

ПРОБЛЕМА ИНОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Е. Н. Воронова

*Саратовский государственный
университет имени Н. Г. Чернышевского*

Поскольку английский язык занимает лидирующее положение в мире, с каждым днем в «русском словаре» появляются английские заимствования. О.С.Ахманова В.Я.Задорнова дают следующее толкование термина «заимствование»: «Обращение к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий, дальнейшей дифференциации уже имеющихся и обозначения неизвестных прежде предметов»¹.

Отдельные специалисты склонны определить внешние признаки иноязычных заимствований. Д. С. Лотте сводит их число к шести: фонетические признаки: те характерные черты в звуковом облике усвоенного из другого языка слова, которые не свойственны русскому языку: *бюджет, джоуль, демпинг, коррупция* и т.д.; графические: использование нехарактерных для русского языка букв и буквосочетаний: *варрант, франшиза, экспансия* и т.д.; морфологические: отклонения от грамматических норм русского литературного языка: *авизо; жюри; атташе; а темро* и т.д.; словообразовательные признаки заимствованных слов состоят из наличия ряда аффиксов: *облигация, опцион, трассант* и т.д.; синтаксические признаки – это употребление несвойственных русскому языку моделей словосочетаний: *чек на предъявителя, процент на процент* и т.д.; семантические признаки – это специфичность контекста или тематических областей, к которым принадлежат заимствования: *конкуренция (лат.), коносамент (фр.), фаза (гр.)* и т. д.²

Рассмотрим вопрос о том, как происходит «внедрение» заимствованных слов. 1. Прямое: английские слова в русском языке существуют в том же значении и виде, что и в исходном: *выходные* часто называют *уил-эндом, деньги – мани*. 2. Гибриды: английское слово дополняется русским суффиксом: современная молодежь вместо слово «спросить» может употребить *аскать* от английского *to ask*. Калька: такие слова как *пароль, вирус, диск, меню, клуб* – полностью соответствуют фонетическому и графическому облику. 4. Полукалька: при грамматических изменениях англицизмы в русском языке принимают формы согласно грамматическим нормам: *драйв – драйва* «Давненько я не испытывал такого драйва». 5. Экзотизмы: выражения, связанные с национальными традициями, обычаями. Не имеют русских синонимов: *чизбургер, хот-дог*. 6. Иноязычные вкрапления: по сути это выразительные, экспрессивные средства: *OK, Wow*. 7. Композиты: соединение двух английских слов – в русском одно понятие: *видеосалон*

или *секонд-хенд*. 8. Жаргонизмы: Заимствование происходит вследствие искажения звуков – *крзанутый (crazy)*.

М. А. Брейтер выделяет следующие причины заимствований:

1. Отсутствие соответствующего понятия в когнитивной базе языка-рецептора: *аудиобук, органайзер, холстер, таймер, бипер, скремблер* и др.

2. Отсутствие соответствующего (более точного) наименования в языке-рецепторе: *детектор* (валют), топ-модель, *инвестор, дайджест*.

3. Обеспечение стилистического (эмфатического) эффекта. Эмфатическая функция может быть обусловлена и омофонией, соединяющей межъязыковые смыслы (Ср. *ВИНАП - WIN UP*).

4. Выражение позитивных или негативных коннотаций, которыми не обладает эквивалентная единица в языке-рецепторе. В рекламе заимствования употребляются с целью актуализации позитивных коннотаций. Например, фирмы *auto-rental* вместо "прокат машин"³.

Англицизмы можно встретить в таких сферах, как :

1. Политическая сфера: мэры, вице-мэры, администрации.

2. Экономическая сфера: инвестиция, брокер, дилер, ваучер, бартер.

3. Спортивная сфера: футбол, баскетбол, фитнес, фристайл, виндсерфинг.

4. Компьютерная сфера: файл, дисплей, интерфейс, сканер, сайт.

5. Речь детей: шузы — туфли (англ. shoes), хаер — волосы (англ. hair).

6. СМИ: контент, ТВ, саундтрек, гламур, презентация, спонсор, ток-шоу.

7. Косметика: лифтинг, пилинг, скраб.

8. Музыка: слова синглы, треки, ремейки воспринимаются как русские.

9. Реклама – нестандартные и легко произносимые названия быстро запоминаются и привлекают внимание.

«Некоторые из заимствований употребляются не только в прямых своих значениях, но и переносно, метафорически: телевизионный марафон, реанимация российской экономики, ангажированная пресса, политический бомонд, рейтинг вранья и т.п.»⁴.

В новых исторических условиях возникает вопрос о том, в каких пределах допустимо использование иноязычной лексики. Так, А. А. Брагина, О. С. Мжельская, Е. И. Степанова, И. Фомин, Г. Н. Скляревская и др. полагают, что заимствование иноязычной лексики является одним из способов обозначения новых реалий и понятий, возникающих в условиях политических, экономических и культурных связей между народами. В то же время многие филологи (О. Н. Трубочёв, Н. А. Ревенская, А. А. Региня и др.) отмечают, что газеты изобилуют излишними иностранными словами, упрекают СМИ в чрезмерном увлечении заимствованиями из других языков, решительно возражают

против терминологической избыточности (рынок – маркетинг, оценка – рейтинг), против потока иностранных слов.

Л. П. Крысин, Л. А. Нестерская, С. С. Изюмская, Е. А. Майзенберг выражают противоположное мнение, отмечая, что обильный приток и активизацию заимствований не следует рассматривать как негативные явления в русском языке, употребление иноязычных слов обогащает русский язык⁵. (Е. В. Головенкова)

Подводя итог, можно отметить следующее:

1. Лексика любого языка расширяется и обогащается, в том числе за счёт слов других языков. Это естественное явление, а в определённые исторические периоды даже неизбежное. Развитие науки и техники, международные контакты в различных сферах способствуют притоку новых слов в язык.

2. «Обиходная речь не испытывает сколько-нибудь заметного наплыва иноязычных слов, и это понятно: будучи по большей части словами книжными или специальными, заимствования и употребляются главным образом в жанрах книжной речи, в текстах публицистического, научного и технического характера». (Л. П. Крысин)

3. Процесс заимствования – это не только расширение лексики языка, он также предполагает освоение чужого опыта через язык.

4. Проблема проникновения в язык и употребление заимствованной лексики достаточно противоречива. С одной стороны, в ряде случаев заимствованные слова употребляются лишь потому, что это модно. С другой стороны, иноязычные слова обогащают язык, служат для обозначения новых реалий, разграничения понятий.

5. Некоторые англицизмы уже не выбросишь из языка, они приобрели социальную значимость. Однако не стоит злоупотреблять ими. Ведь «сила народа в родном языке». Итак, можно с уверенностью утверждать, что англицизмы в русском языке занимают прочную позицию. Наша задача – научиться их правильно использовать.

¹ Ахманова О.С., Задорнова В.Я. Лингвистические проблемы перевода. Сборник статей. М., МГУ, 1998. 73 с.

² Лотте Д.С. Основы построения научно-технической терминологии. М., 2001. 157 с.

Брейтер М. А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов. Владивосток. 1997. С. 34-45.

³ Брейтер М. А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов. Владивосток. 1997. С. 34-45.

⁴ Крысин Л. П. О русском языке наших дней. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm> (дата обращения 01.03. 2014 г.)

⁵ Головенкова Е.В. Употребление заимствованной лексики: за и против // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации: Материалы докладов IV Международной Интернет-конференции «Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации» (20-22 февраля 2012 г.). Саратов: РИЦ «Научное издание», 2012. С.19-25.