

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Льву Тхи Нам Ха

*Магистр, заведующая кафедрой развития речи 2,
преподаватель Факультета русского языка и русской культуры -
Института иностранных языков
при Ханойском государственном университете,
город Ханой, Вьетнам*

АНГЛИЦИЗМЫ В ЛЕКСИКЕ РУССКОЙ СОВРЕМЕННОЙ ПОП-КУЛЬТУРЫ

(из опыта сопоставления англоязычных заимствований в русском и вьетнамском языках)

Аннотация. В статье рассматривается проблема заимствования иноязычных слов в области поп-культуры, являющаяся актуальной в связи с использованием сети Интернет представителями молодёжной культуры, а также распространением новых слов в средствах массовой информации (телевизионные каналы, модные журналы, блоги). Особенно интересны причины использования заимствованных слов носителями русского языка при условии наличия в родном языке слов, имеющих сходное значение, их проникновение в речь, закрепление и развитие. Анализируется семантическая специфика англицизмов, их изменение и адаптация в современном русском и вьетнамском языках.

Ключевые слова: заимствование, англицизм, американизм, русский язык, вьетнамский язык.

ВВЕДЕНИЕ

В.Г. Костомаров отмечает, что русский язык с древнейших времён испытывает на себе влияние извне: монгольско-тюркское, греко-латинское, византийское, позже – немецкое, голландское, французское. Однако это не привело к тому, что русский язык исчез. Напротив, академик считает, что это лишь обогатило его. Влияние английского языка в последние десятилетия он связывает с развитием интернет-технологий и эффекта либерализации, полагает, что это веяние моды.

Можно выделить три процесса, отличающие нынешний этап бытования русского языка от предыдущего периода. Это интенсивное иноязычное влияние; наплыв брани в литературную речь, что ведёт к её жаргонизации; небрежное, а зачастую бесцеремонное обращение с языком, его обюрокрачивание. Каждый из этих процессов требует особого всестороннего анализа. Здесь лишь отмечу, что вторгшиеся в огромное количество в русский язык иноязычные слова, главным образом американизмы, вызывают и озабоченность, и раздражение, и протесты. Конечно, далеко не все пришедшие к нам за последнее десятилетия иноязычные слова представляются ненужными. Во многих случаях они необходимы, являются важным условием для приобщения к интернациональным терминологическим системам.

Это касается таких областей, как экономика, финансы, информатика и др. Но наряду с оправданным заимствованием широко внедрилось или бездумное или просто бесцельное желание пользоваться иностранными словами только потому, что они считаются более престижными. Ещё В.Г. Белинским говорил: «Нет сомнения, что охота пестрить русскую речь иностранными словами без нужды, без достаточного основания противна здравому вкусу, она вредит не русскому языку и не русской литературе, а только

тем, кто одержим ею». [12, с. 249] Сфера кино и музыки является мощным источником популяризации английского языка, благодаря поп-культуре большинство англицизмов вошло в русский язык без каких-либо препятствий.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В конце XX – начале XXI века мы наблюдаем массовое вторжение иностранных слов, которые во многих случаях вытесняют исконно русские или давно заимствованные и обрусевшие лексические единицы, отражающие особенности национального мировосприятия. Наметилась тенденция к «американизации» русской жизни, что нашло своё отражение в «американизации» русского языка и выражается в проникновении в него многочисленных англицизмов и американизмов (слов, заимствованных из английского языка и его американского варианта).

Сам процесс языкового заимствования рассматривается в неразрывной связи с культурными и иными контактами двух разных языковых обществ и как часть и результат контактов между языками и культурами. Причины заимствования подразделяются на две группы: лингвистические и экстралингвистические. Среди лингвистических причин выделяются: 1) отсутствие соответствующих эквивалентов в языке-рецепторе для наименования новых понятий; 2) стремление к устранению полисемии и омонимии в терминологии; 3) необходимость уточнить или детализировать семантические оттенки, закрепив их за разными словами [10, с. 84]; 4) необходимость специализации понятий – в той или иной сфере, для тех или иных целей; 5) обеспечение стилистического (эмфатического эффекта); 6) цельный, не расчленённый на отдельные составляющие объект и обозначаться должен «цельно», нерасчленённо, а не сочетанием слов [1, с. 98] и др.

Среди заимствований выделяются слова, которые пришли в язык из другого языка как наименование нового предмета, новой реалии, или являются словами-терминами, имеющими интернациональный характер. Их употребление в речи в большинстве случаев оправдано. С тематической точки зрения их можно выделить на несколько групп:

– Политические термины: *спикер, инаугурация, рейтинг* и т.д.

– Экономические термины: *офшор, офшорные деньги, офшорная зона, демпинг, роуминг* и т.д.

