

Рыбин В. В.

чл.- корр. Петровской академии наук и искусств (ПАНИ)  
ООО «Русболт»



## ТЕРМИНООБРАЗОВАНИЕ ВТОРЫМ И ТРЕТЬИМ СПОСОБАМИ

Вторым способом словообразования мы решили считать\* перевод иноязычного слова целиком, либо по частям, либо только одной части. Иногда этот способ называют «зеркалом» или «калькой». Грань между переводом слова и образованием нового слова очень размыта, поэтому явных примеров немного. Перевод целиком — «мышь» (компьютерная), перевод по частям — «небоскрёб» (фр. *gratte-ciel*, англ. *skyscraper*), одной же части — «антитело» (фр. *anticorps*).

Вспомним названия российских стандартов на заклёпки (к примеру ГОСТ Р ИСО 14588–2005 Заклёпки «слепые». Термины и определения). Там вводится термин «слепые» заклёпки с переводом соответствующего английского слова *blind*. При этом опрос на сайте нашего журнала выявил предпочтительное название этих заклёпок — «вытяжные заклёпки». Среди других вариантов названий данного крепёжного элемента были варианты также характеризующие процесс установки (тяговая, безударная, для односторонней установки) и вариант с описанием конструкции (стержневая).



А вот термин «контргайка» нельзя отнести ко второму способу словообразования, поскольку нет перевода части слова. Третий способ словообразования — изменение чужого слова на русский лад — богат как на примеры, так и на рассуждения. Явные примеры — «шайба» и «штанга» (а не «шайбе» и «штанге», как по-немецки), «фланец» а не «фланш» (нем. *Flansch*).

Сомнительные примеры — применение слов не по назначению. Например, «шваль» (фр. «конь»), «шантрапа» (фр. «не запоёт»), «бодяга» (исп. «бодега» — продуктовая лавка). Также неявно можно отнести к третьему способу добавление русских приставок, суффиксов и окончаний к заимствованному корню. Ладно, «погуглить» и «забанить», «порулить» и «развальцевать» можно счесть уже русскими словами, потому что заимствован только корень.

Но увы, в нашем языке очень много примеров глупого и нелепого нагромождения суффиксов, приставок и окончаний из разных языков, повторяющих друг друга по смыслу и похожих скорее на умышленное издевательство над русским языком и над здравым смыслом. Чтобы уберечь коллег-крепёжников от таких ошибок, хотелось бы рассмотреть их чуть подробнее.

Чаще всего встречается включение в корень слова французского суффикса *-аль*, делающего из существительного прилагательное. Например: «пье» — стопа, «педаль» — «стопный», «к стопе относящийся». Слово «педальный» в переводе по частям означает «стопныйный». Также «криминальный» — «преступныйный», «спиральный» — «катушечныйный» или «витковыйый» и т. д.

Лучший способ избежать нелепой ошибки — воздержаться от заимствования и употребить своё родное слово. Но уж если не получается, то суффикс *-ный* прибавлять к заимствованному корню, а не к корню с таким же суффиксом.

Хотелось бы напомнить читателю о круглой дате: 10.10.2018 исполнилось 100 лет свердловской реформе русского правописания. Поскольку все крепёжники пользуются письменным русским языком, им будет весьма любопытно прочесть большую статью об этой реформе «Дело Свердлова живёт и побеждает», опубликованную, например, здесь [http://ruskline.ru/news\\_rl/2018/10/10/delo\\_sverdlova\\_zhivet\\_i\\_pobezhdaet/](http://ruskline.ru/news_rl/2018/10/10/delo_sverdlova_zhivet_i_pobezhdaet/)

Многие утверждают, что иноязычные слова приживаются в русском языке и в русской терминологии потому, что они короче. Во-первых, это совсем не так, часто короткое русское слово вытесняется более длинным заимствованным (упрёк — претензия, недра — ресурсы, спирт — алкоголь, итог — результат и т. д.). Во-вторых, включение в слово с иноязычным корнем совершенно избыточных суффиксов, зачастую из разных языков в одно слово, говорит об отсутствии стремления сократить слово.

В заключение позволю себе повторить, что заимствование языком иноязычных слов началось с 1917 года и обычаем русского языка не является. Это подтверждено исследованиями многих советских учёных-

\* Статья «Способы словообразования» была опубликована в № 1/2018.

