

6. Ворошни́на К.С. Использование интернет-ресурсов при анализе испанских заимствований в английском языке / К.С. Ворошни́на // Terra Linguae: сб. науч. ст. – Вып. 3. – Казань: Издательство «ТАИ», 2017. – 234 с.
7. Жлуктенко Ю.А. Лингвистические аспекты двуязычия / Ю.А. Жлуктенко. – Киев: Вища шк. Изд-во при Киев. ун-те, 1974. – С. 78–80.
8. Крысин Л.П. Слово в современных текстах и словарях: очерки о русской лексике и лексикографии / Л.П. Крысин. – М.: Знак, 2008. – 87 с.
9. Панькин В.М. Языковые контакты: краткий словарь / В.М. Панькин, А.В. Филиппов. – М.: Флинта; наука, 2011. – С. 46.
10. Реформатский А.А. / Введение в языковедение / под ред. В.А. Виноградова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – С. 1391.
11. Сорокин Ю.С. Развитие словарного состава русского литературного языка 30–90-е годы XIX века / Ю.С. Сорокин. – М.-Л., 1965. – С. 321.
12. Шевелева Л.В. Лексикология современного немецкого языка: курс лекции: учеб. пособие (на нем. яз.) / Л.В. Шевелева. – М.: Высш. шк., 2004. – С. 165–167.
13. Sofia Martin Gamero. La ensenaza del ingles en espana // Desde la edadMedia hasta El silo XIX. – 1961. – Madrid. – 147 с.

АНГЛИЦИЗМЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ ЯЗЫКА РУССКОЯЗЫЧНЫХ БЛОГОВ

*Шайхлисламова А. А.
Морозова Т. В.*

В статье освещаются результаты проведенного исследования русскоязычных текстов, размещенных на платформе LiveJournal. Авторы провели анализ отобранных англицизмов на лексическом уровне, определили использованный способ передачи заимствованных единиц на русский язык. Исследование позволило установить, что наибольшее количество англицизмов свойственно деловой сфере, а наиболее распространенной частью речи является существительное.

Ключевые слова: англицизмы, русский язык, английский язык, транслитерация, лингвистика.

The article highlights the results of a study of Russian texts hosted in the LiveJournal. The authors analyzed the selected English loan words at the lexical level, determined the method used to transfer the borrowed units to the Russian language. The study suggests that the largest number of English loan words is peculiar to the business sphere, and the most common part of speech is the noun.

Key words: English loan word, Russian, English, transliteration, linguistics.

Процесс глобализации оказывает огромное влияние на все сферы человеческой жизни и язык, в частности. Характерным признаком этого воздействия становится форсированное развитие современных языков, что делает их более универсальными, заставляя перенимать слова, общеизвестные выражения друг у друга. Развитие русского языка оказалось тесно связанным с воздействием множества мировых языков, каждый из которых оставил свой след в его формировании. Несомненно, наибольшее влияние сегодня на русский язык оказывает английский язык, что, в свою очередь, выдвигает на передний план вопрос об изучении англицизмов с точки зрения лингвистики. Согласно В.М. Аристовой, термин «англицизм» в широком значении рассматривается как лингвистическое понятие, в котором исходным является язык, а не этнические особенности языкового ареала. В данном контексте англицизмы – это слова из австралийского, американского, индийского и других вариантов английского языка. В узком понимании англицизм – это «только

слова исконной английской лексики». В нашем исследовании мы будем опираться на широкое значение термина англицизм.

В качестве материала для изучения мы отобрали 50 статей блогеров, опубликованных на платформе LiveJournal в период с 13.07.2018 по 26.07.2018. Методом сплошной выборки были выявлены 668 англицизмов, которые были проанализированы и категоризированы по сферам их употребления и лексико-семантическим особенностям.

Проведенный анализ отобранного материала позволил нам определить общий процент англицизмов, использованных в статьях блогеров, по отношению к общему объему лексики. Так, в разделе «Здоровье» среднее количество заимствованных английских слов составило 1,16%, в разделе «Путешествия» – 1,72%, «Наука» – 1,5%, «Мода» – 3,1% и «Бизнес» – 3,9%. Исследование также показало, что наиболее частотной заимствованной частью речью является существительное. Рассмотрим каждый из разделов подробнее.

