

**КОГНИТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ
СЕМАНТИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ ЗАИМСТВОВАНИЙ
В РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

В. А. Белов¹, В. М. Белова²

¹ Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Россия, 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29

² Акционерное общество «Силовые машины»,
Россия, 195009, Санкт-Петербург, ул. Ватутина, 3а

Поступила в редакцию 10.05.2024 г.

Принята к публикации 10.11.2024 г.

doi: 10.5922/2225-5346-2025-1-3

Рассмотрены особенности семантической адаптации заимствований разных типов в русском языке. Актуальность работы связана с недостаточной изученностью заимствований с семантической точки зрения. Проблема исследования заключается в том, что большое количество заимствований, появившихся в русском языке, вызывает неоднозначную общественную реакцию и создает впечатление перегруженности языка. В статье классифицированы заимствования и определены причины этого процесса. Гипотеза исследования заключается в том, что семантическая адаптация заимствований определяется логической и нелогической категоризацией. Логическая категоризация приводит к тому, что новое заимствование оказывается встроено в семантическую сеть с помощью иерархических связей и семантических различий. Нелогическая категоризация связана с выражением эмоций и отношения говорящего к сообщаемому. В работе используются психолингвистические и корпусные методы. В психолингвистическом эксперименте на толкование новых заимствований приняли участие 106 испытуемых, которые объяснили значения предъявляемых заимствований. Также использованы данные Национального корпуса русского языка и словарей русского языка, публикации СМИ, статистика системы «Яндекс».

В ходе анализа материала изучены механизмы формирования логической и нелогической категоризации. Логическая категоризация создает семантические иерархические связи заимствований, нелогическая категоризация — эмоционально-оценочное отношение. Представлена типология заимствований, различающаяся характером формирования семантических связей: 1) заимствования, которые обозначают новые явления действительности; 2) заимствования, заменяющие словосочетания; 3) заимствования-дубликаты. Логическая категоризация свойственна заимствованиям первой и второй групп, а нелогическая категоризация характерна для заимствований третьей группы.

Ключевые слова: *семантическая адаптация, лексическое значение, заимствование, синонимия, категоризация, семантические связи*

1. Введение

В настоящее время в российском обществе не утихают споры об употреблении заимствований. В феврале 2023 года был принят закон о защите русского языка от чрезмерных иностранных заимствований¹:

© Белов В. А., Белова В. М., 2025

¹ Полное название документа: Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон “О государственном языке Российской Федерации”» от 28.02.2023 года №52-ФЗ.



документ запрещает употребление иностранных слов, не соответствующих нормам современного русского литературного языка. При этом допускается использование общеупотребительных заимствованных слов. Однако принятие закона приводит к нескольким научным проблемам, на решение которых и нацелена настоящая работа. Во-первых, остается неопределенным критерий, разграничивающий общеупотребительные и неадаптированные заимствования (так называемые варваризмы). Во-вторых, требуется выяснение причин, по которым носители языка регулярно обновляют свой лексикон, пополняя его новыми заимствованными словами. В-третьих, отмечается неоднородность общественного отношения к заимствованиям: существует группа заимствований, которая воспринимается обществом крайне негативно. Указанные проблемы определяют актуальность настоящей работы, изучающей семантическую адаптацию заимствований и их восприятие носителями языка.

Заимствование в современных работах понимается как перенос языковых единиц из языка-донора в язык-реципиент вследствие контакта говорящих на этих языках людей (Thomason, Kaufman, 2001) или вхождение в лексикон слова в определенный момент истории языка как результат перевода или копирования другого языка (Haspelmath, 2009)². Процесс заимствования характерен для всех языков. Как показывают специальные исследования, заимствования составляют большую часть (от 10 до 70 %) лексикона языка (Ibid.). В целом характер и интенсивность заимствований связаны с социально-экономическими факторами, интенсивностью межкультурного общения и «культурным давлением» (cultural pressure) (Winford, 2003).

Как неоднократно отмечалось в научной литературе (см., напр.: Володарская, 2002; Крысин, 2008)), сегодня для русского языка свойственна открытость к заимствованиям, прежде всего из английского языка. Обычно адаптация новых слов, в том числе заимствований, осуществляется в несколько этапов. Прежде всего стабилизируется написание и произношение слова. Фонетическая адаптация, называемая нативизацией (nativization), предполагает коррекцию произношения и написания в соответствии с фонетическими правилами языка-реципиента; этот аспект подробно рассматривается в зарубежной научной традиции на материале разных языков (см., напр.: (Kang, 2011)). Далее происходит грамматическое (морфологическое) оформление: заимствование чаще всего в языке-реципиенте воспринимается как корень и подвергается морфологической адаптации (отнесение к определенной ча-

² От заимствований следует отличать кодовые переключения, которые различаются степенью адаптации в языке-реципиенте. Наиболее важным критерием является то, что заимствования языка используются в речи монолингвов (людей, владеющих только языком-реципиентом), также значимы частотность единицы и завершенность фонетической и грамматической адаптации (Myers-Scotton, 2002; Haspelmath, 2009). При этом отсутствует четкая граница между этими феноменами.



сти речи и первоначально к классу неизменных слов) (Repetti, 2006); также значимо в этом процессе определение рода (гендера) (Stolz, 2009). Последним этапом становится семантическая адаптация.

В настоящей работе изучается семантическая адаптация заимствований, то есть процесс формирования лексического значения нового слова и включения заимствования в семантическую сеть носителя языка. Исследователи (Гончарова, 2009; Маринова, 2008) выделяют два этапа семантической адаптации: первый связан с адаптацией к тематической группе, а второй — к синонимическому ряду. Семантическая адаптация предполагает прежде всего формирование семантических связей в лексиконе (Заботкина, 1997; Левицкий, 2009). В когнитивной лингвистике семантическая адаптация связывается с процессом субкатегоризации (сравнение значения заимствования со значением имеющихся в языке единиц) (Кубрякова, 2004). Отметим, что большое количество неологизмов способствует их быстрой «адаптации и закреплению в русском лексиконе» (Максимова, 2009, с. 101).

Выделяются разные типы заимствований. Так, возможна классификация по степени ассимиляции иноязычной лексики: полностью освоенные, частично освоенные и неассимилированные заимствования (Борисова, 2014). С точки зрения языка-реципиента Л.П. Крысин отличает собственно заимствования от экзотической лексики (которая не прошла процесс грамматической адаптации) и экзотических вкраплений (без фонетической и грамматической адаптации) (Крысин, 2004). В том же аспекте выделяются оправданные (обозначают новые понятия) и неоправданные (синонимичны существующим понятиям) заимствования (Тавабилова, 2011).

