Причины заимствования англицизмов в современном русском языке.

На протяжении развития человечества, развития культуры, взаимоотношений наций происходило общение людей. Общаясь, люди вступали в контакт друг с другом, обогащали культуру, передавали знания. В процессе исторического общения и развития непосредственно человеческие языки постоянно вступали и продолжают вступать в определенные контакты друг с другом. Языковым контактом называется взаимодействие двух или более языков, оказывающих какое-либо влияние на структуру и словарь одного или многих из них. В настоящее время возросло количество иностранных слов английского происхождения. Их появление и их быстрое закрепление в русском языке объясняется стремительными переменами в общественной и научной жизни. Усиление информационных потоков, появление глобальной компьютерной системы Интернета, расширение межгосударственных и международных отношений, развитие мирового рынка, экономики, информационных технологий, участие в олимпиадах, международных фестивалях, показах мод, развитие туризма – все это не могло не привести к вхождению в русский язык новых слов. Наша страна толерантно относися к внешним влияниям. Открытость нашего общества приводит к значительному расширению кругозора и объема знаний россиян, к улучшению знаний в области иностранных языков. Активизировались деловые, торговые, культурные связи, расцвел зарубежный туризм; обычным делом стали длительная работа наших специалистов в учреждениях других стран и обмен студентами, обучение зарубежных студентов в нашей стране и наших студентов за рубежом, стало нормальным явлением преподавание в наших учебных заведениях преподавателями из разных стран, функционирование на территории России совместных русско-иностранных предприятий. Возросла необходимость в интенсивном общении с людьми, которые пользуются другими языками. А это – важное условие не только для непосредственного заимствования лексики из этих языков, но и для приобщения носителей русского языка к интернациональным (а чаще – созданным на базе английского языка) терминологическим системам. Таким образом, заимствование англицизмов конца ХХ века отвечает перечисленным выше причинам.

 **Заимствование слов- это необходимость или подражание западу?**

На протяжении многих лет вхождение иноязычной лексики в русский язык интересовало многих лингвистов. Изучая историю заимствования лексики, мы знаем, что множество музыкальных терминов были заимствованы из итальянского языка, Во времена Петра Первого множество слов были заимствованы из немецкого, из французского языков. Известно, что в русском языке есть множество интернациональных слов. Для развития почти каждого языка характерен процесс заимствования слов из других языков. Тем не менее, и к самому этому процессу, и в особенности к его результатам иноязычным словам носители языка часто относятся с подозрительностью. Зачем что-то брать у других, разве нельзя обойтись средствами родного языка? Зачем нам  «имидж», если есть «образ», к чему «саммит», если можно сказать «встреча в верхах». Чем модный нынче в кинематографии «ремейк» лучше обычной «переделки»? И разве «консенсус» прочнее «согласия»? Это объясняется тем, что в процессе развития человечества параллельно происходит и развитие языка. Ярким примером языковых контактов можно считать появление и функционирование в одном языке слов другого языка.  Для  начала 21-го веков характерно расширение сфер международных контактов, где английский язык становится языком международного общения. Отсюда следует, что причин появления английских терминов в русском языке можно назвать несколько:

-Общемировая тенденция к интернационализации лексического фонда;

-Потребность в наименовании новых предметов, понятий и явлений (*ноутбук, е-mail, диск, байт, сайт, органайзер, сканер);*

-Отсутствие соответствующего (более точного) наименования (или его проигрыш с заимствованием) - 15% новейших англицизмов прочно вошли в словарь делового человека именно в связи с отсутствием соответствующего наименования в языке-рецепторе (спонсор, спрей, дайджест, виртуальный);

-Необходимость выразить при помощи англицизма многозначные описательные обороты (термопот – термос и чайник в одном, пиллинг-крем – крем, убирающий верхний слой кожи, квиз – радио- или телевизионная игра в вопросы и ответы на различные темы с призами);

-Пополнение языка более выразительными средствами (имидж - вместо образ, прай-лист – вместо прейскурант, шоу – вместо представление);

-Восприятие иноязычного слова как более престижного, “ученого”, “красиво звучащего” (презентация – вместо представление; эксклюзивный – вместо исключительный);

-Необходимость конкретизации значения слова (сэндвич – гамбургер, фишбургер, чисбургер, чикенбургер; киллер – профессиональный убийца, убийца-наемник; плеер и проигрыватель – не эквивалентны по своей семантике).

