

## УПОТРЕБЛЕНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ В РУССКОЙ РЕЧИ (НА ПРИМЕРЕ СМИ)

Чорнопольская Ю.Э.  
Научный руководитель – И.И. Гришина

*Сибирский федеральный университет*

В процессе исторического развития человеческие языки постоянно выступали и продолжают выступать в определенных контактах друг с другом. Языковым контактом называется взаимодействие двух и более языков, оказывающих какое-либо влияние на структуру и словарь одного или многих из них. В настоящее время интерес лингвистов сосредоточен на русско-английском языковом контакте. Появление большого количества иноязычных слов английского происхождения, их быстрое закрепление в русском языке объясняется стремительными переменами в общественной и научной жизни. Усиление информационных потоков, появление глобальной компьютерной сети Интернета, расширение межгосударственных и международных отношений, развитие мирового рынка, экономики, информационных технологий, участие в олимпиадах, международных фестивалях, показах мод – все это не могло привести к вхождению новых слов в русский язык.

Среди иностранных заимствований в русском языке можно выделить следующие группы. **Прямые заимствования** – слова, которые встречаются в русском языке приблизительно в том же виде и в том же значении, что и в языке оригинале. Это такие слова, как *депозит* – вклад, *мани* – деньги. **Гибриды** – данные слова образованы присоединением к иностранному корню русского суффикса, приставки и окончания. В этом случае часто изменяется значение иностранного слова-источника, например: *бузить* – busy – беспокойный, суетливый. **Калька** – слова иноязычного происхождения, употребляемые с сохранением их фонетического и графического облика. Это такие слова, как *девайс*, *форвард*, *диск*, *тур*, *бренд*. **Полукалька** – слова, которые при грамматическом освоении подчиняются правилам русской грамматики (прибавляются суффиксы). Например: *кликать* – to click – нажимать на клавиши мыши; *коннектиться* – to connect – соединяться при помощи компьютеров. **Экзотизмы** – слова, которые характеризуют специфические национальные обычаи других народов и употребляются при описании нерусской действительности. Отличительной особенностью при описании является то, что они не имеют русских синонимов. Например: *мистер*, *кекс*, *чисбургер*, *доллар*. **Иноязычные вкрапления**. Данные слова обычно имеют лексические эквиваленты, но стилистически от них отличаются и закрепляются в той или иной сфере общения как выразительное средство, придающее речи особую экспрессию, например: *о кей.*, *vip*. **Композиты** – слова, состоящие из двух английских слов, например: *секонд-хенд* – магазин, торгующий одеждой, бывшей в употреблении; *видеосалон* – комната для просмотра фильмов. **Жаргонизмы** – слова, появившиеся вследствие искажения каких-либо звуков, например: *крезанутый* (crazy).

Изучением причин заимствования иноязычных слов занимались многие лингвисты. В работе Л.П. Крысины указывается, что Э. Рихтер основной причиной заимствования слов считает необходимость в наименовании вещей и понятий. Перечисляются и другие причины, различные по своему характеру – языковые, социальные, психологические, эстетические и т.п., потребность в новых языковых формах, потребность в расчленении понятий, в разнообразии средств и их полноте, в

практической ясности, в удобстве и т.д. Сам процесс языкового заимствования рассматривался им в неразрывной связи с культурными и иными контактами двух разных языковых обществ и как часть и результат таких контактов.

Вслед за Л.П. Крысиным М.А. Брейтер выделяет следующие причины заимствований.

1. Отсутствие соответствующего понятия в когнитивной базе языка-рецептора. В словарь человека 90-х годов прочно вошли такие англицизмы, как *ноутбук*, *таймер*, *сканер*, *принтер* и другие. Им были отмечены случаи, когда заимствования использовались для обозначения понятий, новых для языка-рецептора и не имеющих в языке источнике. Это происходит в тех случаях, когда в родном языке сразу не находится точного слова, а в другом языке есть две единицы, которые соединившись подходят од наименования. То есть здесь мы имеем не столько заимствование, сколько образование нового русского слова из нерусских элементов. Автор приводит пример англицизма *шоп-тур*, который понятен носителем русского языка, но не имеет эквивалентов в английском языке, поэтому его нельзя назвать в полном смысле англицизмом. В печати часто встречается композит *авто-тур* (поездка за границу с целью приобретения автомобиля).

2. Отсутствие соответствующего наименования в языке-рецепторе. М.А. Брейтер отмечает, что около 15% англицизмов заимствуются по этой причине. К ним относятся: *виртуальный*, *инвестор*, *спонсор*, *спрей*. Например: «*Подробную информацию вы можете получить на нашем сайте*». «*Сайт*» в переводе с английского – *местонахождение, местоположение*. Отмечается, что грань между этой и предыдущей группой размыта, так как в ряде случаев трудно утверждать, является ли данное понятие новым для языка-рецептора, например, *инвестор*. К этой группе автор относит заимствования, которые в силу некоторых причин (легче произносятся, короче, конкретнее по семантике) вытеснили исконно русские или ранее освоенные единицы, например, *прайс-лист* (вместо *прейскурант*), *имидж* (вместо *образ*).