В зарубежной традиции (Haspelmath, 2009; Myers-Scotton, 2002; Thomason, Kaufman, 1988; Weinreich, 1968) распространена типология, в соответствии с которой выделяются культурные заимствования (*cultural borrowings*), обозначающие новые объекты и явления культуры, и основные заимствования (*core borrowings*), дублирующие и заменяющие существующие в языке понятия. Основные заимствования оказываются более престижными. При этом фактор престижа сложно верифицировать с научной точки зрения: основные заимствования вызывают определенные ассоциации, связанные с социальными ценностями (*social values*) и статусом (Weinreich, 1968). Подобное явление часто характерно для жаргонов. Похожим является подход советского лингвиста Р.А. Будагова (1965): он разграничил культурно-исторические и чисто языковые заимствования (с использованием средств древних языков).

В нашей работе рассматривается семантическая адаптация, поэтому нам важно ориентироваться на типологию, учитывающую семантические процессы заимствования. Мы опираемся на классификацию Е.Е. Котцовой, которая выделила следующие группы заимствований: 1) заимствования, которые обозначают новые явления (например, *тендер*, *фрилансер*); 2) заимствования, заменившие синонимичное словосочетание и употребляющиеся для экономии (*скриншот*, *ситком*, *портфо-*



лио); 3) заимствования-дублеты (*слоган, бьюти*) (Котцова, 2019). Первому и второму типу заимствований свойственна номинативная функция. Третья группа «используется для демонстрации речевой моды» (Там же, с. 142). Соотнося с зарубежной классификацией, можно заключить, что первые два типа заимствований являются культурными, а третий — основным. Данная типология будет использована нами в дальнейшем исследовании.

2. Методология исследования

Предметом нашего исследования стали заимствования, чья семантическая адаптация еще не завершилась. Это единицы, которые появились в русском языке в течение последних 20 лет. Их большая часть принадлежит к именам существительным: прежде всего именно они расширяют референциальный потенциал языка (Matras, 2009). Анализ подобных единиц позволит детально проследить процесс семантической адаптации.

Гипотезой работы послужило утверждение, что семантическая адаптация новых заимствований и формирование их семантических связей определяется логической и нелогической категоризацией. Логическая категоризация предполагает рациональное упорядочивание явлений в картине мира носителя языка. Нелогическая категоризация, связанная с эмоционально-оценочным восприятием мира, подразумевает выражение заимствованиями различных эмоций. Разные типы категоризации определяют мотивы заимствования и, соответственно, общественное отношение к новым словам.

Для проведения исследования использовалось несколько источников: во-первых, результаты психолингвистического эксперимента на толкование новых заимствований; во-вторых, данные Национального корпуса русского языка (НКРЯ); в-третьих, публикации в современных средствах массовой информации; в-четвертых, сведения словарей русского языка; в-пятых, статистические материалы поисковой системы «Яндекс».

В психолингвистическом эксперименте участвовало 106 человек. Это студенты в возрасте от 17 до 38 лет, среди которых 65 испытуемых женского пола, 16 испытуемых мужского пола, 25 человек не указали свой пол. Задание испытуемым было сформулировано следующим образом: дать толкование заимствованиям. Общее количество стимулов — 20 единиц. Все они были выбраны на основе «Словаря модных слов» В.И. Новикова (Новиков, 2016) и НКРЯ. Именно наличие слова в корпусе было одним из важных условий эксперимента. Частотность стимулов не являлась критерием отбора. Для сбора данных использовались письменное анкетирование (84 испытуемых) и онлайн-программа «Google Формы» (22 испытуемых). Всего было получено 1177 ответов. Для их обработки применялись различные статистические методы.



3. Языковая категоризация

С когнитивной точки зрения процесс семантической адаптации является категоризацией, то есть языковым осмыслением явлений действительности и их отнесением в определенные категории (Cruse, Croft, 2004). Результатом категоризации становится деление понятий действительности на категории, «включение в те или иные группы, классы, категории аналогичных предметов и явлений» (Шарандин, 2013, с. 75). Субкатегоризацией называется «процесс членения категорий на частные категориальные области» (Дзюба, 2013, с. 34). Примерами субкатегорий могут быть семантическое поле, синонимический ряд, гипогиперонимические отношения и др.

Логоцентрический подход к категоризации, предполагающий четкое упорядочивание понятий языка, вызывает серьезную критику в современной науке. Во-первых, одно и то же понятие можно отнести к разным категориям (Rogers, McClelland, 2003); так, например, слово *бульдозер* одновременно относится к двум категориям: транспортное средство и строительное оборудование. Во-вторых, актуализируемые признаки, определяющие отнесенность к категории, часто устанавливаются контекстом и общим смыслом высказывания (Cruse, Croft, 2004): например, в одном контексте важна способность бульдозера ездить, а в другом – участвовать в строительстве. В-третьих, у носителей языка часто возникают проблемы с отнесением понятия к определенным категориям (Murphy, Medin, 1985). Носители языка относят одно и то же понятие к разным категориям в зависимости от контекста и других условий (см. одну из ранних экспериментальных работ об этом: (Labov, 1978)). В-четвертых, в действительности границы между категориями оказываются нечеткими (Rogers, McClelland, 2003). Возможен подход, который предусматривает отсутствие границ между категориями (Langacker, 1991).

Таким образом, в наивной картине мира возможны фрагменты неупорядоченности, где нарушается четкая логическая систематизация и используется нелогический принцип организаций понятий (напротив, в научной картине мира всегда сохраняется иерархическая упорядоченность понятий).

4. Анализ результатов исследования

Анализ результатов исследования разделили на три части в соответствии с группами заимствований.

4.1. Заимствования первой группы

В первую группу вошли заимствования, которые обозначают новое явление. Ее особенности проанализируем на примере слова *роуминг*. Данная единица является частотной в современной речи. Частотность



лексемы в газетном подкорпусе – 4491 вхождение, а количество ежемесячных запросов с этим словом в системе «Яндекс» составляет около 140 тысяч. Толкование этого слова дано в высказывании (1).

(1) *Внутрисетевым роумингом называется предоставление услуг связи абоненту за пределами его «родного» региона за дополнительную плату (НКРЯ: «Коммерсант», 2018).*

В эксперименте представлены различные реакции на этот стимул, в том числе толкования с такими гиперонимами, как *плата* (11 реакций, 11 %), *ограничение* (9 реакций, 9 %), *тариф* (7 реакций, 7 %), *связь* (7 реакций, 7 %) и другими. Примеры таких толкований испытуемых даны в (2–4):

- (2) *Ограничение связи в другой области.*
- (3) *Дополнительная плата за услуги связи вне своей области, страны.*
- (4) *Тариф на мобильный, когда ты находишься не в домашней сети.*

Испытуемые не использовали синонимические реакции для толкования. Основываясь на корпусных данных, также отмечаем отсутствие полноценных синонимов этого заимствования. Для контекстуальной замен используется повтор этого же слова (см. пример (5)) или гипероним (например, *услуга, плата*) (см. пример (6)).