- дань моде: знание английского языка считается в высшей степени престижным. И зачастую люди, используя англицизмы, хотят тем самым выглядеть модно, престижно завоевать уважение собеседника. Так, на их взгляд, слово «*шоппинг*» звучит привлекательней слова «*поход за покупками*»: *презентация, рейтинг, брифинг, шоп-тур, киллер, ток-шоу, шоумен, брейн-ринг*.

Одной из причин такого потока англицизмов в русском языке является бесспорное мировое лидерство США во многих сферах нашей жизни. Мы легко копируем культуру, структуру развития экономики, систему образования, язык, образ жизни и даже образ мышления, забывая о собственной самобытности. После развала Советского Союза, во времена которого шла борьба с Западом, мы впали в другую крайность. Пытаясь стремительно «замазать» образ советского человека, создаем новый образ того, кем мы не являемся на самом деле.  Англо-американские слова прочно вошли в словарный запас русского языка. Ученые выделяют несколько факторов, влияющих на развитие и пополнения сленга, а, следовательно, и несколько сленговых групп :

1. **Развитие компьютерных технологий и социальных сетей**, которые пользуются популярностью среди представителей молодежи, безусловно, влияет на состояние сленга. IT-термины прочно вошли в нашу жизнь: user— юзер,gamer— геймер, login— логин. Некоторые сленгизмы вошли в лексикон русского человека сравнительно недавно. Примером может служить слово контра — сокращенное название компьютерной игры Counter Strike. Он полный чайник в контре —т. е. он плохо играет в компьютерную игру. Сленговые выражения не всегда заимствуются в исходном варианте. Некоторые сленгизмы образуются путем слияния двух и более слов, например, мы получили слово копипастить, которое означает копировать информацию, в основном компьютерную, без изменения, зачастую выдавая ее за свою. Оно образовалось путем соединения слов copy (копировать) и paste (вставлять). Студент скопипастил доклад из интернета — т. е. текст доклада полностью совпадает с текстом, размещенном на каком-либо сайте [6].
2. **Современная музыкальная и «клубная» культура**, а также киноиндустрия оказывают непосредственное влияние на жизнь молодых людей. К этой группе относятся такие слова, как release— релиз, playlist— плейлист, remake— ремейк, face-control— фейс-контроль. Некоторые англицизмы подверглись сокращению и перешли в сленг русской молодежи в сокращенном виде, например, слово шоубиз (от англ. show-business).
3. **СМИ и телевидение** являются неотъемлемой частью жизни молодежи и, следовательно, влияют на состояние сленга. Благодаря средствам массовой информации вокабуляр пополнился такими словами, как prime-time— прайм-тайм, talk-show— ток-шоу, image-maker— имиджмейкер.
4. **Названия популярных видов**[**спорта**](http://nauchforum.ru/studconf/gum/vi/1569) также заимствуются русским языком. Данная группа включает в себя следующие заимствования: fitness— фитнес,bodybuilding— бодибилдинг, shaping— шейпинг. Массовое использование приведенных сленговых единиц в речи русской молодежи обусловлено тем, что набирает популярность и все большее количество поклонников так называемый «культ красивого тела», широко пропагандируемый на Западе.
5. **Производственные термины**, внедряемые работниками различных сфер профессиональной деятельности: marketing— маркетинг, leasing— лизинг,broker— брокер, manager— менеджер, promoter— промоутер. Причем, некоторые молодые люди, употребляя в своей речи англицизмы, делают ошибки, например, ставят ударение в слове маркетинг на второй слог.
6. **Развитие сетей быстрого питания** стало причиной появления некоторых сленгизмов, таких как fast-food— фаст-фуд, cheeseburger— чизбургер, hot-dog— хот-дог. Тенденция широкого употребления подобных слов в русской речи берет свое начало еще в 90 гг. в связи с открытием первых магазинов быстрого обслуживания. Сленгизмы этой группы также подвергаются сокращению: макдак (от англ. McDonald`s).
7. **Подражание образу жизни американской и английской молодежи** послужило стимулом к появлению самой многочисленной сленговой группы. В нее входят следующие слова, которые употребляются русской молодежью в повседневном общении и в стандартных бытовых ситуациях: boy-friend— бойфренд,weekend— уикенд, party— пати, looser— лузер, baby— бейби, go— гоу. Некоторые из этих сленговых единиц уже не расцениваются как сленг вовсе, так как они прочно вошли в нашу жизнь и, как следствие, в наш словарный запас.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что количество английских слов в русском языке велико.

