

З. Мухамедьярова

*Атырауский Государственный Университет им. Х. Досмухамедова, 3 курс
Научный руководитель: к.ф.н А.И. Леонова*

АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Английский язык является важным международным языком в мире, с каждым днем в русском языке появляется все больше английских заимствований или англицизмов. Словарь И. О. Ожегова дает точное определение англицизму: «это слово или оборот речи в каком-нибудь языке, заимствованные из английского языка или созданные по образцу английского слова или выражения» [Словарь Ожегова: URL].

Англицизмы быстро проникают в систему русского языка, а использование англоязычных элементов становится нормой и в речи, и в письме.

Известный ученый Л.П. Крысин считает основными причинами заимствований иностранных слов следующие: «потребность в наименовании новой вещи, необходимость разграничить различающиеся понятия, близкие по смыслу, необходимость специализации понятий, а также социально-психологические причины и факторы заимствования, например, восприятие иноязычного слова как более престижного» [Крысин 1996: 158-159].

Сленг, будучи динамичным явлением, постоянно развивается и пополняется. Одним из способов его пополнения является заимствование иностранных слов преимущественно из английского языка. Увлечение англицизмами стало модной тенденцией, которая обусловлена некоторыми убеждениями, созданными в молодежном обществе. Таким убеждением является представление о том, что уровень жизни в западных странах, в частности в Америке, намного выше, чем в России и странах СНГ в целом. Русско-язычная молодежь пытается всеми силами приобщиться к идеализированной американской культуре и стилю жизни, употребляя в речи сленгизмы английского происхождения [Сумцова 2012: 247-250].

Одним из естественных процессов изменения лексико-семантической системы любого языка является заимствование, и нет такого языка, который был бы совершенно свободен от иноязычных влияний.

Заимствованием считается такая языковая единица, которая переходит из языка-донора в язык-реципиент в результате экономических, политических и культурных связей народов, ассимилируется в воспринимающем языке [Смирницкий 1956: 123-124].

На данный момент одна из актуальных проблем современной лингвистики это взаимодействие и взаимовлияние языков и культур. Ярким примером языковых контактов можно считать появление и функционирование в одном языке слов другого языка. Так для начала XXI века характерно расширение сфер международных контактов, где английский язык становится языком международного общения. Политико-экономическая роль англоязычных стран в мире, где их превосходство в некоторых сферах деятельности в значительной степени активизирует появление и использование англицизмов, которые в конце XX в. проникли в русский язык стремительно и в больших количествах.

Тенденция к употреблению слов, пришедших из английского языка, вместо русских со схожей, а порой и идентичной семантикой, начала проявляться с 50-х годов XX века и была названа В. В. Виноградовым «американобесием» [Григорян 2005: 62-68]. Особенно она усилилась в 1980-90-х годах и продолжается до сегодняшнего дня.

В наши дни использование англицизмов и гибридных образований на их основе вышло за рамки профессиональных сфер общения или авторского слога современной литературы, они очень популярны в СМИ и рекламе.

Среди других причин заимствования иностранных слов можно выделить их актуальность. Это означает, что понятие становится употребительным, легко образует производные, делается объектом сознательного употребления в том случае, если затрагивает важные стороны деятельности человека.

Существует несколько способов заимствования.

Прямое заимствование возникает тогда, когда иностранное слово в русском языке находится в том же значении и имеет ту же звуковую форму, что и в исходном, например, мани (*money* от англ. деньги), уик-энд (*weekend* от англ. выходные), спорт (*sport*), бой (*boy* от англ. мальчик), пипл (*people* от англ. люди), тиней-джер (*teenager*), брейк (*break* от англ. перерыв). Данный способ является наиболее частотным. Такой способ заимствования осуществляется с помощью транскрипции и транслитерации.

Транскрипцией называется запись иностранных слов русскими буквами с учетом их произношения. Например, бойфренд (*boyfriend* от англ. возлюбленный), бизи (*busy* от англ. занятой), фэйк (*fake* от англ. подделка).

Транслитерация — это способ заимствования, при котором буквы заимствуемого слова заменяются буквами русского языка. Например, бест (*best* от англ. лучший), дизастер (*disaster* от англ. несчастье), литл (*little* от англ. маленький), хобби (*hobby*) [Хорольцева 2014: 116–117].

Гибридизация — способ заимствования, при котором к английскому слову добавляется русский суффикс, например, аскаль от аск

(*ask* от англ. спрашивать), *кликнуть* от *клик* (*click* от англ. щелчок), *юзать* и *юзеровский* от *юз* (*use* от англ. использовать), *дринкать* от *дринк* (*drink* от англ. пить), *пиарить* от *пиар* (*PR, public relations* от англ. отношения с общественностью), а также образованные от него существительное *пиарщик*, прилагательное *распиаренный*.