(5) *Ранее операторы «большой четверки» назвали сроки отмены роуминга в России. Отмечалось, что «Вымпелком» начнет отмену роуминга 20 августа, МТС – 30 августа, а «Мегафон» – 1 сентября. В компании Tele2 заявили, что выполняют все мероприятия по отмене внутрисетевого роуминга в установленный срок – до 31 августа (НКРЯ: gazeta.ru, 2018).*

(6) *В ФАС бороться с внутрироссийским роумингом начали еще в 2010 году, когда выяснили, что эта услуга технически не обоснована в современных условиях (НКРЯ: «Московский комсомолец», 2018).*

Можно сказать, что анализируемое слово вошло в семантическую сеть русского языка, при этом заимствование не смогло выстроить синонимические отношения с существующими словами, а только сформировало гиперонимические отношения. Заимствование *роуминг* занимает субдоминантное положение в семантической сети, являясь гипонимом слов *услуга, плата, тариф*. Семантическая связь между заимствованием и его гиперонимом несильная, это показывает, что заимствование недостаточно плотно встроено в семантическую сеть лексикона.

Подобная семантическая адаптация характерна для достаточного большего класса слов (в него входит много названий техники, предметов научно-технического прогресса): например, *картридж, сиквел, паркур, лайк, роутер, принтер, файл* и др. В процессе семантической адаптации у таких заимствований прежде всего развиваются гиперонимические (то есть вертикальные) связи. Заимствования могут быть «привязаны» к разным гиперонимам, что показывает слабую семантическую



близость между заимствованием и гиперонимом: так, слово *картридж* соотносится с гиперонимами *краска*, *блок*, *устройство*, *штука*, *емкость*, *контейнер*, что показывает принадлежность к разным семантическим категориям (например, очевидна различная категориальная принадлежность понятий *краска*, *емкость*, *устройство*). У некоторых заимствований, входящих в эту группу, могут развиваться отдельные синонимические отношения (например, пары *картридж* – *тонер*; *принтер* – *копир*, *сканер*), хотя подобная связь остается слабой.

Основным мотивом появления таких заимствований является реакция носителей языка на появление новых объектов действительности: чаще всего заимствования первой группы вызывают позитивную общественную реакцию.

4.2. Заимствования второй группы

Во вторую группу заимствований вошли единицы, которые заменили существующие в русском языке словосочетания. Например *шопинг* заменяет обороты *посещение магазинов*, *поход по магазинам*. Подобные сочетания являются наиболее частотными реакциями для толкования: *поход по магазинам* (19 реакций, 18 %), *поход за покупками* (10 реакций, 9 %), *покупки в магазинах* (4 реакции, 4 %). Среди ответов также отмечаются синонимические реакции: *покупки* (8 реакций, 8 %), *закупка* (3 реакции, 3 %).

Шопинг – посещение магазинов с целью покупки вещей или продуктов (обычно за границей и в больших количествах) (Ефремова, 2000).

Как показывает анализ, эти единицы более тесно интегрированы в существующие семантические отношения. У заимствований сформированы гиперонимические и синонимические связи. Это проявляется как в реакциях испытуемых, так и в примерах из корпуса. Так, в высказывании (7) допустимы контекстуальные замены при сохранении смысла предложения.

(7) Немаловажно также и упрощение самого процесса *шопинга* [покупки] – в идеале потребитель должен иметь возможность сделать *покупку* [совершить шопинг]³, не покидая приложения (НКРЯ: lenta.ru, 2017).

Однако шопинг в современном понимании представляет собой многоаспектный процесс, который включает наряду с покупкой товаров посещение торговых центров, кафе, кинотеатров. В то же время покупка – однократный акт, который лишен дополнительных процессов. Также шопингом называют онлайн-покупки без физического посещения магазина (см. предложение (8)).

³ С сочетаемостной точки зрения более уместна фраза *совершить шопинг*, при этом сочетание *сделать шопинг* нечасто фиксируется в речи.



(8) Мы уверены, что запуск новой масштабной площадки для **интернет-шопинга** будет способствовать развитию рынка электронной коммерции в России», – заявил Лев Хасис, первый заместитель председателя правления Сбербанка (НКРЯ: «Коммерсант», 2018).

К заимствованиям подобного типа относятся такие лексемы, как *селфи*, *принт*, *фронтмен*, *понты*, *хейтер*, *троллинг*, *ритейлер*, *хедлайнер*, *постер* и др. Среди этой группы заимствований часто встречаются слова, относимые к модным.

Заимствования этой группы плотно встроены в семантическую сеть: они активно развивают синонимические, гиперо- и гипонимические отношения. Во-первых, это подтверждается экспериментом, где наиболее частотными реакциями являются сочетания, заменяющие заимствования. Например, реакция на стимул *шопинг* – *посещение магазинов*. Во-вторых, среди реакций представлены синонимы. Наконец, в-третьих, эти заимствования можно заменять в контексте без потери смысла. Причиной подобных заимствований становится потребность в дополнительной детализации: так, *селфи* – определенный вид фотографии, распространенный в современной жизни. Однако некоторые заимствования второй группы вызывают неоднозначную общественную реакцию.

4.3. Заимствования третьей группы

Более выраженные эмотивные компоненты значения оказываются у заимствований третьей группы, дублирующих существующие в языке слова. Подобные единицы иногда называют эквивалентными: «Неологизм пристраивается к уже существующему слову, выступая по отношению к нему либо в роли абсолютного синонима (дублета), либо в роли относительного синонима» (Маринова, 2008: 132). В ходе исследования удалось установить, что дублетность проявляется в трех моментах. Во-первых, исконное слово – самая частая реакция на заимствованную лексему. Во-вторых, такие заимствования в корпусе с регулярностью заменяются на существующее слово. В-третьих, в высказываниях данные лексемы можно искусственно заменить исконным словом без потери смысла.

Например, лексема *мани*, которая денотативно тождественна исконному слову *деньги*. Эти слова являются синонимами, но различаются коннотативными, эмотивными компонентами значения. Носитель языка может использовать это заимствование для выражения отрицательных эмоций (отвращения, презрения или зависти в зависимости от ситуации).

В эксперименте на стимул *мани* чаще всего представлена реакция *деньги* (100 реакций, 94 %). Также в примерах из НКРЯ заимствование заменяется на слово *деньги* (см. высказывание (9)). Односторонние замены (*мани* → *деньги*) допустимы практически в любых контекстах употребления анализируемого неологизма.



