

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ
УДК 81.373.45

ИНОЯЗЫЧНЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЦИЗМОВ)

Анна Дмитриевна ЗАВРАЖИНА

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»,
г. Тамбов, Российская Федерация

Аннотация. Рассмотрены роль англицизмов в русском языке и частота их употребления в речи представителей разных возрастных групп. Приведено обсуждение сущности англицизмов, рассмотрена их классификация, изучены сферы активного использования. Проведен опрос студентов и преподавателей вуза с целью получения информации об общем отношении к иноязычным неологизмам и частоте их употребления в речи.

Ключевые слова: английский язык, русский язык, англицизмы, иноязычные неологизмы, СМИ, речь

Для цитирования: *Завражина А.Д.* Иноязычные неологизмы в современном русском языке (на примере англицизмов) // Державинский форум. 2022. Т. 6, № 4. С. 690-696

ORIGINAL ARTICLE

FOREIGN-LANGUAGE NEOLOGISMS IN MODERN RUSSIAN (EXEMPLIFIED BY ANGLICISMS)

Anna D. ZAVRAZHINA

Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation

Abstract. We consider the role of anglicisms in the Russian language and the frequency of their use in the speech of different age groups. The essence of anglicisms is discussed, their classification is considered, the spheres of active use are studied. A survey of university students and teachers is conducted in order to obtain information about the general attitude towards foreign neologisms and the frequency of using them in speech.

Keywords: English, Russian, anglicisms, foreign neologisms, mass media, speech

For citation: *Zavrzhina A.D.* Inoyazychnyye neologizmy v sovremennom russkom yazyke (na primere anglitsizmov) [Foreign-language neologisms in

modern Russian (exemplified by anglicisms)]. *Derzhavinskiy forum – Derzhavin Forum*, 2022, vol. 6, no. 4, pp. 690-696. (In Russian, Abstr. in Engl.)

ВВЕДЕНИЕ

Язык – это живое, развивающееся явление, в котором от года к году находят место всевозможные устойчивые конструкции, кальки, англицизмы. Многие люди склонны ошибочно полагать, что никакие нововведения в язык не нужны, потому что они нарушают его целостность и уникальность. С осуждением сталкиваются и сторонники употребления англицизмов. Но на самом деле англицизмы уже довольно уверенно вошли почти во все сферы жизни человека. Изучение данного явления актуально в связи с широким распространением англоязычного сленга и медиаконтента. Целью исследования является выявление частоты употребления иноязычных неологизмов среди представителей разных возрастных групп. К задачам относятся изучение сферы использования англицизмов и рассмотрение их классификации, опрос студентов и преподавателей вуза. Методы исследования: анализ публикаций по изучаемой проблеме, опрос респондентов и интерпретация ответов.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Для наилучшего понимания феномена англицизмов следует привести определение, которое дает в своей работе Г.Д. Азнаева: «Англицизмы – слова, которые были перенесены в наш лексикон из английского языка» [1, с. 117], иными словами – заимствования. Проблемой заимствований занимались многие ученые, одним из которых является В.И. Карасик [2], предложивший классификацию англоязычных неологизмов, которая, на наш взгляд, в полной мере отражает каждый из видов англицизмов:

- 1) нулевые концепты, использующиеся в основном в качестве молодежного сленга (например тейбл);
- 2) паразитарные концепты, подчеркивающие особенность понятия (например секонд-хенд);
- 3) квази-концепты, обозначающие реалии, заимствованные из других культур (например виндсерфинг);
- 4) чужие концепты, отражающие понятия, не существующие в нашем языке (например плоттер, оверхед).

Существует мнение, что англицизмы используются только в молодежной среде, но это совсем не так. Англоязычные неологизмы довольно часто встречаются в российских СМИ по разным причинам. Во-первых, для обозначения работника средств массовой информации – репортера

(от англ. *to report* – докладывать). Во-вторых, для обозначения средств, обеспечивающих стабильную работу корреспондента, – гаджетов (от англ. *gadget* – техническое устройство). В-третьих, для жанров телевизионных передач – ток-шоу (от англ. *talk-show* – разговорное представление).

С.А. Бойко в своей статье указывает, что использование англицизмов в рекламных текстах – очень распространенное явление. Согласно ее исследованию, «полностью английские слова/тексты составляют 44 % от общего числа проанализированных рекламных текстов; разного рода гибриды – 56 %, среди которых транслитерированные английские слова – 16 %, гибридные тексты – 12,5 %, частично транслитерированные слова (графические гибриды) – 10 %, транслитерированные русские слова – 9 % и неологизмы – 8,5 %» [3, с. 35].