3. Выражение позитивных или негативных коннотаций, которыми не обладает эквивалентная единица в языке-рецепторе.

Среди социально-психологических причин, влияющих на процесс заимствования можно назвать увеличение количества говорящих и знающих английский язык в России. Большой поток выезжающих из страны, долго живущих в англо-говорящих странах и возвращающихся обратно, является причиной частого переключения на английский язык.

Мощным толчком для развития процесса заимствования английской лексики является ее употребление в речи авторитетных личностей. Например, из речи 1-ого вице-премьера И. Шувалова: «*Лучше будет, когда мы будем выполнять наш антикризисный план, но ситуация будет изменяться к лучшему только вместе с положительными трендами в мировой экономике*». Это пример замены существующей единицы «*тенденция*» на более краткую «*тренд*».

Мы проанализировали ряд номеров газет «Аргументы и факты» и «Тихоокеанская звезда» за 2009 год и установили, что чаще всего слова английского происхождения используются в рубриках:

- статьи на экономические и политические темы; например, «*На эту среду в Москве был намечен саммит Евразийского экономического сообщества*». «*Саммит*» в переводе с английского «*вершина*», что означает встречу глав государств. «*В дверях НАТО фейс-контроль, который не пропустит Россию внутрь альянса*». «*Уверен, холдинг в современных условиях хозяйствования привлечет в разы больше инвестиций, станет более активным лоббистом интересов своих участников*». Здесь *холдинг* – это акционерная компания, контролирующая другие компании, т.е. главное предприятие,

*инвестиции* – капиталовложения, *лоббист* – закулисный делец. В этом случае не понятно значение слова *лоббист*.

- статьи о спорте: например, «*А если без одежды никак – тогда прямая дорога в клуб фитнеса*». В переводе с английского «*фитнес*» – «соответствие», т.е. *соответствовать, быть в форме*. «*Оборудованы каток, трасса для сноублэйда*». *Сноублэйд* – это трюковые лыжи. В данном случае англицизм заимствован вместе с реалией, т.к. русскому человеку не знаком такой вид спорта. «*С точки зрения начальника спорта, ключевым должен быть скорее учитель химии, чтобы российских спортсменов реже на допинге ловили*». *Допинг* – производное от английского глагола, который обозначает «*употребление наркотических веществ*».

- рекламные статьи: например, «*Вы не только хорошо отдохнете, но и совершите отличный шопинг*». Другими словами, *сделаете хорошие покупки*. «*Телефоны провайдеров продукции «Бизнес Ланч» указаны ниже*». «*Провайдер*» – поставщик, «*ланч*» – второй завтрак. В данном случае слово «*провайдер*» вполне могло быть заменено русским аналогом.

Многие англицизмы имеют вполне подходящие синонимы в русском языке и часто используются для заголовков статей с целью привлечения внимания и создания рекламы. В газете «Тихоокеанская звезда» № 54 за 2009 г есть статья «*Им грозит дефолт*». В переводе с английского «*дефолт*» обозначает *невыполнение долговых денежных обязательств*. В статье англицизм «*дефолт*» употребляется в значении «*падение курса одной валюты по отношению к другой*». Например, «*Эти страны в списке государств, которым грозит дефолт, посмотрим, чья валюта окажется сильнее*». Такая трактовка данного англицизма не отражает истинного значения, по сути, становится эффимизмом. Употребляемые немотивированно слова английского происхождения часто являются агнонимами (т.е. словами, значение которых непонятно большинству носителей языка). Зачастую они требуют специальной расшифровки, семантизации средствами родного языка. «*Там получить какой-то рейтинг, и в зависимости от него тебе дают путевку в какую-нибудь страну*». Слово «*рейтинг*» вполне могло быть заменено соответствующим ему русским словом «*оценка*». Во фразе: «*Под видом семинара ответственные сотрудники префектуры Северного округа с семьями провели чудный уик-энд в фешенебельном подмосковном отеле*». Здесь «*уик-энд*» и «*фешенебельный*» можно заменить словами «*выходные*» и «*модный*» соответственно. И еще несколько примеров: «*Как известно, КНР предпочитает подделывать всемирно известные бренды*». Почему бы слово «*бренд*» не заменить словом «*марка*», которое является синонимом. Или, «*Позже художник пиарил это своим знакомым и друзьям*». Почему «*пиарил*», а не «*рекламировал*»!

Наличие лексических дублетов наименований устраняются с течением времени: одни из них утверждаются в активном составе языка, другие выход из активного запаса языка как менее употребляемые. С одной стороны англицизмы, проникающее в русский язык, – явление закономерное, отражающее экономические, политические, общественные связи России с другими странами. С другой стороны, в погоне за «иностранным» мы все больше теряем свою самобытность в языке, а язык отражает образ жизни и образ мыслей. В результате теряется интерес к родному языку, литературе, культуре, прогрессирует косноязычие и снижается грамотность. По прошествии нескольких десятилетий в русском языке может оказаться большое количество слов английского происхождения, вытеснивших исконно русские эквиваленты. Сейчас англицизмы активно используются в СМИ, хотя во многих случаях могли бы быть заменены русскими словами. Нередко можно обойтись средствами русского языка, не прибегая к иноязычным элементам, отдавая дань моде.