(9) Пары, у которых достаточно «мани» в кармане, ездят за рубеж, в России берут уроки в элитных клубах; у кого денег нет – учатся в клубах попроце (НКРЯ: «Комсомольская правда», 2001).

Данные заимствования отличает преобладание одной реакции в эксперименте. Например, на стимул *фиш* наиболее частотной реакцией является реакция *рыба* (73 реакции, 69 %); на стимул *френд* – реакция *друг* (93 реакции, 88 %); на стимул *пруф* – реакция *доказательство* (71 реакция, 67 %); на стимул *лузер* – реакция *неудачник* (79 реакций, 75 %); на стимул *пил* – слова *люди* (76 реакций, 72 %) и *человек* (10 реакций, 9 %). При этом у этих заимствований ослаблены семантические связи с другими словами, в том числе с гиперонимами и гипонимами. Также в эту группу можно отнести заимствования *бюти*, *боди*, *пати*, *герла*, *гудбай*, *бесиситтер*, *трабл*, *мессидж*, *шुзы* и др.

4.4. Смежные типы заимствований

Однако возможны сложные, переходные случаи. Например, слово *сейл* обладает меньшей степенью дублетности и в эксперименте оказывается связано со словами – *скидки* (35 реакций, 33 %) и *распродажа* (34 реакции, 32 %), а также с гиперонимом *продажа* (8 реакций, 8 %). В высказываниях возможны контекстуальные замены на слова *скидка* (см. пример (10)) и *распродажа* (см. предложение (11)); в этих же предложениях возможны синонимические замены. Любопытным оказывается высказывание (12), где слово *сейл* соотносится с двумя синонимами одновременно. У слова *сейл* снижается степень дублетности и формируются самостоятельное значение и широкие семантические связи.

(10) В спортивных магазинах цены снижают пока не очень охотно – пик *сейлов* [скидок] в них традиционно приходится на февраль, именно тогда будут самые выгодные скидки [сейлы] в 50–70 % (НКРЯ: «Комсомольская правда», 2007).

(11) Например, распродажи [сейлы] в преддверии Пасхи или дня святого Валентина. В США крупные *сейлы* [распродажи] приходятся на день подписания Декларации независимости 4 июля или большой праздник американского футбола Super Bowl (НКРЯ: gazeta.ru, 2018).

(12) При этом Рыженко отмечает, что при покупке повседневной одежды женщины склонны дожидаться распродаж и скидок [сейла]. «Если женщине нужен зимний пуховик, она, конечно, купит его, как только станет холодно, не дожидаясь *сейла* [распродаж и скидок]» (НКРЯ: lenta.ru, 2017).

Заимствования третьего типа, как правило, имеют ограниченные семантические связи, так как они оказываются привязаны к синонимическому слову. Характер таких односторонних семантических связей объясняется отсутствием семантических отличий от существующих слов.

К третьей группе можно отнести большинство так называемых модных слов, которые обладают такими признаками, как современность, универсальность (частотность употребления), демонстратив-

ность (внешняя привлекательность) и игровой характер (Мустайоки, Вепрева, 2015), а также стремление к моде (Чэнь Хуань, 2017). Подобные заимствования, мотивированные потребностью выразить эмоции и отношение к содержанию речи (см. подробно далее), чаще всего вызывают общественную реакцию.

Давая характеристику разных типов заимствований, важно учитывать наличие пограничных случаев. Вместе с тем можно сделать некоторые выводы о свойствах заимствований каждой группы. Члены первой группы, обозначающие новый феномен, обладают гиперонимическими отношениями. При этом гиперонимические связи формируются с несколькими словами: в соотносимых категориях (часто достаточно обобщенных) новое заимствование становится субдоминантным по отношению к существующим словам в семантической сети. Отметим недостаточно крепкие семантической связи между заимствованием и существующими слова и значительные семантические различия заимствований. Заимствования из второй группы наиболее тесно встроены в семантическую сеть, так как они обладают устойчивыми гиперонимическими и синонимическими отношениями. Заимствования третьей группы связаны синонимическими (односторонними) отношениями только с одним словом. Односторонность отношений проявляется в том, что любом контексте допустима синонимическая замена заимствования на исконное слово, однако обратные замены невозможны. Заимствования этой группы не обладают значительными семантическими отличиями от синонимов, их различия касаются эмотивных, коннотативных характеристик. Семантические свойства разных типов заимствований обобщены на рисунке 1.



Рис. 1. Семантические свойства разных типов заимствований

4.5. Типы заимствований и общественная реакция

Испытуемые выбирают способ толкования заимствований прежде всего в зависимости от отнесенности к типу заимствований. Для первого и второго типов заимствований наиболее частотным способом толкования является логический (под ним мы понимаем последовательное разложение значения лексемы на компоненты: отнесение слова к



иерархическому понятию более высокого ранга с последующим определением отличительных и общих признаков) (см. подробнее о способах толкования на основе семантической общности слов: (Белов, 2018)). Однако для заимствований третьей группы преимущественно применяется синонимический способ, предполагается использование синонимов для толкования значения стимула. Подробные результаты см. на рисунке 2.

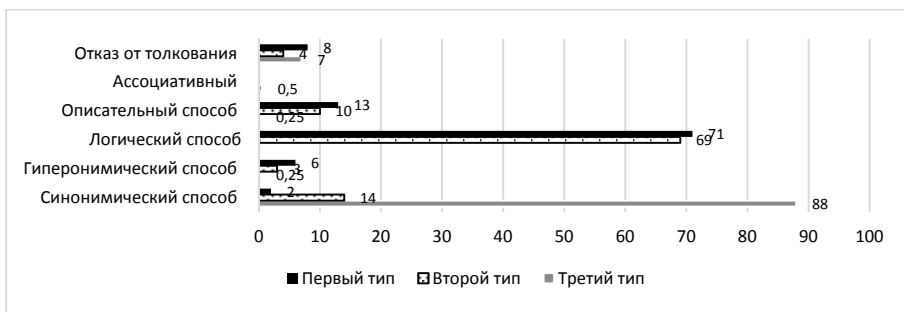


Рис. 2. Использование способов толкования значения стимулов для разных типов заимствований (в процентном соотношении)

Носители языка по-разному воспринимают заимствования этих трех групп. Участники проведенного опроса, целью которого было выяснение отношения к неологизмам и заимствованиям, терпимо относятся к словам, не имеющим русских аналогов и обладающим семантическими различиями. Однако носители языка негативно воспринимают дублетные заимствования (Козырев, Черняк, 2012). Употребление заимствований, относящихся к последней группе, вызывает наибольшую негативную общественную реакцию: «Такое дублирование признается коммуникативно нецелесообразным. Они не приносят никакой новой информации» (Котцова, 2019, с. 142). Подобное отношение связано с тем, что они с общественной точки зрения не несут новой (важной для жизни, логической) информации и чаще всего выражают отрицательные эмоции, которые табуируются в языке и социальной жизни (Вольф, 2006).

