

МОВАЗНАЎСТВА

УДК 81'373.45:070

© Р. Д. Астрашевская, А. Р. Шкель

АНГЛИЦИЗМЫ В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННЫХ РУССКИХ СМИ

Рассматриваются понятие «заимствование», причины проникновения англицизмов в СМИ, заимствованные лексические единицы в СМИ, анализируется степень понимания реципиентом англицизмов в СМИ. Установлено, что использование англицизмов в СМИ не всегда оправдано, так как реципиенты не могут или затрудняются объяснить их значение. Выявлено в результате опроса, что значение 32% англицизмов понятно всем респондентам, значение 18% англицизмов не понятно ни одному респонденту – это узко специализированные англицизмы, относящиеся к таким сферам жизни, как спорт, политика, экономика.

The article deals with the concept of «borrowing» and the causes of penetration of anglicisms in the media, with borrowed lexical units in the language of mass media; the degree of recipient's understanding of the anglicisms found in newspaper sources is studied. The study found that the use of anglicisms in the language of mass media is not always justified, since the recipients don't understand the semantics of many words, or they are at a loss to explain it. The poll found that 32% of anglicisms were understood by all respondents. 18% of anglicisms were not clear to any respondent. These are highly specialized anglicisms relating to such areas of life as sport, politics, economics.

Введение

В настоящее время в современном русском языке используются многочисленные англицизмы. Существенную роль в их распространении играют средства массовой информации. Появление большого количества иноязычных слов английского происхождения объясняется переменами в общественной и научной жизни: усилением информационных потоков, появлением Интернета, расширением межгосударственных и международных отношений, развитием мирового рынка, экономики, информационных технологий. Однако целесообразно делать различие между функционально оправданными и агрессивными, тотальными заимствованиями. Многие русисты усматривают опасность для русского языка в том, что англицизмы широко проникают в него через средства массовой информации, что в последние годы в русский язык с помощью телевидения, радио, прессы искусственно внедряется огромное количество иностранных слов, что это оказывает отрицательное воздействие на национальный дух

россиян, психический склад народа, трансформируя укоренившиеся в нем традиционные духовно-нравственные начала [1].

Цель данного исследования состоит в выявлении степени понимания носителями русского языка англицизмов, встречающихся в газетных источниках. Фактическим материалом послужили лексические англицизмы, отобранные из газет, издаваемых в Беларуси на русском языке (за февраль-апрель 2014 г.). Методы исследования – описательный с элементами семантического и количественного анализа, экспериментальный (опрос).

1 О понятии «заимствование» в лингвистике

Как известно, заимствование – это переход элементов одного языка в другой как результат языковых контактов, взаимодействия языков на разных уровнях. Заимствованные единицы осваиваются заимствующим языком, приспособляясь к его особенностям. Некоторые из них осваиваются настолько, что их иноязычное происхождение может совершенно не ощущаться носителями языка (напр.: *ватага, очаг, башмак*). Такие заимствования являются полностью ассимилированными. В других заимствованиях сохраняются следы иноязычного происхождения в виде грамматических, звуковых, орфографических особенностей. Часто иноязычные слова обозначают специальные, малоупотребительные, а также свойственные чужим странам и народам понятия (напр.: *кинология* – ‘наука о собаках, их породах и уходе за ними’, *гиппология* – ‘наука о лошадях’, *кимоно* – ‘японское мужское и женское платье в виде халата’).

Традиционно выделяются три группы иноязычных заимствований в зависимости от структуры слова в языке-преемнике:

- 1) слова, которые структурно совпадают с иноязычными единицами, напр.: *юниор* (фр. *junior*), *анаконда* (исп. *anaconda*), *дапмс* (англ. *darts*);
- 2) слова, которые образованы от иноязычных единиц с помощью аффиксов языка-преемника, напр.: *танкетка* (фр. *tankette*), *кибитка* (тат. *kibit*);
- 3) слова, в составе которых иноязычная морфема (чаще флексия) замещена морфемой языка-преемника, напр.: *шорты* (*shorts*, где русское *-ы* заменяет английский показатель множественного числа *-s*).

Среди иноязычных заимствований в зависимости от их семантических, структурных и функциональных особенностей выделяются также экзотизмы, варваризмы и интернационализмы. Экзотизмы – это национальные названия предметов быта, обрядов, обычаев того или иного народа, страны (напр.: *кеб* – ‘одноконный экипаж в Англии’; *гейша* – ‘женщина в Японии, обученная музыке, танцам, умению вести светскую беседу и приглашаемая на роль гостеприимной хозяйки на приемы, банкеты’ и т. д.). Варваризмы (иноязычные вкрапления) – это слова, свободные и устойчивые словосочетания, не освоенные или плохо освоенные языком-преем-

ником и передающиеся в нем средствами языка-источника (напр.: *NB* или *nota bene* – ‘обрати внимание’, *happy end* – ‘счастливый конец’). Особую группу составляют интернационализмы – слова, которые одинаково широко употребляются в различных языках безотносительно степени их родства (напр.: *ассоциация*, *бюрократия*, *революция* и т. п.).