лингвистов. Ещё Пушкин писал, что заимствованные слова попадают в нашу речь от лености нашего ума. Приведённые выше примеры и рассуждения, а также другие вызывающие насмешки иностранцев над «глупыми русскими» примеры неразумного употребления заимствованных слов показывают, что **мы думаем только над родными словами, а иноязычные слова применяем бездумно**. То есть **размывание русской речи, в том числе профессиональной, иноязычными заимствованиями, отучает нас думать**. Кому-то это нужно, но не нам.

Хаос в русской терминологии, в том числе крепёжной, на мой взгляд, явился итогом целенаправленного воздействия для нанесения урона России — русской экономике, русскому языку, русскому мировоззрению. Наша задача — в борьбе за свои интересы смело создавать свои короткие, однозначные и ясные крепёжные термины, преимущественно на русских корнесловах, и дружно их применять в нашей повседневной деятельности. Все возможности для решения этой патриотической, творческой и увлекательной задачи у нас есть. Необходимость её решения назрела.



*Из писем читателей в рубрику «Терминология»*

### УРОК ИНОСТРАННОГО

Так уж случилось, что всё новое, идущее к нам из-за границы, насыщено иноязычными терминами. Так происходит не всегда, но в большинстве случаев. Само по себе, ничего плохого в этом нет. Ужасно другое, а именно то, что колоссальное количество иноязычных терминов, словно волной прибывающих к нашему берегу, поднимается и принимается. Иначе говоря, отказываясь подумать, мы ничего другого не придумаем, как взять то, что нам предлагают. Казалось бы, ничего страшного в этом нет, какая разница, так действительно и проще, и понятнее. Я и сам так же считал, пока не познакомился с данной рубрикой.

Возьмусь провести параллель между уроком английского и внедрением нового западного веяния, ну, например, «маркетинга». Что происходит на уроке? Преподаватель даёт нам знания, учит новым словам и их словообразованию. В случае с маркетингом, человек, впервые рассказывающий о нём в каком-либо обществе, выступает тем же учителем, который аналогичным образом даёт знания, рассказывает о неизвестных словах. Вот только дальше происходит сбой, люди, наслушавшись информации о маркетинге, идут в массы и начинают вещать вновь выученные термины, зачастую козыряя ими, как французскими выражениями в приличном обществе имперской России. Но ученики же, слушавшие учителя иностранного языка, в отличие от первых, не бегут к своим друзьям, родителям и не выдают им на слух всё заученное. Они мирно живут со своими знаниями и применяют их лишь в специальных кругах, таких, как учебный класс или при общении с носителями преподаваемого наречия. В противном случае их просто-напросто не поймут.

В итоге мы получаем то, что имеем. Повсеместное внедрение иностранных терминов, оскудение, даже не стагнация, русского языка и замещение русских слов заимствованиями. Сознательно это происходит или

нет, ведут ли против нас языковую борьбу, я утверждать не берусь. Но уж очень замечательно вписывается идея о том, что кто-то там за бугром, размышляя, каким образом подчинить себе мир, нашёл очень действенное и совершенно простое оружие, когда сама цель, мы — люди, самостоятельно транслируем чужие идеи и ставим себя на колени.

### ТЕРМИНОЛОГИЯ В МАРКЕТИНГЕ

Говоря о маркетинге в рамках данной рубрики, мне эта тема представляется как большой такой пирог, напичканный иноязычной терминологией и распираемый ею изнутри, готовый через секунду взорваться. Если откинуть образы, то тут действительно очень много заимствований. Да что говорить, далеко ходить не надо, сам термин «маркетинг» чужд нам, и по опыту могу точно заявить, большинство специалистов, позиционирующих себя с ним, не знают точного определения. А это и не удивительно, поскольку термин не наш и охватывает широкий спектр задач и областей.

Справедливыми будут вопросы: «А как тогда называть маркетинг? Как вообще действовать в условиях, когда вокруг все используют заимствования?» При том, что некоторые из иностранных терминов настолько плотно въелись в наш язык, что мы их позиционируем как наши, родные.

К сожалению, дать какого-либо однозначного ответа я не смогу, поскольку не являюсь специалистом в этой области. Но чисто по наитию могу описать несколько путей решения данной проблемы, кажущихся мне логичными. Во-первых, однозначно основоположником языковой борьбы и создания русских заимствований должно быть государство, ведущее жёсткую политику. Мировые примеры есть, каждый из нас хотя бы раз бывал в сети Икеа, и каждый видел дубли названий на шведском, а пониже, и более мелким шрифтом, на русском. Если не думать о языковых вопросах, то всё