

УДК 316

М.Д. Душин, М.Д. Красноцкая

Языковая политика: от моральной паники к эффективности правового регулирования

Аннотация:

Рассматривается социологический аспект языковой политики в контексте вступления в силу с 01.03.2026 г. Федерального закона № 168-ФЗ, регулирующего использование русского языка в публичном пространстве. Анализируется феномен общественной паники, связанной с неверной интерпретацией нормативного акта, исследуется гипотетический сценарий распространения ограничений на деловую коммуникацию. На основе анализа 30 единиц бизнес-сленга, нормативных словарей РАН и международного опыта сделан вывод о нецелесообразности жесткой регуляции лексического состава профессионального дискурса.

Ключевые слова: языковая политика, заимствования, бизнес-сленг, нормативная лексикография, социальная паника, деловая коммуникация.

Об авторах: Душин Максим Дмитриевич, Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана, студент кафедры «Безопасность в цифровом мире»; эл.почта: dushin@bmstu.ru

Красоцкая Милана Денисовна, Институт иностранных языков, Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы, кандидат филологических наук, ассистент кафедры теории и практики иностранных языков; эл. почта: krasotskaya-md@rudn.ru

Введение

1 марта 2026 г. вступили в силу изменения в законодательство о государственном языке Российской Федерации (Федеральный закон № 168-ФЗ), которые вызвали значительный общественный резонанс [17]. В информационном пространстве широко распространились следующие заголовки: «*Запрет иностранных слов с 1 марта 2026 года: что изменится*», «*Запрет иностранных слов с 1 марта 2026: что меняют и какие штрафы*

грозят бизнесу», согласно которым новый нормативный акт вводит тотальный запрет на использование иностранных слов [20; 9].

В общем понимании людей могло сформироваться представление о том, что произошел запрет на использование иностранных слов в том числе в деловой коммуникации. С точки зрения генезиса и динамики эта ситуация представляет собой классический объект социолингвистики. Современные медиа способны формировать и усиливать «моральную панику», когда общественная реакция на нормативное изменение значительно превосходит его реальное содержание и потенциальные последствия [21]. Отметим, что люди не всегда готовы вчитываться в тексты статей, им может хватить заголовка.

В рамках социолингвистического подхода языковая политика рассматривается не только как система юридических норм, но и как поле социального взаимодействия, где сталкиваются интересы различных групп, формируются общественные настроения и конструируются смыслы [1; 19]. Анализ Федерального закона № 168-ФЗ во взаимосвязи с Федеральным законом «О государственном языке Российской Федерации» и Законом «О защите прав потребителей» показывает, что реальное содержание нововведений оказалось существенно иным, нежели в панических интерпретациях [15; 16]. Поправки распространяются исключительно на сферу вывесок и визуальной информации для потребителей: *«Информация, предназначенная для публичного ознакомления потребителей и не являющаяся рекламой, за исключением информации, указанной в статьях 8, 9 и 10 настоящего Закона, размещается изготовителем ... с использованием вывесок или иных средств размещения информации (надписей, указателей, внешних поверхностей, информационных табличек, информационных знаков, конструкций, сооружений, технических приспособлений и других носителей, предназначенных для распространения информации...)*», не затрагивают средства индивидуализации (товарные знаки): *«Положения настоящей статьи не применяются к случаям использования фирменных наименований, товарных знаков, знаков обслуживания, а также к другим случаям, предусмотренным федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации...»* и не устанавливают запрета на использование иностранных слов как таковых: *«По усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца) информация, предназначенная для публичного ознакомления потребителей ... может быть выполнена также на иностранных языках».*

Требование о дублировании информации на русском языке, уже существовавшее в законодательстве, было уточнено, но не ввело новых ограничений на лексический состав деловой или бытовой речи [16]. Таким образом, широкая общественная дискуссия развернулась вокруг нормативного акта, фактическое содержание которого оказалось значительно более умеренным, что подтверждает тезис о социальном конструировании правовых смыслов [6; 15].

