґрунтя перерахованих сем подекуди контекстуально реалізується і сьогодні, саме ж запозичення однаково активно функціонує в різних комунікативних сферах, зокрема і в публіцистиці.

Запозичення *тренд* не є абсолютним синонімом до слова «тенденция» і не дублює його номінативної функції, практичний аналіз використання

⁶ Лексика русского литературного языка XIX — начала XX века / Отв. ред. чл.-корр. АН СССР Ф. П. Филин. — М., 1981. — С. 278.

⁷ Полякова Т. М. Атака клонов: научно-технический прогресс и детерминализация заимствований // Система і структура східнослов'янських мов: Зб. наук. праць. — К., 2005. — С. 240–246.

номінації свідчить, що лексема заміщує словосполучення «ведущая тенденция», таке значення зафіксовано і в тлумачному словнику російської мови: «*тренд* [англ. trend — тенденция, уклон]. Книжн. Преобладающая тенденция, направление развития, течения чего-л. (общественного мнения, моды и т. п.). *Тренд в политике. Тренд в зимней одежде*»⁸ (стисле позначення, що відповідає описовому — один із чинників запозичення іншомовних інновацій мовою-реципієнтом; однослівна номінація *тренд*, яка за своїм значенням ідентична словосполученню ‘провідна тенденція’, усуває можливе «нагромадження» атрибутів, оскільки лексема зазвичай уживається з визначеннями «общий, общеевропейский, общенациональный, глобальный, мировой, новый, контентно-креативный...» і навіть «модный», що є певною мірою тавтологією).

Наведемо деякі ілюстрації: «*Тренд*, когда в политику приходят люди не из политических кругов, весьма интересен» (Вести. 12.06.2019, с. 5), «Повышение пенсионного возраста — общеевропейский *тренд*» (2000. 21–27.04.2017, с. а 17), «Рынок жилой недвижимости существенно не поменяется <...> Некоторые собственники попытаются поднять цены. Но вряд ли это станет общим *трендом*» (Вести. 24.01.2019, с. 5), «Средний уровень IQ жителей развитых стран неуклонно снижается <...> Норвежские ученые выдвинули несколько гипотез, которые способны объяснить этот *тренд*» (Итоги недели. 3–9.10.2018, с. 9), «Новый *тренд* нашей науки — ученый-предприниматель» (2000. 1–7.06.2012, с. б 4).

Вислів «бути в *тренде*», який реалізує значення ‘бути актуальним; таким, якому віддається перевага’, ‘відповідати поточним тенденціям’ (рос. «находиться на гребне волны»), є частотним номінативним засобом при висвітленні сукупності рис та подій сучасного політичного життя: «В *тренде* — продвижение /политических/ кандидатов в соцсетях» (TV, 112 Україна. Новости прайм. 5.04.2019), «В *тренде* было предложение от группы “Видрождения”: созвать встречу новоизбранного президента с лидерами фракций» (Вести. 14.05.2019, с. 4). Водночас зберігається активізація використання слова у мові представників шоу-бізнеса, молоді (відповідного вікового чи фахового об’єднання людей зі своїм регістром спілкування), наприклад, у висловленні «Я хочу быть всегда в *тренде*» воно набуває нових відтінків значення — тобто «/хочу/ быть современным, продвинутым», а також у розмовній практиці з широким тематичним спектром: «— То, о чем ты говоришь, в Украине сегодня не в *тренде* (дискусія з питань культури, освіти, історичних зв’язків між східнослов’янськими народами. — Т. П.)» (2000. 21–27.12.2018, с. а 7).

Політичний дискурс відбиває інноваційну динаміку у сфері геополітики, державних трансформацій, маніпулятивних технологій, інформаційних зв’язків (у тому числі політичних діячів з громадськістю), відповідно вербальним маркером перерахованих і взаємопов’язаних процесів є численні явища в сучасній російській мові: актуалізація префіксальних формантів («анти-, про-»), розвиток нових лексико-семантичних варіантів у певній кількості загальноживаних номінацій («майдан, карусель, сетка, туннель, вата/ватный/ватник, фронтовик»), активізація жаргонізмів і арготизмів («хухма, шухер, шулерство, обратка, договорняк»), розмовних слів і детермінологізованої лексики («фишка/фишечка, финт»), «розквіт» оказіонального словотворення та слововживання («еврофилы, томосоносец, кенгурация,

⁸ Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов.— СПб., 2000.— С. 1342.