В разделе «Путешествия» было выявлено 50 заимствованных слов, среди которых 48 единиц – это существительные, 2 единицы – прилагательные и 1 – глагол. Данный факт можно объяснить тем, что новейшие изобретения и модные течения быстрее проникают в язык и закрепляются в нем в их оригинальном звучании. Кроме того, английский язык отличается тем, что новые понятия часто образуются путем сложения наиболее отличительных признаков определенного продукта. С точки зрения маркетинга новые названия должны быть краткими, емкими, запоминающимися. Соответственно, названия на английском удобны для всех, кто живет в ногу со временем. К примеру, в том же самом разделе использовались названия фирм, принадлежавших неанглоязычному миру: *Czech Airlines, AirFrance, AirAsia*. Эти словосочетания оставлены без перевода на русский язык, так как ориентированы на людей, перемещающихся из страны в страну с помощью мировых авиакомпаний и владеющих английским языком на достаточном уровне, чтобы легко распознать название бренда. Среди выявленных 13 названий брендов и фирм только один американский бренд машин «Джип» был переведен на русский язык. С морфологической стороны, многие англицизмы, отобранные в разделе «Путешествия», сохранили свои англоязычные суффиксы, например, суффикс -изм (вандализм), суффикс -инг (паркинг), -ер (*споттер, лоукостер*). Заимствованные слова здесь также представлены большим количеством сложных слов, таких как *скайтимовский, лоукостер, фотосторис*, а также словами с дефисным написанием – стрит-арт.

Раздел «Бизнес» представлен наибольшим количеством заимствованных слов из английского – 3,9%. Тексты содержат 318 существительных, 19 прилагательных, 9 глаголов и 2 наречия. Эта сфера деятельности напрямую связана с ведущими компаниями и правилами игры, которые задают тон всему миру, тем самым активно и порой агрессивно проникая в нашу лексику в качестве маркера принадлежности к этой сфере и вашей успешности. Основная составляющая заимствований – это названия 87 брендов и фирм. 69 из этих названий блогеры употребили их в первоначальном варианте написания, т.е. на английском языке. Например, *South China Morning Post, ABI Product, Forbes, Artefact London*, и т.д. 15 англицизмов были переданы с помощью транслитерации – *Дисней, Википедия, Алиэкспресс, СПАРК, Интерфакс, Гугл* и т.д. Среди сложных англицизмов можно выделить такие примеры, как *мегамажорный, трафикогенератором, инфографика, краудфандинг, IT-компания, стартап, пиар-индустрия, бьюти-блогер*. Интересно, что в английском языке данные понятия пишутся либо раздельно. Либо без дефиса. Наиболее часто используемые суффиксы – это -ор, -ер (*конвейер, мотиватор, импортёр, блогер, дистрибьютор*), -инг (*краудфандинг, маркетинг, холдинг, смокинг*), реже используется суффикс -изм (*популизм*).

В разделе «Мода» нами было выявлено 350 англицизмов, среди которых – 258 существительных, 31 прилагательное и 31 глагол. Англицизмы, описывающие предметы одежды и обуви, использованы в текстах или в их зафиксированном в русском языке варианте (*свитер, джемпер, кроссовки*), или путем транслитерации (*кроссы, агликроссы, сникерсы, урбанкроссы*). Так же, говоря об элементах одежды, важное положение занима-

ли современные бренды такие как: *Pringle of Scotland, Vera Wang, Harrods of Knightsbridge, Nike, New Balance, Reebok*. Последние два также использовались в варианте транслитерации: *нюбэлансы, рибоки*. В данном случае слова имеют прагматичную функцию. Они вызывают либо интерес, либо раздражение у читателя. Такого рода англицизмы не всегда уместны в статьях неопытных блогеров. Например, в одной из статей в конце текста использовалось выражение «Велкам» равное английскому «Welcome». Функция этого слова так же относится к группе прагматичных, а точнее декоративно-адмиративных.

В разделе «Здоровье» 1,16% текста составили англицизмы. Из 108 слов существительных – 96, глаголов – 3, прилагательных – 6 и 3 выражения, такие как «Окей», «LOL», «It's raining man».

При анализе была выделена лексическая группа «Еда». Туда входят такие распространенные слова, как *спрайт, кетчуп, гриль, бекон, фаст фуд, чипсы, йогурт*, а также определенные термины, которые имеют связь с этой темой: *фэтшэйминг, скиннифэт, плюссайз, фитнес, мотивация, компульсивный, аэробика, gluten sensitivity, вегетарианка, home-made, gluten-free*. Такие определения, как «gluten-free», «скиннифэт» или «фэтшэйминг» совершенно новы и относятся принципиально к новому течению, по которому живет англоязычный мир. Использование англицизмов в данном случае гораздо более удобно. Оно выполняет компрессивную и стилеобразующую функции.