Модели языковой политики: от запретительной к адаптационной

Для оценки возможных последствий языкового регулирования необходимо рассмотреть гипотетическую ситуацию, при которой законодательство действительно установило бы запрет на использование иностранных слов в деловой коммуникации за исключением лексем, зафиксированных в нормативных словарях Российской академии наук. Такой сценарий означал бы радикальное изменение действующего правового подхода, который в настоящее время базируется на принципе защиты русского языка как государственного, но не на императивном запрете заимствований [6; 15]. С точки зрения социолингвистики, подобное регулирование вступило бы в противоречие с объективными процессами языкового развития. Заимствования, в особенности англицизмы, выступают неотъемлемой частью динамики современного русского языка, выполняя функцию заполнения лексических лакун и маркируя принадлежность к профессиональным и социальным группам [4; 18].

Анализ современного делового сленга на примере 30 слов, активно используемых в профессиональной коммуникации [11], показывает разрыв между реальной речевой практикой и гипотетическим нормативным предписанием. Проверка по актуальным нормативным словарям РАН – «Орфографическому словарю русского языка» и «Словарю иностранных слов» – показывает, что значительная часть этой лексики не имеет фиксации в качестве нормативной [12; 13].

К числу таких слов, отсутствующих в указанных словарях, относятся: *абюз* (*абьюз*) – злоупотребление привилегиями, бонусами или механиками в интернет-сервисах и играх с целью получения несправедливой выгоды; *апрув* – одобрение, согласие с предложенным вариантом; действие по утверждению задачи или документа; *беклог* – упорядоченный список задач, требований или работ, подлежащих выполнению в проекте (преимущественно в гибких методологиях разработки); *брейнштурмить* – проводить коллективное обсуждение для генерации идей и решений (мозговой штурм); *бэкграунд*

– совокупность жизненного опыта, образования и профессиональных навыков человека; контекст ситуации; *вайб* – атмосфера, настроение или энергетика, исходящие от человека, места или события; *Девелопер* – разработчик программного обеспечения; предприниматель, занимающийся созданием и реконструкцией объектов недвижимости; *дефолтный* – установленный по умолчанию, стандартный (в технике); связанный с невыполнением финансовых обязательств; *дискаверить* – обнаруживать, открывать новую информацию или закономерности в процессе исследования; *инпут* – входные данные, информация для обработки; вклад, мнение или обратная связь от участника процесса; *канселиться* – отменяться (о встречах, планах); подвергаться публичному бойкоту («культуре отмены»); *комплаенс* – система обеспечения соответствия деятельности организации законодательным нормам, внутренним правилам и этическим стандартам; *краш* – внезапный сбой работы программы или системы; *мейнстримный* – относящийся к основному направлению культуры, массовый, общепринятый, популярный; *наблиш* – действие по публикации, размещению контента, статьи или релиза в открытом доступе; *пайплайн* – последовательность автоматизированных этапов обработки данных или выполнения бизнес-процессов (конвейер); *рандомный* – случайный, произвольный, выбранный без системы или закономерности; *ресерчить* – проводить исследование, изучать информацию, анализировать данные по заданной теме; *синкануться* – синхронизироваться: согласовать действия, обменяться информацией для координации работы [10; 14; 7; 2; 3; 5].

Перечень демонстрирует, что значительный пласт лексики, составляющий основу неформальной деловой коммуникации в таких сферах, как ИТ, управление проектами, маркетинг и стартап-культура, не прошел процедуру кодификации. Более того, как отмечается в исследованиях молодежного «фунглиша», использование подобных заимствований часто становится стилистическим маркером, отражающим принадлежность к определенному профессиональному сообществу, а его искусственное ограничение сталкивалось бы с устойчивыми социальными практиками [18].

Внедрение гипотетического запрета на использование незафиксированных в словарях РАН иностранных слов столкнулось бы с фундаментальной проблемой – значительным временным разрывом между появлением новой лексики в речи и ее фиксацией в нормативных словарях. Процесс признания слова элементом литературной нормы в российской лексикографической традиции представляет собой сложную,

многоступенчатую процедуру, включающую наблюдение за частотностью употребления, экспертную оценку и редакционную работу [1; 12; 13].