– Названия некоторых бытовых предметов: *миксер, тостер, ростер, шейкер* и т.д.

– Спортивные термины: *боулинг, дайвинг, скейтборд, сноуборд, сноублейд, байкер, шейпинг, фитнес* и т.д.

Другая группа заимствований – слова иноязычного происхождения, имеющие синонимы в русском языке. Их проникновение в язык создаёт лексическую избыточность и может мешать пониманию смысла. Могут быть заменены русскими эквивалентами следующие англицизмы:

– Названия некоторых явлений музыкальной культуры: *хит, сингл, римейк, имидж, дизайн, постер* и т.д.

– Названия некоторых профессий: *секьюрити, провайдер, риэлтор, брокер, хэндмейкер, имиджмейкер, мерчендайзер, киллер, рекетир* и т.д.

– Термины, употребляющие в косметологии: *лифтинг, пилинг, скраб* и т.д.

Конечно, мы привели далеко не все примеры, а лишь те, которые активно используются в языке средств массовой информации. Иностранскими словами пестрят и улицы российских городов.

В первую очередь, заимствования проявляются при перенятии заимствованных слов при знакомстве с чужой лингвокультурой, названия для которых не существует в родном языке не носителей данной культуры (как например: *тореадор, вигвам*) либо при появлении новых концептов при развитии науки и техники (*компьютер, сканер*). Концепт здесь можно понимать, как единицу обновления понятий, которая возникает в результате переосмысления поступающей к человеку информации, отражающей новые знания и опыт, образуя в языке неологизмы, обозначающие заимствованные понятия. Но гораздо более интересным является заимствование слов, для концептов, названия которых уже существуют в языке.

Сейчас очень много российских звёзд поют на английском языке, множество фильмов снимается на этом языке, появляются какие-то фразы, слова, которые потом остаются в повседневном молодёжном сленге (*саундтрек, бойфренд, комеди клуб*).

В связи с этим интересно рассмотреть классификацию англоязычных неологизмов,

проникающих в русский язык, предложенную В.И. Карасиком:

1) нулевые, или пустые концепты, используемые в речи, в основном, как варваризмы или молодёжный сленг;

2) квази-концепты, обозначающие реалии, заимствуемые из других культур (например, обозначения для аппаратов оргтехники);

3) «паразитарные концепты» – слова, обозначающие концепты, существующие в языке, но введённые для того, чтобы подчеркнуть некую «особенность» понятия;

4) чужие концепты, представляющие чужие ценности и понятия, не существующие в языке.

За последние несколько лет в русском языке появился целый пласт «новых» слов, слова из области поп-культуры, обозначающих вполне привычные понятия. Согласно представленной классификации, данные слова можно отнести к группам «нулевых» и «паразитарных» концептов.

Вот такие фразы легко услышать из уст русской молодёжи: «После *шоппинга*, можно зайти перекусить в кафе и заказать *митболы* и *пасту*, и *капкейк* на десерт. Сидя там можно выйти в интернет и продолжить покупки онлайн. Также, не забыть *залогиниться* в *инстаграме*, *зачекиниться* и выложить *селфи*, чтобы похвастаться перед *френдями* своим новым *фэшин луком*».

Попав в русский язык, заимствования претерпели целую серию изменений. Изначально, попадая в речь, они сохраняли свой графический и грамматический образ, так, например, слова *freelance, like, fashion*. С течением времени, они приобрели русскую графическую форму: *фриланс, лайк, фэшин*. Затем, на уже изменённые слова повлияла грамматика русского языка, создав производные от этих слов, такие как: *заниматься фрилансом, лайкнуть, облайкать, фэшенебельный* и т.д.

Рассмотрим такой пример, как слово *фэшин(-индустрия)* из мира моды и красоты в русском языке: «*Выход Великобритании из Евросоюза, считают в Vogue Business, не может пройти бесследно, в том числе и для фэшин-индустрии Британии*». [Радио Комсомольская правда, 1 февраля 2020 г.]. Во вьетнамской газете в таких случаях эквивалент «*ngành công nghiệp thời trang*» будет единственным вариантом: «*Ngành công nghiệp thời trang đang dịch chuyển*» [газета Brands Vietnam].

Ещё один модный интернет-жаргон «*зачекиниться / чекиниться*»: «*За последние 60 дней Андрей «чекинулся» в соцсети всего 16 раз, так что он вполне может упустить должность мэра Артемовска*» [Аргументы и факты 04.06.2014]. А ведь здесь вполне можно использовать выражение «зарегистрировать своё пребывание / прибытие» или просто известный всеми глагол «побывать». К сожалению, в этом случае во вьетнамском языке даже употребляется английское слово «*check-in*»: «*Bí mật đằng sau ô cửa sổ thiên hà ảo diệu, góc check-in được giới trẻ săn đón*»

nhieu nhất khi du lịch Đà Lạt» [kenh14.vn]. Понятие «зарегистрировать своё пребывание / прибытие» тесно связано с широким использованием социальных сетей среди молодых людей.