Последним исследуемым разделом стала «Наука». Он представлен англицизмами, среди которых мы выявили 160 существительных, 17 прилагательных и 2 глагола. Всего разделе встретилось 44 названия (*MARSIS, Mars Express, Science, NASA*), 15 из которых это сокращения или гибридные сокращения (*USGS Astrogeology Science Center, JPL-Caltech, Wikimedia BFR*, т.д.). Чаще всего среди сокращенных слов встречалось *NASA* (6 раз). С лексической стороны было больше всего названий, связанных с космосом (28). Стоит отметить, что с морфологической стороны, в названиях часто употреблялись сложные слова, сочетающие в себе нескольких корней. Например, *Astrogeology, Wikimedia, Reconnaissance, Caltech, Zooniverse, Rocketlab, Facebook*. Переведенные названия в статьях встречались незначительное количество раз: всего 7, тогда как наименований 51 (*Кассини, Нобелевская премия, Шоу Трумана, Айовский университет, гарвардский*). Нобелевская премия – общеизвестное устойчивое словосочетание, которое не требует своего оригинального названия, так же, как и отыменное прилагательное «гарвардский». Термин «Кассини» известен не так хорошо, но в статье его англоязычный вариант встречается не единожды, благодаря чему его смысл можно определить в контексте.

Образование других слов, происходило так же, как и в предыдущих разделах. Была использована русскоязычная аффиксация, благодаря которой англицизмы стали удобными в употреблении (*маркетинговый, сканирование, экстремальный, протестировать, репрезентативный, тестирование*). Слово «маркетинговый» образовано от «marketing», из-за синтетических свойств русского языка к нему был прибавлен суффиксов и окончание мужского рода -ый. Составляя словосочетание в русском языке, мы изменяем и подстраиваем прилагательное под главное слово, как «маркетинговая стратегия», в английском то же выражение будет выражено проще «marketing strategy».

Также присутствовали сложные слова с дефисным написанием (*офлайн-тестирование, реалити-шоу, 3D-принтер, eye-tracker*). Корни «офлайн» и «онлайн» крайне удобны: лексически любое слово в купе с этими корнями переносится в интернет-пространство. В слове «3D-принтер» используется полуанглийская графика, так же, как и в словах с сочетанием аббревиатуры «IT».

Среди сложных слов с двумя корнями (*аудиофайл, автомобильный, телепортация, трансплантация, айтрекер, баскетбол, футбол*) выделяется англицизм «айтрекер». Его употребление распространено не так широко, в отличие от наименований игр, таких как баскетбол или футбол. В статье он был так же использован на языке оригинала «eye-tracker».

Лексически значимыми словами стали *цивилизейшн*, *disclaimer*, *фейковый*, *хайп*, *мем*. «Цивилизейшн» имеет адмиративную функцию. Его использование в таком варианте эмоционально воздействует на читателя, хотя грамматически оно неверно в русском языке. «Disclaimer» переводится как «отказ», «отречение», хотя в контексте его употребления в статье оно имеет значение предупреждения. Подобные слова стали жаргонными, собственными молодежной лексике, и их популярность в Интернете только возрастает.

Мы установили, что англоязычные заимствования используются не только как объекты для привлечения внимания читателей, но и как практически важные элементы в построении речи, значительно облегчающие коммуникацию. Некоторые слова действительно необходимы, и их появление в русском языке обусловлено тем, что других аналогов в речи не существует. Скорее всего, половина слов, перенимаемых носителями языка, в скором времени исчезнут, что мы видим на примерах выражений из 90-х. Однако в данный момент они идеально подстраиваются под ситуацию и «лингвистическую моду» современной молодежи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гиниятуллина Л.Р. Особенности проникновения англицизмов в русский язык (на материале публикаций в российских блогах) / Гиниятуллина Л. Р., Морозова Т. В. // ББК 71.0 я 43 Т 37. – 2017. – С. 68–71.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АНГЛИЙСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОЙ ПРЕССЕ В ОБЛАСТИ ПСИХОЛОГИИ И ОБРАЗОВАНИЯ

*Шакирова Л.А.
Поморцева Н.П.*

Данная статья посвящена изучению роли английских заимствований в сфере психологии и образования в российской прессе. В представленной работе приводятся классификация английских заимствований, примеры заимствований в сфере психологии и образования, а также анализ лексических значений выявленных языковых единиц.

Ключевые слова: англицизм, российская пресса, психология, образование, лексическое значение, классификация.

This article deals with the study of functions of English psychology and education borrowings in the Russian press. The current work represents the classification of English psychology and education borrowing, examples of usage in Russian press, and also analysis of lexical meanings of the revealed language units.

Key words: anglicism, Russian press, psychology, education, lexical meaning, classification.

Лексический запас языка постоянно обогащается. Подвижность лексического состава языка обусловлена его функцией отражать процессы, происходящие в общественной и производственной жизни людей, моментально реагировать на изменения в мировоззрении, общественно политических отношениях и науке, выражая их словесно. Стремительное развитие технологий, политическое сближение, расширение экономических связей, популяризация западной моды среди населения России – эти и многие другие экстралингвистические факторы, которые становятся причиной заимствования лексики. Помимо этого, единое информационное пространство без труда взаимодействовать с разными культурами и обогащать свой словарный запас. Многие заимствованные из разных языков слова