Таким образом, исходя из вышесказанного, становится ясно, что англицизмы лишь расширяют возможности нашего языка, так как с их помощью становится возможным выстраивать высказывания, удобные для восприятия. Кроме того, многие известные лингвисты, включая Л.А. Вербицкую, не видят особенной проблемы ни в появлении англицизмов в принципе, ни тем более в их использовании. Это связано с их убеждением, что язык способен к самоочищению.

Англоязычные неологизмы чаще всего встречаются в компьютерной сфере. Это обусловлено потребностью в наименовании новых понятий (сканер, кэш, сайт, акселератор, адаптер). Второй по степени использования является сфера экономики, где многие термины имеют вид распространенных предложений, сложных для понимания. Здесь на помощь приходят англицизмы, помогающие сократить изложенную мысль, сделать ее доступной для усвоения каждым человеком (например: инсайдер (от англ. *inside* – внутри) – человек, владеющий конфиденциальной информацией; баллотироваться (от англ. *to ballot*) – выставлять свою кандидатуру на определенную должность). И, наконец, третьей по степени вовлечения англоязычных неологизмов является сфера искусств, многие понятия которой не имеют аналогов в русском языке (например: бодиарт (от англ. *body art*) – искусство рисования на теле; блокбастер (от англ. *bloke buster*) – кинофильм, отличающийся пышностью постановки).

В ходе работы мы провели опрос среди студентов и научно-педагогических работников вуза, направленный на выявление наиболее употребимых англицизмов среди представителей разных возрастных групп. Всего было опрошено 15 человек. Исходя из данных нашего исследования, отвечая на вопрос: «Какие англицизмы являются преобладающими в вашей речи?», 50 % опрошенных отметили, что наиболее употребимым англицизмом в повседневной жизни является слово «делайн». Вероятно, причиной этому является высокая вовлеченность в ра-

бочий процесс, постоянная озабоченность задачами, требующими выполнения в кратчайшие сроки. 21,4 % выделили слово «прайс». Это может быть связано с широким распространением интернет-магазинов, салонов красоты, использующих данное слово в обиходе. Соответственно, люди, являющиеся клиентами заведений данного типа, привыкают к подобной лексике. 14,3 % выбрали слово «дефолт». Важно упомянуть, что значение этого англицизма эквивалентно слову «обычно». Это вызвано стремительным распространением молодежного сленга, неразрывно связанного с англицизмами. Равные части опрошенных, а именно 7,1 %, утверждают, что в их речи преобладают такие англоязычные неологизмы, как «юзер» и «кринж». Здесь прослеживается прямая связь с компьютерной сферой. В настоящее время количество пользователей Интернета стремительно растет, что неизбежно приводит к внедрению новых терминов и их активному использованию за неимением русского эквивалента.

На вопрос: «Встречали ли вы англицизмы в современной литературе?» подавляющее большинство опрошенных, а именно 85,7 %, ответило положительно. Это связано с тем, что в настоящее время большую популярность приобретают молодые писатели, активно использующие в своих произведениях англоязычные неологизмы (например, представляя диалоги подростков). 14,3 % ответили отрицательно, что может объясняться низкой заинтересованностью в современной литературе.

Ответы на вопросы: «Как вы относитесь к употреблению англицизмов в речи?» и «Считаете ли вы, что англицизмы портят целостность и уникальность языка?» составили следующую картину: чуть больше половины респондентов – 57,1 и 64,3 % соответственно – приветствует использование англоязычных неологизмов в процессе речевой деятельности, что может служить доказательством открытости людей к нововведениям в язык; 14,3 и 35,7 % выступили противниками англицизмов, объяснением чему может служить желание людей сохранить уникальность и чистоту родного языка.

Однако важно отметить, что чрезмерное употребление англицизмов может негативно сказаться как на репутации того, кто злоупотребляет ими, так и на языке в целом. Если не контролировать свою речь, можно столкнуться с непониманием. Например, сидя за праздничным столом в кругу родственников, будет неуместно спросить: «Вам чизик послать?». Кроме того, работодатели обращают внимание на речь потенциального работника, таким образом, человек, способный грамотно строить речевые высказывания и владеющий нормированным, литературным языком, всегда будет в приоритете в отличие от того, чья речь полна неуместных заимствований. Оправданное использование иноязычных не-

ологизмов может предотвратить эти проблемы. Притом оправданным, с точки зрения лингвистики, является заимствование, означающее в языке ранее не существовавшее понятие, в то время как к неоправданным заимствованиям относятся слова, которые вводятся в язык в качестве синонимов для уже существующих слов в родном языке.