Заимствования второй группы мотивированы стремлением детализировать действительность. В этом случае важно учитывать позицию языковой личности: дополнительная дифференциация позволит передать точную информацию, необходимую с точки зрения носителя языка и коммуникативной ситуации. Так, лексема *ритейлер* (большая компания, которая занимается розничной торговлей) первоначально была актуальна для лексикона профессионалов, позднее она стала употребляться в публицистических текстах. В НКРЯ это слово впервые отмечается единичными употреблениями с 2002 года, однако с 2011 года частотность возрастает. Негативная общественная реакция, как правило, в подобных случаях отмечается в момент расширения сферы употребления.



5. Обсуждение результатов

5.1. Логическая категоризация

В основе семантической адаптации заимствований лежат два когнитивных механизма, которые определяют восприятие и обработку информации. Первый из них — логическая категоризация — предполагает рациональное упорядочивание понятий в языковой картине мира. В результате развиваются семантические отличия заимствований от существующих слов и формируются гиперонимические и гипонимические связи. Логическая категоризация приводит к распределению слов на категории (группы), где каждое заимствование должно быть прикреплено к определенной категории. Также важно, что логическая категоризация обуславливает дифференциацию слов (то есть развитие семантических различий).

Логическая категоризация определяет семантическую адаптацию заимствований первой и второй групп. Для адаптации заимствований второй группы характерна комбинация логической и нелогической категоризации. Для заимствований третьей группы, дублирующих существующие понятия, логические механизмы ослаблены, так как дублирование понятий избыточно с логической точки зрения.

5.2. Нелогическая категоризация

К нелогической категоризации мы относим когнитивные механизмы эмоционально-образного восприятия и оценки понятий. Подобные процессы прежде всего характерны для третьей группы заимствований. Нелогическая категоризация предполагает стремление носителя выразить свое отношение к понятиям, передать эмоции и оценить происходящее. При этом имеющиеся в языке синонимические ресурсы недостаточны для адекватной передачи эмотивного содержания (с точки зрения носителя языка и его коммуникативной задачи).

Нелогическая категоризация предполагает упорядочивание информации по эмоционально-оценочной шкале. Однако в современной психологии и лингвистике проблема выражения эмоций дискуссионна. В языке эмоции эксплицируются сложным, опосредованным способом (Russell, 2003). Эмоции являются результатом недифференцированных психологических процессов, которые по природе нелогичны.

Анализ результатов настоящего исследования позволил сделать некоторые выводы. Первый вывод касается того, что при семантической адаптации происходит шкалирование (оценивание) слова с эмоционально-оценочной точки зрения⁴. Нелогическая категоризация заим-

⁴ Подобные механизмы в общих чертах описаны М. В. Никитиным как оценочная категоризация, которая осуществляется после восприятия объектов и до его логической обработки: «По своему методу и уровню (характеру) знания мира наше мышление является по преимуществу оценочным» (Никитин, 2003, с. 67).



ствования приводит к тому, что словам «приписывается» выражение той или иной эмоции. Покажем это на примере заимствования *лузер*, которое выражает эмоции презрения и/или отвращения, что отражается в примере из корпуса (13).

(13) *Мы струсили, честно скажу, ретировались, и нам вслед летело: «Слабаки! Лузеры!»* (НКРЯ: lenta.ru, 2018).

В эксперименте наиболее частотным толкованием становится *неудачник* (79 ответов, 75 %). Такая реакция не только указывает на денотативное значение, но выражает эмоции и степень оценки. Среди реакций испытуемых, которые выражают оценку, можно назвать следующие: *аутсайдер* (3 реакции, 3 %), *дурачок* (1 реакция, 1 %), *лох* (1 реакция, 1 %), *отстойник* (1 реакция, 1 %). Важно, что подобный эффект сохраняется во всех контекстах употребления слова; это указывает на то, что коннотация является обязательной частью семантики слова, а не проекцией контекста и ситуации.

Второй вывод связан с тем, что заимствование постепенно утрачивает эмоционально-оценочную составляющую. Параллельно у заимствования развивается логическая упорядоченность. Так, лексема *френд* первоначально связана с отрицательными эмоциями презрения и/или отвращения: при употреблении подчеркивается «ненастоящий» характер дружбы; см. текст 1994 года (14). Однако по мере употребления слово развивает семантические отличия от синонимов: сегодня это слово прежде всего используется для обозначения «друзей» в социальных сетях и Интернете (см. пример (15)).

(14) *Дружба в те годы не взвешивалась заранее, дружить было нормой, все, кроме считанных недрузей, были друзья (как во взвешенной-перевешенной, но до седых волос инфантильной Америке, где каждый знакомый – май **френд**)* (НКРЯ: А. Найман, 1994).

(15) *В семье знакомых сыну 15 лет, а у него ни настоящего друга, ни любимой девушки. Только **френды** и подписчики* (НКРЯ: А. Дроботов, «Комсомольская правда», 2013).

Как правило, заимствования-дублеты не сохраняют эмоционально-оценочное содержание в течение длительного времени. В обобщенном виде у заимствований третьей группы два пути развития: либо развитие семантических различий под влиянием логической категоризации, либо постепенный выход из употребления.

Логическая категоризация занимает в лексиконе носителя языка доминирующее положение, в то время как нелогическая категоризация актуальна лишь для ограниченной части лексики и для определенных носителей языка. Однако, несмотря на ограниченность, заимствования-дублеты прежде всего оказываются в центре общественного обсуждения.



5. Заключение

В задачи настоящей работы входило изучение семантической адаптации разных типов новых заимствований. Анализ полученных результатов позволил подтвердить гипотезу: логическая и нелогическая категоризация определяет семантическую адаптацию новых заимствований и формирование их семантических связей. Эти категоризации предполагают различные механизмы адаптации заимствований.

Выше описаны три типа заимствований с точки зрения организации семантических связей. Заимствования первого и второго типа чаще всего становятся гипонимами или субдоминантными синонимами для существующих слов. Заимствования чаще занимают определенную «нишу» в уже существующих синонимических рядах (см. схожие выводы в работе (Володарская, 2002)).