К заимствованным словам также относятся кальки. Калькирование – процесс создания слов из исконного материала по иноязычным образцам. Слова-кальки образуются путем замены каждой значащей части иноязычного слова морфемой, имеющейся в языке-преемнике (например, компоненты латинского слова *in-sect-um* последовательно замещаются соответствующими русскими компонентами в слове *на-секомо-е*) [3].

Можно говорить о ряде причин, благодаря которым иноязычные слова вошли в русский язык:

1) для обозначения новых понятий и предметов, напр.: *режиссер* (из фр.), *цирк* (из лат.), *матч* (из англ.), *верстак* (из нем.);

2) для того, чтобы разграничить смысловые оттенки синонимов, напр.: *экспорт* – ‘вывоз товаров за границу’, в отличие от многозначного русского слова *вывоз*; *коммюнике* – ‘официальное извещение о переговорах’, в отличие от многозначного русского слова *сообщение*;

3) для обозначения предметов или явлений, которым в русском языке нет однословных наименований, напр.: *снайпер* (из англ.) – ‘меткий стрелок’, *кросс* (из англ.) – ‘бег по пересеченной местности’ [5, с. 46–48].

Займствования широко рассматриваются в теории и практике перевода. Согласно О. С. Ахмановой, заимствование «есть обращение к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий, дальнейшей дифференциации уже имеющихся и обозначения неизвестных прежде предметов» [6, с. 146]. Иноязычные слова, используемые при переводе – это также вид заимствований, функция которых заключается в обозначении специфических реалий иноязычной картины мира.

Чтобы заимствование состоялось, должны соблюдаться два условия: понимание носителями языка-преемника заимствованного слова и наличие мотива для заимствования. Процесс заимствования происходит в несколько этапов: этап проникновения иноязычной единицы в язык-преемник, этап усвоения, этап укоренения.

2 Англицизмы в языке русских СМИ

Одной из главных причин проникновения англицизмов в русский язык являются дипломатические, торговые и социальные отношения, а также влияние англоязычной культуры. Актуальное отражение происходящих в мире политических, экономических, социальных и культурных событий – первостепенная задача сегодняшних СМИ. Поэтому существенный пласт

лексики и фразеологии современных русских СМИ составляют иноязычные заимствования.

К английским заимствованиям экономической тематики относятся слова *дилер, дистрибьютор, инвестор, менеджер, демпинг, маркетинг, тренд, фьючерс, промоушн* и т. п. К области политики относятся такие англицизмы в русском языке, как *спикер, вице-премьер, спичрайтер, праймериз, экзит-пулс, рейтинг* и т. д. Много англицизмов среди названий в области информационных технологий (*сервер, сайт, браузер, патч, юзер*), спортивной, особенно футбольной терминологии (*лайнсмен – ‘судья на линии’, игринкипер – ‘агроном, следящий за состоянием футбольного поля’*) [2].

Некоторые из них укореняются в русском языке и пополняют его словарный запас. Прямыми проводниками новых англицизмов в русский язык выступают именно СМИ как наиболее чуткий индикатор языковых изменений. Весьма заметную роль в распространении англицизмов в современном русском языке выполняет глобальная компьютерная сеть, поэтому источниками языкового материала могут служить не только традиционные СМИ (радио, телевидение и печатная пресса), но и Интернет-издания.

В ходе исследования был проведен лингвистический эксперимент – опрос 20 респондентов, изучающих английский язык (отмечены знаком «+») и 20 респондентов, не изучающих английский язык (отмечены знаком «-»), направленный на понимание англицизмов, выбранных из русскоязычных белорусских газет за февраль – апрель 2014 г. («Антенна», «Аргументы и Факты», «Знамя юности», «Комсомольская правда», «Могилевская правда», «Прессбол», «Спортивная панорама»).

Результаты эксперимента представлены в таблице.

Степень понимания англицизмов в языке СМИ носителями русского языка

	Значения англицизмов непонятны	Определение значений англицизмов затруднено	Значения англицизмов понятны
Общий объем лексических единиц в процентах (количественно)	+ 12,4% (+ 746) - 19% (- 1143)	+ 3,9% (+ 236) - 5,2% (- 304-)	+ 33,6% (+ 2018) - 25,9% (- 1553)
Разница в понимании лексических единиц в процентах (количественно)	6,6% (397)	1,3% (68)	7,7% (465)

Некоторые англицизмы давно ассимилировались в русском языке и используются людьми ежедневно, поэтому не возникает трудностей с их пониманием. Это лексические единицы, относящиеся к следующим сферам: спорт (*матч, финиш, гол, рейд, профи*), информационные технологии (*смартфон, сайт, блог, ноутбук, дисплей, сервис*), искусство / радио / ТВ (*пиар, интервью, трейлер, фэнтези, слоган, вип, блюз*), дом / быт / канцелярия (*скотч, хобби, картридж, бункер, лазер, лайнер, стенд, буклет, спрей, пикник, контейнер, такси*), должности / политика / экономика (*спонсор, бойкот, менеджер, дизайнер, секьюрити, митинг, дилер*), продукты питания / одежда / торговля (*сэндвич, секонд-хенд, фастфуд, клатч*) и др.