фейкмоб, клондайк)), використання іншомовних слів у різних мовленнєвих сферах. Цікавим і частотним прикладом останнього є функціонування сленгу іншомовного походження — молодіжного, комп'ютерного, професійно-музичного тощо.

Сленгізми, які народжуються здебільшого в молодіжному мовленні і які емоційно відбивають стиль життя індивіда, його менталітет, особливості взаємодії з навколишнім світом, знедавна широко використовуються в практиці політичного дискурсу. Адресант (журналіст, співрозмовник відповідного профілю в інформаційно-політичній студії) активно вживає жаргонно-сленгові лексичні елементи, тим самим наголошуючи на особливостях сучасної політики, визначаючи її рівень, а також рівень її учасників.

Так, англійське слово *фрик*, термін психіатричної сфери та номінація молодіжної субкультури (англ. freak 'потвора, чудна людина, дивак'), окрім функціонування у сфері шоу-бізнесу і молодіжному середовищі (*фрик-шоу, фрик-експерт, фрик-фабрика*), використовується в текстах політичної тематики, в яких реалізує значення 'людина, що порушує норми поведінки в суспільстві або відмовляється від соціальних стереотипів, має неординарне світосприйняття'. Англіцизм, як влучне та експресивне визначення особи, характеризує політичних фігури, представників суспільно-політичних рухів з урахуванням їхніх політичних амбіцій, способів реалізації їхніх прагнень, загальної манери власного позиціонування і т. п., напр.: «Банковая заинтересована в том, чтобы протестная активность в Украине ассоциировалась с кучкой *национал-фриков*» (Сегодня. 11.07.2012, с. 3), «Относиться к националистам как к политическим *фрикам*» (TV, ZIK. Народ проти. 11.05.2019).

Не менш популярними на позначення дій політиків-конкурентів, політичних систем і режимів стають лексеми *троллити* ('глузувати, дразнити, провокувати') та *троллинг*, англомовні сленгізми, утворені від дієслова *troll* із широким семантичним спектром номінування дій різного характеру в мові-оригіналі (від 'виспівувати; швидко проговорювати' до 'ловлі риби на живця'). У політичній мовленнєвій практиці зазвичай вживаються висловлення «жестко *троллити*», «*троллинг* власти», «в стиле *троллинга*», «тонкий *троллинг*», «популизм *троллинга*», напр.: «Пять тактик для оппозиции: от *троллинга* власти до взятия измором <...> Тогда было мощное сопротивление, а сейчас народ рассредоточился по разным площадкам, но дразнить, или, как сейчас говорят, "*троллить*" власть по выходным, молодежи может понравиться» (Сегодня. 31.12.2013, с. 3), «— Не думаю, что политик серьезно относится к проекту "большой Европы", скорее рассматривает эту тему и безвизовый режим как предмет для *троллинга* брюссельцев» (2000. 17–23.01.2014, с. f 7), «Нераскрывшееся кольцо на открытии Олимпиады–2016, символизирующее Америку, — какой тонкий *троллинг!*» (Сегодня. 30.12.2016, с. 4).

Сленгізм *фейк* ('обман; дезінформація') номінує неправдиві факти, вигадані історії, що подаються в ЗМІ та в соціальних мережах (близький за значенням журналістський термін «джинса», який означає умисно приховану рекламу або антирекламу, подану як авторський матеріал). *Фейки* — невід'ємний атрибут політичної динаміки ХХІ ст., висока частотність уживання лексеми свідчить про новий складник технології «чорного пиара» (навмисного розповсюдження дезінформації), яка діє в суспільно-політичній сфері, у сегментах, які підпадають під адміністративно-державне керування. Наприклад: «Затем в Минобороны заявили, что все фото и видеосвидетельства не более, чем *фейк*, подделка и провокация» (2000. 18–24.04.2014, с. b 8), «Из бурного потока новостей о нашей стране, отсеивая несущественные,

откровенные *фейки* или явно заказные публикации (к сожалению, “джинсой” и дезинформацией грешат как друзья, так и недруги Украины), мы отбираем лишь самые актуальные и информативные» (2000. 1–7.03.2019, с. а 6).