Логическая категоризация приводит к тому, что новое заимствование оказывается встроено в существующую семантическую сеть с помощью иерархических связей и семантических различий. Нелогическая категоризация, связанная с эмоционально-образным восприятием мира, нацелена на отображение эмоций и выражение отношения говорящего к сообщаемому. Заимствования третьего типа, мотивированные нелогической категоризацией, способны выражать определенные эмоции, при этом характер выражения эмоций мало зависит от контекста. Отметим, что нелогическая категоризация также важна для языковой личности: заимствования третьей группы расширяют ресурсы языка и позволяют более точно выразить свои эмоции.

Логические и нелогические когнитивные механизмы могут комбинироваться в лексиконе носителя языка. Выделенные логические и нелогические механизмы характерны прежде всего для семантической адаптации, а в диахронии для заимствований, как правило, усиливаются логические механизмы адаптации.

Исследования заимствований с семантической точки зрения позволяют разрешить другие проблемы, имеющие общественное значение. Во-первых, негативная общественная реакция связана с отдельной, весьма ограниченной группой заимствований, мотивированных не логическими причинами, а стремлением говорящего выразить эмоции. Во-вторых, показателем семантической адаптированности может стать наличие семантических (синонимических и гиперонимических) связей, что формально проявляется в языковой частотности. Наконец, настоящее исследование показывает связь причин заимствований, включенности в семантическую сеть и общественной реакции. Заимствования, обозначающие новые понятия и/или детализирующие существующую картину мира, интегрированные в лексикон носителями неединичными синонимическими и гиперонимическими связями, вызывают, как правило, благоприятную общественную реакцию, и, напротив, заимствования, обладающие ограниченными семантическими связями, подвергаются общественному порицанию.



Список литературы

- Белов В. А. Способы наивного толкования лексического значения существительных // Верхневолжский филологический вестник. 2018. №4. С. 83–91. doi: 10.24411/2499-9679-2018-10201.
- Борисова О. С. Адаптация иноязычной лексики в системе языка и восприятия носителей : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2014.
- Будагов Р. А. Введение в науку о языке : учеб. пособие. М., 1965.
- Володарская Э. Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов // Вопросы языкознания. 2002. №4. С. 96–118.
- Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М., 2006.
- Гончарова Е. А. Динамические процессы в лексиконе языковой личности : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2009.
- Дзюба Е. В. Субкатегоризация как когнитивный феномен: овощи, фрукты, ягоды, орехи в русском языковом сознании // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2013. Т. 7, №2. С. 33–45.
- Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М., 2000. URL: <https://www.efremova.info/> (дата обращения: 05.02.2021).
- Заботкина В. И. Изменения в концептуальной картине мира в аспекте когнитивно-прагматического подхода // Категоризация мира: пространство и время : матер. науч. конф. М., 1997. С. 55–59.
- Козырев В. А., Черняк В. Д. Заимствованное слово в восприятии молодежи // Вестник Новосибирского государственного университета. Сер.: История, филология. 2012. Т. 11, №9. С. 78–82.
- Котцова Е. Е. Семантическая адаптация англицизмов-агнотимов в лексике русского языка // Вопросы когнитивной лингвистики. 2019. №2. С. 139–146. doi: 10.20916/1812-3228-2019-2-139-146.
- Крысин Л. П. Русское слово, свое и чужое. М., 2004.
- Крысин Л. П. Слово в современных текстах и словарях: Очерки о русской лексике и лексикографии. М., 2008.
- Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М., 2004.
- Левецкий А. Э. Горизонты развития неологии XXI века // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство. М., 2009. С. 350–364.
- Максимова Т. В. Заимствования в контексте лингвокультур: англо-русские параллели // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2004. №1. С. 100–111.
- Маринова Е. В. Освоение новых заимствований и сопутствующие процессы в русском языке начала XXI в. // Русский язык начала XXI века: лексика, словообразование, грамматика, текст. Н. Новгород, 2009. С. 65–149.
- Мустайоки А., Вепрева И. Т. Метаязыковой портрет модных // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : по матер. ежегодной Междунар. конф. «Диалог». М., 2015. Вып. 14/21. Т. 1. С. 453–467.
- Никитин М. В. Основания когнитивной семантики. СПб., 2003.
- Новиков В. И. Словарь модных слов. М., 2016.
- Тавабилова Л. И. К вопросу о влиянии заимствованных слов на формирование детской речи // Современная филология в контексте взаимодействия языков и культур : сб. матер. междунар. науч.-практ. конф., 9 февраля 2011 г., г. Стерлитамак / отв. ред. А. Л. Фатыхова. Стерлитамак, 2011. С. 161–164.
- Чэнь Хуань Модные слова в современном русском и китайском газетном тексте: происхождение, семантика, функции // Russian Journal of Linguistics. 2017. Т. 21, №4. С. 749–766. doi: 10.22363/2312-9182-2017-21-4-749-766.



Шарандин А. Л. Динамическая природа концептуализации и категоризации как основа речевой деятельности человека // Вопросы когнитивной лингвистики. 2013. №1 (34). С. 75–81.

Cruse A., Croft W. Cognitive linguistics. Cambridge, 2004. doi: 10.1017/CBO9780511803864.

Haspelmath M. Lexical borrowing: concepts and issues // Loanwords in the world's languages: a comparative handbook / ed. by M. Haspelmath, U. Tadmor. Berlin, 2009. P. 35–54. doi: 10.1515/9783110218442.

Kang Y. Loanword phonology // Companion to phonology / ed. by M. Oostendorp, C. Ewen, E. Hume, K. Rice. Boston ; Leiden, 2011. P. 624–629. doi: 10.1002/9781444335262.wbctp0095.

Labov W. Notational structure // Parasession on the lexicon / ed. by D. Farkas, W. Jacobsen, K. Todrys. Chicago, 1978. P. 220–260.

Langacker R. Concept, image, and symbol: the cognitive basis of grammars. Berlin ; Paris, 1991.

Matras Y. Language contact. Cambridge, 2009. doi: 10.1017/CBO9780511809873.

Murphy G., Medin D. The role of theories in conceptual coherence // Psychological Review. 1985. Vol. 92. P. 289–316.

Myers-Scotton C. Contact linguistics: Bilingual encounters and grammatical outcomes. Oxford, 2002. doi: 10.1093/acprof:oso/9780198299530.001.0001.

Repetti L. The emergence of marked structures in the integration of loans in Italian // Historical romance linguistics: Retrospective and perspectives / ed. by G. Randall, D. Arteaga. Amsterdam ; Philadelphia, 2006. P. 209–239. doi: 10.1075/cilt.274.13rep.

Rogers T., McClelland J. Semantic cognition: A parallel distributed processing approach. Cambridge, 2003.