Однако те англицизмы, которые не используются в каждодневном общении, не понятны тем, кто не интересуется какими-либо узкими сферами жизни: спорт (*скрэтч, стайер, хавбек, фол, голкипер, форвард, тай-брейк, гандикап, дабл-дабл, трипл-дабл, драфт, брейк-поинт, бэкхенд, спурт*), экономика (*демпинг, транзакция, бартер*) и др. В результате эксперимента было выяснено, что значение около 12% англицизмов не были понятны ни одному респонденту.

Наибольшие трудности в понимании вызвали следующие англицизмы, встречающиеся в современных русскоязычных СМИ:

– *атперкот* [англ. *uppercut* < *upper* – ‘верхний’ + *cut* – ‘удар’] – ‘удар снизу вверх – в подбородок или в корпус противника’ [7, с. 82];

– *бартер* [англ. *barter*] – ‘товарный обмен (без участия денег)’ [7, с. 118];

– *буллит* [англ. *bullet* – букв. ‘пуля, ядро’] ‘в хоккее с шайбой штрафной бросок в ворота соперника’ [7, с. 146];

– *бэкхэнд* [англ. *back-hand*] – ‘при игре в теннис удар слева (когда рука, держащая ракетку, обращена закрытой ладонью назад)’ [4, с. 179];

– *гандикап* [англ. *handicap*] – ‘вид спортивных состязаний (например, на бегах, в гребле), в котором более слабому сопернику предоставляется фора в виде уменьшения дистанции, нагрузки и т. п.’ [7, с. 178];

– *дайджест* [< англ. *digest* – ‘краткое изложение, резюме’ < лат. *digerere* – ‘разделять’] – ‘периодическое издание, перепечатавающее в сокращенном виде или в виде обзора материалы из других изданий’ [7, с. 228];

– *демпинг* [англ. *dumping* – букв. ‘сбрасывание’] – ‘вывоз товаров из страны за границу и продажа их там по ценам, значительно более низким, чем цены внутри этой страны или на мировом рынке, с целью устранения конкурентов и захвата внешних рынков, а также вообще продажа товаров по более низким ценам с целью устранения конкурентов’ [7, с. 139];

– *спурт* [< англ. *spurt* – ‘внезапное усилие, рывок’] – ‘резкое кратковременное увеличение темпа движения, главным образом перед финишем – в беге, велосипедных гонках и т. п.’ [7, с. 733];

– *стайер* [англ. *stayer* букв. ‘выносливый’ < *to stay* ‘выдерживать, выносить’] – ‘спортсмен, специализирующийся в преодолении длинных дистанций’ [7, с. 734];

– *хук* [англ. *hook* – букв. ‘крюк’] – ‘короткий боковой удар’ [7, с. 864];

– *шорт-трек* [англ. *short track* – ‘короткая дорожка’] – ‘соревнования в беге на коньках по укороченной дорожке, которая, как правило, размечена на хоккейной площадке’ [4, с. 1094].

Выводы

Англицизмы в языке современных русских СМИ встречаются практически во всех тематических областях. Однако только не более 1/3 всех англицизмов понятно всем носителям русского языка (как владеющим, так и не владеющим английским языком). Как правило, не возникает трудностей с пониманием тех англицизмов, которые давно ассимилировались в русском языке и широко используются в речи. Значения других 2/3 англоязычных заимствований носители русского языка (как владеющие, так и не владеющие английским языком) либо не понимали (18%), либо затруднились объяснить. Данные англицизмы не используются в каждодневном общении и мало понятны либо вообще неизвестны тем, кто не интересуется данными узкими сферами жизни. Таким образом, употребление англицизмов в современных русских СМИ не всегда коммуникативно оправдано.

Литература

1. Изюмская, С. С. «Вечный» вопрос о мере использования иноязычных слов / С. С. Изюмская // Русская словесность. – 2000. – № 4. – С. 9–12.
2. Карабахян, Э. К. Проникновение англоязычных слов и устойчивых сочетаний в тексты русскоязычных СМИ / Э. К. Карабахян, М. И. Ефименко // Современная филология : материалы Междунар. науч. конф., г. Уфа, апрель 2011 г. – Уфа : Лето, 2011. – С. 248–250.
3. Лексика с точки зрения ее происхождения [Электронный ресурс] // ЯРУС : портал русского языка. – 2014. – Режим доступа : <http://yarus.aspu.ru/?id=226>. – Дата доступа : 23.03.2014.
4. Новый словарь иностранных слов : более 60000 слов и выражений / гл. ред. В. В. Адамчик. – М. : АСТ ; Минск : Харвест, 2009. – 1152 с.
5. Слепович, В. С. Настольная книга переводчика с русского языка на английский = Russian-English Translation Handbook / В. С. Слепович. – 2-е изд. – Минск : Тетра-Системс, 2006. – 304 с.
6. Словарь лингвистических терминов / сост. О. С. Ахманова. – М. : Сов. энциклопедия, 1966. – 608 стр.
7. Толковый словарь иностранных слов / сост. Л. П. Крысин. – М. : Экспо, 2010. – 944 с.