Низку сленгізмів, які функціонують у політичному дискурсі, можна продовжити такими лексемами, як *лузер* (англ., жарг. ‘невдаха; той, хто завжди програє, хто не спроможний подолати труднощі’), *драйв* (англ., муз., жарг. ‘запал, енергія, швидкий рух, виконання чогось у прискореному ритмі’), *гуглить* (англ., комп., сленг. ‘шукати інформацію за допомогою пошукової системи Google або іншого аналогічного засобу в інтернеті’), *лайки/дизлайки* (англ., комп., сленг. ‘позитивна/негативна оцінка когось або чогось у соціальних мережах’), *лайкать* (англ., комп., сленг. ‘віддавати перевагу комусь у програмах інтернет-спілкування; натискати кнопку like’), *баттл/батл* (англ., муз., сленг. ‘змагання двох виконавців у жанрі реп за допомогою спеціального римовіршування’), *трэш* (англ., жарг. ‘що-небудь неактуальне, неестетичне; непотріб’), *хайп* (англ. NYIP і хуре, фінан., комп., сленг. ‘галас, ажіотаж довкола когось або чогось несуттєвого’), *хайпить* (‘активно рекламувати’, *пиарить*), *хайпануть* (‘справити надзвичайне враження’; ‘змусити говорити про себе’; «быть в тренде»), «раздуть *хайп*» (‘здійняти галас’), «ловить *хайп*» (‘спіймати вдалий момент для особистого піару, позиціонування, популярності, створити інформаційний гамір, орієнтований на позитивну оцінку’). Інформаційно-медійний простір із серйозною політичною проблематикою наповнюється відповідними виразами: «выглядеть *лузером* в лице потенциальных избирателей» (2000. 24–30.05.2019, с. а 3), «старые кадры пропустили момент, когда молодые *загуглили* что и кто почем и нашли... урны для голосования» (Вести. 4.04.2019, с. 4), «в политике — эпоха борьбы за *лайки*» (Сегодня. 21.05.2019, с. 3), «список кандидатов на сайте партии снабдили функцией *лайков* и *дизлайков*» (2000. 5–11.07.2019, с. а 6), «депутат просит однопартийцев *лайкать* его сообщения» (2000. 17–23.01.2014, с. f 6), «избирательный *баттл*», «политические дебаты стали рэперским *батлом*» (2000. 12–18.04.2014, с. а 8; 26.04–2.05.2019, с. а 6), «это будет *баттл* между старыми политтехнологиями и новыми коммуникативными фишками» (Вести. 1.07.2019, с. 5), «лидер “радикалов” решил по максимуму “ловить *хайп*” на первых днях работы президента» (Вести. 27.05.2019, с. 4).

На думку деяких лінгвістів, сьогодні можна спостерігати, з одного боку, експансію сленгу в усі сфери людської діяльності, з другого, — демократизацію публіцистичного стилю та зсув нормативних меж масової комунікації, перенасичення мови ЗМІ запозиченнями. Обидва процеси пов’язані з новітніми інформаційними технологіями, які докорінно змінюють існуючу картину світу, впливають на інформаційно-мовну культуру⁹.

Певному шару одиниць розглянутої категорії притаманне ситуативне вживання, коли необхідність використання сленгізмів зумовлюється екстраординарною подією, а не специфікою мовленнєвої поведінки адресанта чи медіа-джерела, напр.: «попытка заигрывания президента с молодежной аудиторией, начавшаяся с обращения к ней на президентских страницах в соцсетях сленговыми словечками *гайз* и *френды*» (2000. 19–25.04.2019, с. а 7) (*гайз/гайс* — англ., сленг. множ. ‘хлопці’; *френд* — англ., сленг. ‘друг, приятель’).