Такой процесс может занимать от нескольких лет до десятилетий, что создает ситуацию, при которой легальная деловая коммуникация была бы вынуждена оперировать лексикой, заведомо отстающей от актуальных языковых потребностей. В социолингвистике такое отставание институциональной нормы от реального языкового узуса называется «временным лагом» и рассматривается как естественное, но труднопреодолимое препятствие для жесткого административного регулирования [1; 19]. Задержка в легитимации новых слов создала бы существенные барьеры для коммуникации в динамично развивающихся отраслях экономики, где скорость появления новой терминологии максимальна.

Если бы гипотетически подобный закон был принят, его результативность с социолингвистической точки зрения оказалась бы крайне сомнительной. Язык выступает саморегулирующейся системой, поэтому государственное регулирование, не подкрепленное широким общественным консенсусом, редко достигает своих целей. Как показывает анализ языковой политики, попытки прямого запрета заимствований часто приводят к обратному эффекту, поскольку они вступают в противоречие с объективными потребностями коммуникации и социальной стратификации [1; 6; 19].

Заимствования, в частности англицизмы, продолжают активно проникать в русский язык через каналы массовой культуры, профессиональных сообществ и интернет-коммуникации [4; 18]. В условиях глобализации и цифровизации эти процессы носят трансграничный характер, что делает их практически неуязвимыми для национального законодательства, сфокусированного лишь на публичной сфере. Таким образом, в случае принятия столь жесткого закона следовало бы ожидать не исчезновения иностранных слов из делового оборота, а их ухода в неформальные каналы коммуникации или массового, но трудно фиксируемого нарушения нормы.

Аналогичные попытки ограничить использование иностранной лексики предпринимались в разных странах, и их результаты позволяют сделать обоснованные выводы. Наиболее известным примером оказывается языковая политика Франции, где действует Закон «О применении французского языка» (Закон Тубона). Несмотря на строгие требования к использованию французского языка в официальной, деловой и рекламной

сферах, проникновение англицизмов во французский язык не только не прекратилось, но и усилилось, особенно в таких сферах, как IT, бизнес или молодежная культура [1].

Другой пример – Исландия, где действует активная политика языкового пуризма, направленная на создание неологизмов на исландской основе вместо заимствований. Данная политика имеет определенный успех, однако он обусловлен уникальными факторами: высокой степенью языкового единообразия, небольшим размером языкового сообщества и последовательной государственной поддержкой на протяжении десятилетий [1; 19]. Экстраполяция этого опыта на российские реалии затруднена из-за различий в масштабе страны, языковом разнообразии и характере лексического влияния. Обобщая международный опыт, можно заключить, что наиболее релевантной становится не запретительная, а адаптационная модель языковой политики, которая фокусируется на развитии языковой культуры и терминологической работе, а не на запретах [6].

Заключение

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что паника, возникшая вокруг Федерального закона № 168-ФЗ, была в значительной степени социально сконструирована и не соответствовала его реальному содержанию. С социологической точки зрения, это явление представляет собой классический пример моральной паники, инициированной и усиленной информационной средой [21]. Реальные правовые изменения не вводили тотального запрета на иностранные слова, а лишь уточнили требования к информации на вывесках в рамках уже существовавшей системы защиты прав потребителей [16; 17].

Гипотетический сценарий более жесткого регулирования столкнулся бы с непреодолимыми препятствиями: значительным разрывом между реальным лексиконом и нормативными словарями, длительностью процесса кодификации, низкой эффективностью запретительных мер в условиях глобализации и негативным опытом других стран. Таким образом, разразившаяся паника не имела под собой достаточных оснований. Более того, сам факт подобного общественного резонанса свидетельствует о высокой чувствительности общественности к вопросам языкового регулирования и подчеркивает необходимость взвешенной, основанной на научных данных языковой политики, которая учитывает как объективные тенденции языкового развития, так и потребности эффективной коммуникации [1; 6; 19].