Практически в каждой тематической группе лексических единиц большую часть заимствованных англицизмов составляют лексемы, появившиеся в русском языке как результат удовлетворения потребности в наименовании новой вещи или понятия. Большое разнообразие косметики, неизвестной ранее русскоязычному человеку, стало причиной заимствования из английского языка слов типа: *мейк-ап* (make up – макияж), *консилер* (consealer – карандаш-корректор), *пилинг-крем* (peeling-cream – крем, убирающий верхний слой кожи), *лифтинг-крем* (lifting-cream – крем, подтягивающий кожу), *вейниш-крем* (vanish-cream – крем, убирающий капиллярные сетки) и др. Во вьетнамском же языке подобные заимствования ограничены, употребляются в основном разъяснительный способ именования новых понятий и предметов: *мейк-ап* – trang điểm, *консилер* – bút chì kẻ mắt / môi, *пилинг-крем* – kem tẩy da chết, *лифтинг-крем* – kem căng cơ, *вейниш-крем* – kem chống gạn da...

Наряду с ранее заимствованным англицизмом *сэндвич* в речи русского человека конца 90-х годов функционируют англицизмы: *гамбургер*, *фишбургер*, *чисбургер*, *чickenбургер*, выполняющая дифференцирующую функцию. Лексема *сэндвич* несет обобщенное значение, в то время как остальные слова данного синонимического ряда конкретизируют значение слова *сэндвич*: *гамбургер* (внутри бифштекс), *фишбургер* (рыба), *чисбургер* (сыр), *чickenбургер* (цыпленок). Вьетнамской молодежи тоже не чуждо это понятие, и для дифференцирования употребляется лексема «*бургер*» (buger): *buger bò*, *buger gà*, *burger tôm*, *burger cá*... «Không giống như *burger bò* và *lợn*, *burger gà* chứa ít calorie và chất béo hơn nên rất thích hợp để ăn vào bữa tối – bữa được coi là ít quan trọng nhất trong ngày» [https://cacloaibanh.com/]

Можно сказать, что такие иноязычные языковые единицы накапливаются в русском и вьетнамском языках становится всё больше и больше. Они становятся обычными средствами выражения мысли для молодых людей, и вскоре становятся и знакомыми старшему поколению. Язык постепенно претерпевает изменение, всё более и более накапливая свои ресурсы для адекватного выражения смысла происходящих в обществе перемен. Таким образом, язык и общество, как пользователь языка, неразрывно связаны, хотя имеют свои собственные внутренние законы развития.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Говорят, что нет надобности беспокоиться о наводнении иностранными словами русского языка, ибо язык развивается по своим законам, «сам собой правит» и сам разберётся с иноземной лексикой. Именно «языковой вкус»,

обусловленный коренным социально-политическими изменениями конца XX века определил интенсивность протекания процессов в лексической системе русского и вьетнамского языков на современном этапе. Полезны или вредны иноязычные заимствования в национальном языке? На этот вопрос можно ответить так: англицизмы расширяют лексический запас говорящих, они необходимы в качестве терминов и для выполнения определенных прагматических функций. Необходимо создавать культ языковой грамотности, точно употреблять заимствованные слова в соответствие с речевой ситуацией и их лексическими значениями, рекомендовать общественным и политическим деятелям воздерживаться от чрезмерного их употребления, так как перенасыщенность ими текста затрудняет процесс коммуникации. Разговоры о запрете англицизмов непрофессиональны, речевая деятельность индивидуальна, она не поддается контролю и стандартизации. Язык со временем сам отбирает, что для него подходит, а что следует отфильтровать.

Список литературы:

1. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: пособие для иностранных студентов-русистов / М.А. Брейтер. – Владивосток: Диалог – МГУ, 1997.
2. Дьяков А. И. Англицизмы русского языка: за и против. Global scienceю Development and novelty.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Москва, 2004.
4. Костомаров В.Г. Жизнь слова. – Москва, 1994.
5. Лыу Тхи Нам Ха. Англицизмы в контексте современной русской жизни / Сборник трудов на Международном научном форуме «Русский язык и литература в пространстве АТР и стран Юго-Восточной Азии» и 3-й совместной научной конференции «Русское языкознание и литературоведение - 2016». Тамканский государственный университет – Дальневосточный федеральный университет – Московский государственный университет, 2016.
6. Лыу Тхи Нам Ха. Использование англицизмов в современных российских СМИ, способы передачи русских заимствований на вьетнамский язык / Сборник трудов на Всевьетнамской научной конференции «Русский язык во Вьетнаме в новое время: статус и проблемы обучения и исследования». Институт иностранных языков при Ханойском государственном университете, Ханой, 2015.
7. Лыу Тхи Нам Ха. Новые англо-американизмы в современной российской периодической печати и их эквиваленты во вьетнамском языке / Лингвострановедческие, социокультурные и лингвистические аспекты в изучении и преподавании иностранного языка и литературы, №2, Факультет русского языка и

литературы, Тамканский университет, Тайвань, 2017.