Калька применяется, когда англицизм соответствует фонетическому и графическому образу, например, меню (*menu*), клуб (*club*), спорт (*sport*), вирус (*virus*), диск (*disk*).

Полукалька — один из способов заимствования, при котором происходит изменение англицизмов по грамматическим нормам, например, драйв (*drive*)— драйва, кеш (*cash* от англ. наличные деньги) — кешем, кеша.

Экзотизмы — это выражения, которые не имеют аналогов, например, чизбургер (*cheeseburger*), хот-дог (*hot-dog*), чипсы (*chips*), фастфуд (*fastfood*), доллар (*dollar*), шериф (*sheriff*).

Композиты— это соединение двух английских слов, например, секонд-хэнд (*secondhand*), кофе-шоп (*coffeeshop*), шоу-бизнес (*show business*), шопинг-молл (*shopping mall*), хэппи-энд (*happy end*), хай-тек (*high tech*) [Сумцова 2012: 42–43]. Заимствования могут осуществляться на разных уровнях: графическом (бар *ПодЗемка*, *Глюкоза*, *Духless*), морфологическом, лексическом (*секонд-хэнд*), синтаксическом и орфографическом, например написание каждого слова в названии товара с большой буквы [Бойко 2014: 33-34].

Заимствования также можно разделить следующим образом, распределяя слова на определенные тематики [Сумцова 2012: 247-250]:

1. Развитие компьютерных технологий и социальных сетей, которые пользуются популярностью среди представителей молодежи, безусловно, влияет на состояние сленга. IT-термины прочно вошли в нашу жизнь: *site*-сайт, браузер (*browser*), интерфейс (*interface*), *user* — *юзер*, *gamer* — *геймер*, *login* — *логин*, *e-mail*- *мэйл*. Некоторые сленгизмы вошли в лексикон русского человека сравнительно недавно.

2. Современная музыкальная и «клубная» культура, а также киноиндустрия оказывают непосредственное влияние на жизнь молодых людей. К этой группе относятся такие слова, как *release* — *релиз*, *playlist* — *плейлист*, *remake* — *ремейк*, *face-control* — *фейс-контроль*. Некоторые англицизмы подверглись сокращению и перешли в сленг русской молодежи в сокращенном виде, например слово *шоубиз* (от англ. *show-business*).

3. СМИ и телевидение являются неотъемлемой частью жизни молодежи и, следовательно, влияют на состояние сленга. Благодаря средствам массовой информации молодежьней вокабуляр пополнился такими словами, как *prime-time* — *прайм-тайм*, *talk-show* — *ток-шоу*, *image-maker* — *имиджмейкер*.

4. **Названия популярных видов спорта** также заимствуются русским языком. Данная группа включает в себя следующие заимствования: *fitness* — *фитнес*, *bodybuilding* — *бодибилдинг*, *shaping* — *шейпинг*. Массовое использование приведенных сленговых единиц в речи русской молодежи обусловлено тем, что набирает популярность и все большее количество поклонников так называемый «культ красивого тела», широко пропагандируемый на Западе.

5. **Производственные термины**, внедряемые работниками различных сфер профессиональной деятельности: *marketing* — *маркетинг*, *leasing* — *лизинг*, *broker* — *брокер*, *manager* — *менеджер*, *promoter* — *промоутер*, *logist* — *логист*. Причем, некоторые молодые люди, употребляя в своей речи англицизмы, делают ошибки, например, ставят ударение в слове маркетинг на второй слог.

6. **Развитие сетей быстрого питания** стало причиной появления некоторых сленгизмов, таких как *fast-food* — *фаст-фуд*, *cheeseburger* — *чизбургер*, *hot-dog* — *хот-дог*. Тенденция широкого употребления подобных слов в русской речи берет свое начало еще в 90 гг. прошлого столетия в связи с открытием первых магазинов быстрого обслуживания. Сленгизмы этой группы также подвергаются сокращению: макдак (от англ. McDonald`s).

7. **Подражание образу жизни американской и английской молодежи** послужило стимулом к появлению самой многочисленной сленговой группы. В нее входят следующие слова, которые употребляются русской молодежью в повседневном общении и в стандартных бытовых ситуациях: *boyfriend* — *бойфренд*, *weekend* — *уикенд*, *party* — *пати*, *looser* — *лузер*, *baby* — *бейби*, *go* — *гоу*. Некоторые из этих сленговых единиц уже не расцениваются как сленг вовсе, так как они прочно вошли в нашу жизнь и, как следствие, в наш словарный запас.