Библиографический список:

1. Алпатов В.М. Языковая политика и родной язык // Социолингвистика. 2020. Т. 3, № 3. С. 115-125.
2. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.
3. Бизнес-словарь: экономическая лексика / сост. И.В. Иванова. М.: Инфра-М, 2020. 250 с.
4. Ван Чжунпин. Роль заимствований в современном русском языке: англицизмы и их влияние // Вестник науки. 2025. № 6 (87). С. 1318-1322.
5. Глоссарий терминов гибких методологий (Agile) / сост. Е.В. Соколова. М.: Альпина Паблишер, 2021. 156 с.
6. Замятин К.Ю. Формирование государственной языковой политики после принятия поправок 2020 г. к Конституции: конституционные основы и ограничения // СВГВ. 2025. № 1 (50). С. 187-198.
7. Крысин Л.П. Современный словарь иностранных слов: свыше 7000 слов и выражений. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2012. 416 с.
8. Лопатин В.В. Русский орфографический словарь: около 200 000 слов. 4-е изд., доп / В.В. Лопатин, О.Е. Иванова. М.: АСТ-ПРЕСС, 2013. 960 с.
9. Мальцев Б. Запрет иностранных слов с 1 марта 2026: что меняют и какие штрафы грозят бизнесу // Клерк.ру. 10.12.2025. URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/672126/> (дата обращения: 27.03.2026).
10. Национальный корпус русского языка / Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. М., 2003. URL: <https://ruscorpora.ru> (дата обращения: 27.03.2026).
11. Нуйкина А. Бизнес-сленг: 30 слов, чтобы синкануться с коллегами // СберБизнес Live. URL: <https://sberbusiness.live/publications/biznes-sleng> (дата обращения: 25.03.2026).
12. Орфографический словарь русского языка как государственного языка Российской Федерации / под ред. В.В. Лопатина. М.: Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, 2025. URL: https://ruslang.ru/normativnyje_slovari (дата обращения: 25.03.2026).

13. Словарь иностранных слов / под ред. Л.П. Крысина. М.: Институт лингвистических исследований РАН, 2025. URL: https://ruslang.ru/normativnyje_slovari (дата обращения: 25.03.2026).
14. Словарь современных компьютерных терминов: англо-русский / под ред. А.В. Петрова. М.: ДМК Пресс, 2019. 320 с.
15. Федеральный закон от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102100688> (дата обращения: 25.03.2026).
16. Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 2025 г.) «О защите прав потребителей» // КонсультантПлюс: справ.-правовая система. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 25.03.2026).
17. Федеральный закон от 24.06.2025 № 168-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // КонсультантПлюс: справ.-правовая система. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_508347/ (дата обращения: 25.03.2026).
18. Хазимуллина Е.Е. Русский язык в свете молодежного рунглиша // Мир русскоговорящих стран. 2023. № 4 (18). С. 69-86.
19. Черныш М.Ф. Языковой вопрос и языковая политика в современном обществе // Мир России. Социология. Этнология. 2024. № 4. С. 94-109.
20. Шубина Ю. Запрет иностранных слов с 1 марта 2026 года: что изменится // Альфа-Курс. 26.03.2026. URL: <https://kurs.alfabank.ru/articles/zapret-inostrannyh-slov-chto-izmenitsya/> (дата обращения: 27.03.2026).
21. Walsh J.P. Social media and moral panics: Assessing the effects of technological change on societal reaction // International Journal of Cultural Studies. 2020. DOI: 10.1177/1367877920912257.

Dushin M.D., Krasotskaya M.D. **Language Policy: From Moral Panic to the Effectiveness of Legal Regulation**

The article examines the sociological aspect of language policy in the context of the entry into force on March 1, 2026 of Federal Law No. 168-FZ regulating the use of the Russian language

in public space. The phenomenon of public panic associated with the misinterpretation of the normative act is analyzed, and a hypothetical scenario of extending restrictions to business communication is explored. Based on an analysis of 30 units of business slang, normative dictionaries of the Russian Academy of Sciences and international experience, a conclusion is drawn about the inexpediency of strict regulation of the lexical composition of professional discourse.

Keywords: language policy, borrowings, business slang, normative lexicography, social panic, business communication.