8. Лыу Тхи Нам Ха. Освоение заимствованной лексики современным вьетнамским языком и роль русского языка в этом процессе / Сборник трудов на Международном форуме «Русский язык, литература и культура в пространстве АТР», г. Владивосток, Дальневосточный федеральный университет, 2015.

9. Лыу Тхи Нам Ха. Экономическая интеграция или экономисты всего мира говорят на английском языке / Международный научно-исследовательский

журнал «Евразийский Союз Ученых. № 3 (60) / 2019.

10. Медетова М.Е. Иноязычные заимствования в русском языке (на материале терминологии спортивных игр) / М.Е. Медетова // Сравнительно-сопоставительное изучение языков и интерференция. – Алма-Ата, 1989.

11. Романова В. Радио Комсомольская правда, 1 февраля 2020 г.

12. Черкасова Л.Н. ОГЭ 2017. Русский язык. Сочинение-рассуждение и изложение. Сдаём без проблем! - Москва: Эксмо, 2017.

Mirzayeva N.A.

Senior lecturer

at Journalism and Mass Communications University of Uzbekistan.

THE ROLE OF ELECTRONIC PUBLICATIONS IN THE GLOBAL INFORMATION SPACE

Abstract. This scientific article explores how the Internet today is the global media, with a different interpretation of the Internet. The media also talk about electronic publications of traditional media, their uniqueness and advantages.

Keywords: *media space, information, traditional press, Internet, electronic publications, sites, interactivity, and source of information.*

In the 21st century information age, the pursuit of information and its reliability are becoming increasingly important. In an age of rapid development, having fast, reliable information attracts everyone's attention. Today's audience is very demanding and delicate. Structures in different media spaces compete with each other in providing quality information to the consumer (audience).

Nowadays, as traditional press genres move to electronic publishing pages, the global network is undergoing unique changes due to the demands and capabilities of the network. An analysis of print media web resources from this perspective reveals a number of peculiarities of Uzbek publications. Only then will the popularity of newspapers increase, gain the love of students, gain the respect of viewers and listeners. It can be observed that in the activities of print media web resources at the same time in the global network, mainly informational and analytical genres make up the majority. Fast news in internet format is a bit different from newspaper news.

Currently, modern print media is slowly losing its audience as it enters the Internet space. The reason for this is, first of all, its convenience. Undoubtedly, the proliferation of the WI-FI network and the increase in the number of Internet providers have had an impact on this.

Computer technology has become a leader in the market of essential products. Today, access to virtual space is not only from a computer and laptop, but also through a tablet, smart phone, player, e-book and TV.

Russian scientist A. I. Akopov says that "there is no exaggeration in interpreting the Internet as a global media".⁵ He raises the issue of approaching computer electronic networks as a new media, as well as the typology of this type of mass media. In contrast, describing the Internet as the next carrier of information, I. Davidov rejects the notion of the Internet-media and "has a common field in which the media can be divided into types. There is also an environment that allows for the elimination of conflicts between the types of media and the generalization of their advantages in a single media"⁶. Some experts agree: "... According to a number of indicators, the Internet is currently unable to compete with traditional media, but due to its technical capabilities, it has surpassed them by some criteria"⁷. This view has several grounds. First, online media is not available to everyone on the planet. Secondly, we are talking about a type of journalistic activity that is not as theoretically fully formed as Internet journalism. A group of scholars predicted the future of traditional media in the age of the Internet, saying that "the role of newspapers or other traditional media is determined by Internet connections".

At the beginning of 2018, the number of Internet users in the country reached 20 million, who regularly access news agencies and publications to obtain information on the Internet. In one year, that number was 5.3 million. per user (an increase of 36%). Local research acknowledges that the capabilities of information technology have provided qualitative

⁵ Акопов А.И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник РГУ. 1998. № 3. – С. 43-51;

⁶ Давыдов И. Книга вымышленных существ // Независимая газета. 2001.14 февраля, № 26. – <http://www.ng.ru> (2001.02.14).

⁷ Костыгова Ю. Сетевые СМИ: занимательная типология.// Мир Интернет.– М., 2002. №4 (67).