Иноязычные неологизмы наполняют речь не только нужными понятиями, помогающими семантизировать сложные фразы, но и дискурсивные слова (например, известное абсолютно каждому «окей»). Несомненно, в некоторых речевых ситуациях дискурсивы наделяют разговор выразительностью, но только тогда, когда они употребляются в разумном (ограниченном) количестве. Более того, заимствованные дискурсивные слова раздражающе воздействуют на собеседников, особенно если это новое знакомство. При чрезмерном применении иноязычных неологизмов речь становится менее логичной, менее связной. Человек будто подает сигналы о том, что он не вполне контролирует ситуацию либо не может справиться с волнением.

Также чрезмерное использование англицизмов в речи негативно сказывается на мышлении человека. Страдает, прежде всего, мыслеформирующая функция. Если один из участников диалога выражает непонимание того или иного иноязычного неологизма, то второй речевой партнер вынужден искать замену этому слову. Человек, в речи которого превалируют заимствованные слова, может обнаружить, что найти замену в родном языке для, казалось бы, привычных понятий не так-то просто. Чем чище речь, тем проще и яснее мысли.

Избежать неоправданного использования англицизмов возможно, если иметь представление о том, как они выглядят. Освоить все заимствования, конечно, не удастся, но можно выделить несколько признаков, по которым их будет нетрудно определить: наличие характерных суффиксов (*-ment*; *-ist*; *-or*), окончаний (*-ing*), парных согласных в конце слова (как в слове дайвинг), обилие букв «э» и «е» (как в словах «фриэлтор» и «таймер»).

При грамотном употреблении англицизмы могут помочь продемонстрировать широкий кругозор и понимание современных речевых реалий. Под грамотным употреблением мы понимаем использование англицизмов по мере необходимости. При наличии русского эквивалента, способного полностью отразить соответствующее значение, от иноязычного неологизма нужно отказаться. Однако отказываться от прямых заимствований не стоит, если они способствуют пониманию в общении с представителями определенных профессий и культур. В то же время не все люди могут знать особенности лексики той или иной социальной группы или сферы деятельности. В некоторых случаях следует отказаться

ся от жаргонизмов, гибридов и иностранных вкраплений (таких как «изи», «вау», «аскать» и т. д. в общении, например, с представителями старшего поколения). При этом мы считаем вполне допустимым использование экзотизмов и калек как нейтральных по смыслу заимствований.

Таким образом, в ходе проведенной работы мы пришли к выводу, что англицизмы играют важную роль в современном русском языке, выступая в качестве четырех видов различных языковых концептов, начиная нулевыми и заканчивая квази-концептами. Иноязычные неологизмы являются неотъемлемой частью лексикона различных возрастных групп независимо от отношения к их употреблению, которое оказывается в целом положительным.

Список источников

1. *Азнаева Г.Д.* Виды англицизмов в российских СМИ // Литературоведение, лингвистика и коммуникативистика. Направления и тенденции современных исследований: сб. материалов Междунар. науч. конф. Уфа, 2017. С. 117-118. <https://elibrary.ru/xxakan>
2. *Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с. <https://elibrary.ru/ugqamp>
3. *Бойко С.А.* Англицизмы в современном русском языке: лингвоэкологический аспект // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. № 2. С. 32-43. <https://elibrary.ru/svyyar>

References

1. Aznayeva G.D. Vidy anglitsizmov v rossiyskikh SMI [Types of anglicisms in Russian media]. *Sbornik materialov Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii «Literaturovedeniye, lingvistika i kommunikativistika. Napravleniya i tendentsii sovremennykh issledovaniy»* [Collection of Materials of the International Scientific Conference “Literary Studies, Linguistics and Communication Studies. Directions and Trends of Modern Research”]. Ufa, 2017, pp. 117-118. <https://elibrary.ru/xxakan>. (In Russian).
2. Karasik V.I. *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Volgograd, Peremena Publ., 2002, 477 p. <https://elibrary.ru/ugqamp>. (In Russian).
3. Boyko S.A. Anglitsizmy v sovremennom russkom yazyke: lingvoekologicheskiy aspekt [Anglicisms in modern Russian: lingvoecological aspect]. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika – Ecology of Language and Communicative Practice*, 2014, no. 2, pp. 32-43. <https://elibrary.ru/svyyar>. (In Russian).

Информация об авторе

Завражина Анна Дмитриевна, студентка факультета филологии и журналистики, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, Российская Федерация, 39200 г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33, zavrazhina.nyura@mail.ru

Information about the author

Anna D. Zavrazhina, Student of Philology and Journalism Faculty, Derzhavin Tambov State University, Internatsionalnaya St., 33, Tambov 392000, Russian Federation, zavrazhina.nyura@mail.ru

Статья поступила в редакцию/The article was submitted 30.09.2022
Одобрена после рецензирования/Approved after reviewing 14.11.2022
Принята к публикации/Accepted for publication 22.11.2022