Russell J. Core affect and the psychological construction of emotion // Psychological Review. 2003. Vol. 11, №1. P. 145–172. doi: 10.1037/0033-295X.110.1.145.

Stolz Ch. A different kind of gender problem: Maltese loan-word gender from a typological perspective // Introducing Maltese linguistics / ed. by B. Comrie, R. Fabri, E. Hume, M. Mifsud, Th. Stolz, M. Vanhove. Amsterdam, 2009. P. 321–353. doi: 10.1075/slcs.113.22sto.

Thomason S., Kaufman T. Language contact, creolization, and genetic linguistics. Berkeley, 1988.

Thomason S., Kaufman T. Language contact. Edinburgh, 2001.

Weinreich U. Languages in contact: Findings and problems. P. ; N. Y., 1968.

Winford D. An introduction to contact linguistics. Oxford, 2003.

Об авторах

Вадим Алексеевич Белов, доктор филологических наук, доцент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия.

ORCID ID: 0000-0002-4173-2000

E-mail: belov.vadim.a@gmail.com

Валентина Михайловна Белова, кандидат филологических наук, менеджер, АО «Силловые машины», Санкт-Петербург, Россия.

ORCID ID: 0000-0002-6057-1580

E-mail: belova.valentina.m@gmail.com

**Для цитирования:**

Белов В. А., Белова В. М. Когнитивные механизмы семантической адаптации заимствований в русском языке // Слово.ру: балтийский акцент. 2025. Т. 16, №1. С. 39–58. doi: 10.5922/2225-5346-2025-1-3.



ПРЕДСТАВЛЕНО ДЛЯ ВОЗМОЖНОЙ ПУБЛИКАЦИИ В ОТКРЫТОМ ДОСТУПЕ В СООТВЕТСТВИИ С УСЛОВИЯМИ ЛИЦЕНЗИИ CC BY-NC 4.0 Attribution-NonCommercial 4.0 International Deed ([HTTPS://CREATIVECOMMONS.ORG/LICENSES/BY-NC/4.0/DEED.RU](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.ru))

COGNITIVE MECHANISMS OF SEMANTIC ADAPTATION OF BORROWINGS IN RUSSIAN

Vadim A. Belov¹, Valentina M. Belova²

¹ Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,
29 Politekhnicheskaya St., St. Petersburg, 195251, Russia

² Power Machines Joint Stock Company,
Lit. A, 3 Vatutina St., Saint Petersburg, 195009, Russia

Submitted on 10.05.2024

Accepted on 10.11.2024

doi: 10.5922/2225-5346-2025-1-3

This paper investigates the semantic adaptation of new borrowings in Russian, addressing a gap in research on this topic. The relevance of the study stems from the ambiguous and often negative public perception of the increasing number of borrowings in the Russian language. The study aims to classify these borrowings and identify the underlying causes of the borrowing process. The central hypothesis is that the semantic adaptation of borrowings is determined by the types of cognitive categorization employed. Two types of categorization are described: logical categorization and non-logical categorization. Logical categorization involves the rational structuring of phenomena within a native speaker's worldview, while non-logical categorization reflects an emotional-evaluative perception of reality, expressing various emotions through borrowings. The research draws on several sources, including the National Corpus of the Russian Language, media publications, Russian dictionaries, statistical data from the Yandex search engine, and the results of a psycholinguistic experiment involving 106 native speakers. In the experiment, participants were tasked with interpreting stimulus words, providing insights into how borrowings are understood and categorized. The study's primary outcome is a typology of borrowings, differentiated by the organization of their semantic relationships. The typology includes borrowings that denote new phenomena in reality, borrowings used as substitutes for synonymous native phrases, and borrowing-doublets. Logical categorization establishes hierarchical semantic connections for borrowings, while non-logical categorization conveys emotional and evaluative attitudes. The findings indicate that logical categorization is predominant for most borrowings, whereas non-logical categorization applies to a smaller subset. In some cases, these types of categorization can co-occur. The study concludes that cognitive categorization plays a crucial role in the semantic adaptation of borrowings, offering new insights into their integration into the Russian language.

Keywords: lexical meaning, lexical change, borrowing, semantic adaptation, categorization, synonymy, semantic relations

References

Belov, V. A., 2018. Ways of Naive Interpretation of the Lexical Meaning of Nouns. *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik* [Verkhnevolzhski philological bulletin], 4, pp. 83–91, <https://doi.org/10.24411/2499-9679-2018-10201> (in Russ.).



Borisova, O.S., 2014. *Adaptatsiya inoyazychnoi leksiki v sisteme yazyka i vospriyatii nositelei* [Adaptation of foreign language vocabulary in the system of language and the perception of native speakers]. PhD thesis. Kemerovo (in Russ.).

Budagov, R.A., 1965. *Vvedenie v nauku o yazyke: uchebnoe posobie* [Introduction to the science of language: a textbook]. Moscow (in Russ.).

Chen Huan, 2017. Buzzwords in Modern Russian and Chinese Newspapers: Origin, Semantics, Functions. *Russian Journal of Linguistics*, 21 (4), pp. 749–766, <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2017-21-4-749-766> (in Russ.).

Cruse, A. and Croft, W., 2004. *Cognitive Linguistics*. Cambridge, <https://doi.org/10.1017/CBO9780511803864>.

Dzuba, E.V., 2013. Subcategorization as cognitive phenomenon: VEGETABLES, FRUIT, BERRIES, NUTS in the Russian linguistic consciousness. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A. S. Pushkina* [Pushkin Leningrad State University Journal], 7 (2), pp. 33–45 (in Russ.).

Efremova, T.F., 2000. *Novyi slovar' russkogo yazyka. Tolkovo-slovoobrazovatel'nyi* [New dictionary of the Russian language. Explanatory and derivational]. Moscow. Available at: <https://www.efremova.info/> [Accessed 05 February 2021] (in Russ.).

Goncharova, Ye.A., 2009. *Dinamicheskie protsessy v leksikone yazykovoi lichnosti* [Dynamic processes in the lexicon of a linguistic human]. PhD thesis. Novosibirsk (in Russ.).

Haspelmath, M., 2009. Lexical borrowing: concepts and issues. In: M. Haspelmath and U. Tadmor, eds. *Loanwords in the World's Languages: a comparative handbook*. Berlin, pp. 35–54, <https://doi.org/10.1515/9783110218442>.

Kang, Y., 2011. Loanword phonology. In: M. van Oostendorp, C. Ewen, E. Hume, and K. Rice, eds. *Companion to Phonology*. Boston; Leiden, pp. 624–629, <https://doi.org/10.1002/9781444335262.wbctp0095>.