В современном мире именно социальные сети являются одними из главных источников заимствования англицизмов. С появлением таких социальных сетей, как Facebook и Вконтакте, в разговорной речи появились слова *лайк* (*like* от англ. нравиться), и образованные от него глаголы лайкнуть, залайкать, которые означают, что кому-то понравился ваш *пост* (*post* от англ. запись на странице в социальной сети). С появлением такой социальной сети как Twitter в русской речи появились слова *твит* (*tweet* от англ. щебетать, чирикать; сообщение длиной в 140 символов), образованный от него глагол *твитнуть* (написать о чем-либо), существительное *ретвит* (*retweet* — цитирование, перепубликация). Сеть Instagram добавила в нашу речь слова *фолловер* (*follower* от англ. читатель, подписчик).

Множество новых и ранее не использовавшихся слов мы узнали благодаря Интернету. Например, *блог* (*blog* от англ. «личный, групповой или общий дневник, опубликованный в Интернете») [Евтюгина 2009: 202-

203], образованное от него *блоггер*, *месседж* (*message* от англ. сообщение, письмо), *хостер* (*host* от англ. хозяин), *спам* (*spam* от англ. ненужная адресату информация), *хакер* (*hacker* от англ. компьютерный взломщик).

Выше перечисленная лексика наиболее часто употребляется в молодежной среде, поэтому можно считать, что молодежь является главным распространителем новых слов. Согласно статистическим данным молодежный сленг на 35 % состоит из иноязычных заимствований [Нарочная 2009: 86-87].

В разговорной речи молодых людей часто употребляются такие слова, как *гоу* (*go* от англ. идти), *сопи* (*sorry* от англ. извини), *окей* (*OK* от англ. хорошо), *хай* (*hi* от англ. привет), *изи* (*easy* от англ. легко), *бойфренд* (*boyfriend* от англ. возлюбленный), *соу-соу* (*so-so* от англ. так себе), *тру* (*true* от англ. правда, точно).

Проанализировав тему обсуждения и изучив классификации заимствований, становится видно, что в каждой сфере деятельности людей присутствуют многочисленные англицизмы.

Благодаря развитию наук и техники, кино и модной индустрии, укреплению международных отношений в русский язык приходит множество новых слов. Все эти изменения в языке даже не всегда успевают фиксироваться словарями, которые в свою очередь «показывают, что язык становится более мобильным, точно реагирует на ситуацию общения, так как предоставляет пользователям возможность выбора какого-либо варианта для решения коммуникативных задач» [Евтюгина 2010: 198-199].

Язык любого народа развивается, изменяется, впитывая в себя нововведения, отсекая лишнее и оставляя то, что ему необходимо и никак не может жить изолированной жизнью. Заимствование слов – естественный и необходимый процесс языкового развития, и нет такого языка, который был бы совершенно свободен от иноязычных влияний.

ЛИТЕРАТУРА

Бойко С. А. Англицизмы в современном русском языке: лингвоэкологический аспект // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2. – С. 33-34.

Григорян А.Е. Культура речи. Американобесие уходит? // Русская речь. – 2005. – №1. – С. 62-68.

Евтюгина А. А. Современный словарь-справочник по культуре речи для школьников / сост. А. А. Евтюгина. — Екатеринбург: У-Фактория. М.: АСТ МОСКВА, 2009. — 352 с.

Евтюгина А. А. Динамика нормы русского языка // Русский язык в диалоге культур: материалы междунар. науч. конф.: в 3 ч. / науч. ред. Л. В. Ковалева; Воронеж. гос. арх.-строит. ун-т. – Воронеж, 2010. — Ч. 1. – С. 198-199.

Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) / отв. ред. Е.А. Земская. — М.: Языки рус. культуры, Москва, 1996. – С. 158-159.

Нарочная Е. Б. Иноязычные слова в современной российской публицистике // Язык и культура. – 2009. – № 4. – С. 86-87.

Сумцова О.В. Причины использования англицизмов в русском молодежном сленге // Молодой ученый. – 2012. – № 4. – С. 42-43.

Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. – М., 1956. – 259 с.

Толковый словарь русского языка (Словарь С.И. Ожегова) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ozhegov.org/words/487.shtml>.

Хорольцева В. С. Активные процессы заимствования англицизмов в русском и чешском языках // Филология и лингвистика в современном обществе: материалы II междунар. науч. конф. — М.: Буки-Веди, 2014. – С. 116-117.