⁹ *Егошина Н. Б.* Употребление сленгизмов в СМИ как результат лексического заимствования // Изв. высш. учеб. заведений. Сер. «Гуманитарные науки». — 2013. — Т. 4. Вып. 2. — С. 103.

На словотвірному рівні адаптації іншомовних лексем відбуваються процеси словоскладання, дооформлення дієслів на російському ґрунті (*гуґл* → *гуґлить*, *лайки* → *лайкать*, *троллинг* → *троллить*, *тюнинг* → *тюнинговать*, *селфи* → *селфить*), частотним є утворення прикметників від запозичень різних мовленнєвих сфер (*трендовый*, *фэнтезийный*, *фейсбучный*, *спойлерский*, *фейковый* — «*фейковые* цитаты/разговоры»): калькуванням є безпосередньо словосполука «*фейковые новости*»/*fake news*), запозичення *селфи* та *лайки* (→ *лайкать*) утворили в російській мові дієприкметники *селфящийся* («той, хто робить селфі»), *залайканный* («той, на чию адресу надходить велика кількість повідомлень із позначкою «подобается»»).

На лексико-семантичному рівні освоєння іншомовних слів актуальними залишаються процеси розширення та узагальнення значень одиниць з можливою подальшою спеціалізацією окремих ЛСВ. Російські лексеми, неозапозичення і лексика, що увійшла до складу російської мови до ХХІ ст., утворюють синтагматичні та парадигматичні зв'язки різного характеру. Наприклад, парадигму семантично однорідних одиниць формують номінації «*фейк*, *джинса*, *вброс*» або «*пиар*, *пропаганда*, *хайп*, *реклама*», які в той же час протиставлені за своїми диференційними семами.

Отже, спираючись на дані проведеного дослідження, слід відзначити, що лексичне запозичення в сучасній російській мові має такі тенденції: збільшується потік іншомовних інновацій; подання неозапозичень у медіа за своїми описовими (тлумачними) характеристиками може слугувати корисним матеріалом при укладанні «Словників нових слів»; неозапозичення і лексика, що була залучена в російську мову на зламі ХХ — ХХІ ст., зазнають подальшої адаптації на словотвірному, семантичному і комунікативному рівнях. У цьому аспекті відкритості набуває політичний дискурс, у якому стала цілком природною соціалізація термінів, сленгізмів, розмовних лексичних елементів (у тому числі іншомовного походження), що приводить до змішування стилів і жанрів дискурсивної практики. Провідними функціями лексичних запозичень є номінативна, культурно-пізнавальна і когнітивно-прагматична. Активні процеси лексичного запозичення в російській мові підтримуються новими соціокультурними умовами, що склалися в пострадянський період і пов'язані з технологічними досягненнями, які мають міжнаціональний характер.

Т. М. POLYAKOVA

ACTIVE PROCESSES OF LEXICAL BORROWING IN THE MODERN RUSSIAN LANGUAGE

The article deals with major features of lexical borrowing processes in the modern Russian language: word forming potential, communicative adaptation and stabilization of semantic variants of foreign lexemes. A separate attention is focused on the analysis of functioning of foreign lexemes in the political discourse, determined by the language segment in which the socialization of borrowings, terms and slangisms of foreign origin is being actively realized. The functions of foreign language nominations and circumstances, which cause stable intensity of drawing innovations of foreign origin into the language-recipient, have been singled out.

The heuristic value of the investigation consists in its providing a possibility for theoretical interpretation of general processes taking place in Russian at its lexical and derivative levels as well as widening knowledge about lexico-semantic and derivative changes in the microsystem of lexical borrowings. Results obtained by the author are relevant for a further study of influence of language factors upon society and vice versa.

Keywords: lexical borrowing, neologism, slangism, seme dynamics, Mass Media language, Media text, political discourse.