Kotsova, E.E., 2019. Semantic adaptation of English loan words-agnonyms in Russian lexis. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki* [Issues of Cognitive Linguistics], 2, pp. 139–146, <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2019-2-139-146> (in Russ.).

Kozyrev, V.A. and Chernyak, V.D., 2012. Borrowed word in the perception of youth. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, filologiya* [Vestnik NSU. Series: History and Philology], 11 (9), pp. 78–82 (in Russ.).

Krysin, L.P., 2004. *Russkoe slovo, svoe i chuzhoe* [The Russian word, his and others]. Moscow (in Russ.).

Krysin, L.P., 2008. *Slovo v sovremennykh tekstakh i slovaryakh: Oчерki o russkoi leksike i leksikografii* [Word in modern texts and dictionaries: Essays on Russian vocabulary and lexicography]. Moscow (in Russ.).

Kubryakova, Ye.S., 2004. *Yazyk i znanie. Na puti polucheniya znaniy o yazyke: chasti rechi s kognitivnoi tochki zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira* [Language and knowledge. On the path of acquiring knowledge of language: parts of speech from a cognitive point of view. The role of language in the knowledge of the world]. Moscow (in Russ.).

Labov, W., 1978. Denotational structure. In: D. Farkas, W. Jacobsen and K. Todrys, eds. *Parasession on the Lexicon*. Chicago, pp. 220–260.

Langacker, R., 1991. *Concept, image, and symbol: the cognitive basis of grammars*. Berlin; Paris.

Levitsky, A.E., 2009. Development horizons of neology of the XXI century. In: *Gorizonty sovremennoi lingvistiki: Traditsii i novatorstvo* [Horizons of modern linguistics: Traditions and innovation]. Moscow, pp. 350–364 (in Russ.).

Maksimova, T.V., 2009. Borrowing in the context of linguistic cultures: Anglo-Russian parallels. *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvистического университета* [Pyatigorsk State Linguistic University Bulletin], 1, 100–111 (in Russ.).



Marinova, Ye. V., 2014. Mastering new borrowings and related processes in the Russian language at the beginning of the XXI century. In: *Russkii yazyk nachala XXI veka: leksika, slovoobrazovanie, grammatika, tekst* [Russian language of the early 21st century: vocabulary, word formation, grammar, text]. Nizhny Novgorod, pp. 65–149 (in Russ.).

Matras, Y., 2009. *Language Contact*. Cambridge, <https://doi.org/10.1017/CBO9780511809873>.

Murphy, G. and Medin, D., 1985. The role of theories in conceptual coherence. *Psychological Review*, 92, pp. 289–316.

Mustayoki, A. and Vepreva, I. T., 2015. Metalanguage portrait of fashionable people. In: *Komp'yuternaya lingvistika i intellektual'nye tekhnologii : po materialam ezhegodnoi Mezhdunarodnoi konferentsii «Dialog»* [Computer linguistics and intellectual technologies: based on the materials of the annual International Conference “Dialog”]. Vol. 1 (14/21). Moscow, pp. 453–467 (in Russ.).

Myers-Scotton, C., 2002. *Contact linguistics: Bilingual encounters and grammatical outcomes*. Oxford, <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198299530.001.0001>.

Nikitin, M. V., 2003. *Osnovaniya kognitivnoi semantiki* [Foundations of cognitive semantics]. St. Petersburg (in Russ.).

Novikov, V. I., 2016. *Slovar' modnykh slov* [Fashion words dictionary]. Moscow (in Russ.).

Repetti, L., 2006. The emergence of marked structures in the integration of loans in Italian. In: G. Randall and D. Arteaga, eds. *Historical romance linguistics: Retrospective and perspectives*. Amsterdam; Philadelphia, pp. 209–235, <https://doi.org/10.1075/cilt.274.13rep>.

Rogers, T. and McClelland, J., 2003. *Semantic Cognition: A Parallel Distributed Processing Approach*. Cambridge.

Russell, J., 2003. Core affect and the psychological construction of emotion. *Psychological review*, 11 (1), pp. 145–172, <https://doi.org/10.1037/0033-295X.110.1.145>.

Sharandin, A. L., 2013. Dynamic nature of conceptualization and categorization as the basis of human speech activity. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki* [Issues of Cognitive Linguistics], 1 (34), pp. 75–81 (in Russ.).

Stolz, C., 2009. A different kind of gender problem: Maltese loan-word gender from a typological perspective. In: B. Comrie, R. Fabri, E. Hume, M. Mifsud, T. Stolz, and M. Vanhove, eds. *Introducing Maltese Linguistics*. Amsterdam, pp. 321–353, <https://doi.org/10.1075/slcs.113.22sto>.

Tavabilova, L. I., 2011. To the question about the influence of loanwords on the formation of children's speech. In: *Sovremennaya filologiya v kontekste vzaimodeistviya yazykov i kul'tur : sbornik materialov mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Modern philology in the context of the interaction of languages and cultures. Collection of articles : materials of the international scientific and practical conference]. 9 February 2011. Sterlitamak, pp. 161–164 (in Russ.).

Thomason, S. and Kaufman, T., 1988. *Language contact, creolization, and genetic linguistics*. Berkeley.

Thomason, S., 2001. *Language contact*. Edinburgh.

Vol'f, Ye. M., 2006. *Funktsional'naya semantika otsenki* [Functional semantics of evaluation]. Moscow (in Russ.).

Volodarskaya, E. F., 2002. Lexical loans as a reflection of Russian and English contacts. *Voprosy Jazykoznanija* [Topics in the study of language], 4, pp. 96–118 (in Russ.).

Weinreich, U., 1968. *Languages in Contact: Findings and Problems*. Paris; New York.

Winford, D., 2003. *An Introduction to Contact Linguistics*. Oxford.



Zabotkina, V.I., 1997. Changes in the conceptual picture of the world in the aspect of the cognitive-pragmatic approach. In: *Kategorizatsiya mira: prostranstvo i vremya: materialy nauchnoi konferentsii* [Categorization of the world: space and time. Proceedings of the scientific conference]. Moscow, pp. 55–59 (in Russ.).

The authors

Prof. Vadim A. Belov, Associate Professor, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia.

ORCID: 0000-0002-4173-2000

E-mail: belov.vadim.a@gmail.com

Dr. Valentina M. Belova, manager, Power Machines Joint Stock Company, St. Petersburg, Russia.

ORCID: 0000-0002-6057-1580

E-mail: belova.valentina.m@gmail.com

To cite this article:

Belov, V.A., Belova, V.M., 2025, Cognitive mechanisms of semantic adaptation of borrowings in Russian, *Slovo.ru: Baltic accent*, Vol. 16, no. 1, pp. 39–58. doi: 10.5922/2225-5346-2025-1-3.