Заимствования из иностранных языков, а в частности, из английского, традиционно делят на две группы [5]. Первая группа включает в себя слова, заимствованные по причине отсутствия их эквивалентов в русском языке. Прежде всего, это слова и выражения, связанные с компьютерной техникой и IT-технологиями, о которых мы уже говорили ранее (file— файл, site— сайт). Названия бытовых приборов, которые на момент своего распространения в России относились к категории сленга (toaster— тостер, blender— блендер***)***. К данной группе причисляют и спортивные термины и названия некоторых видов [**спорта**](http://nauchforum.ru/studconf/gum/vi/1569) (bowling— боулинг, diving— дайвинг). К другой группе относятся англицизмы, имеющие синонимы в русском языке. Примерами данного вида заимствований могут служить слова, связанные с музыкальной культурой, СМИ и телевидением: «хит» (hit) вместо «популярная песня», «постер» (poster) вместо «плакат, афиша», «секьюрити» (security)вместо «охрана».

Заимствование англицизмов из второй группы создает в русском языке лексическую избыточность и, как правило, один из синонимов закрепляется в языке, а другой выходит из употребления. Молодежь чаще использует в своей речи заимствованные слова, а русский эквивалент забывается. Немотивированно употребляемые слова английского происхождения нередко становятся агнонимами, т. е. зачастую являются непонятными для большинства носителей языка. Это явление приводит к «засорению» родного языка. Обидно, что заимствования становятся более популярными, чем их исконно русские аналоги. Чрезмерное использование слов иностранного происхождения ведет к потере интереса к русскому языку и к русской культуре. По нашему мнению, употребление иностранного слова, когда есть равносильное ему русское слово, является, в первую очередь, неуважением к собственному языку.

Однако, заимствования из первой группы, не имеющие синонимов в русском языке, не «засоряют», а, напротив, обогащают наш язык, делая его более приближенным к современной действительности. Приведем несколько примеров из английской лексики, которые еще семантически не освоены русским языком. Однако, реалии, соответствующие этим англицизмам, имеют место в русской культуре и наверняка пригодятся в нашей действительности.

Office ghost— офисный призрак — хитрый офисный работник, который присутствует на рабочем месте, но на самом деле его обязанности выполняют другие;iBrick—iКирпич — любой iPhone до активации; attention spam— спам внимания — состояние, когда вы не можете сосредоточиться и ошибаетесь даже в самых простых вещах из-за переизбытка ерунды в голове; accidental jedi— случайный джедай — когда случайно сделал нечто невообразимо крутое; headdesk— головой о[***стол***](http://nauchforum.ru/studconf/gum/vi/1569) — наивысшая степень отчаяния и разочарования по поводу чьей-либо глупости; digital immigrant— цифровой иммигрант — человек, который познакомился с интернетом уже в зрелом возрасте; mammograph— маммограф — автограф, оставленный знаменитостью на груди девушки; bio-accessory— биоаксессуар — маленькая собачка, которые девушки носят в сумочке или подмышкой; ego-wall— стена эго — стена в кабинете или офисе, увешанная дипломами; bus look— автобусный вид — выражение лица, которое появляется, когда вы находитесь в общественном транспорте; Canadian girlfriend— подружка из Канады — когда парень говорит, что у него есть девушка, но никто (включая его самого) не видел ее; spim— спим — реклама на сайтах, которая притворяется личным сообщением; chairdrobe— стул-гардероб — [**стул**](http://nauchforum.ru/studconf/gum/vi/1569), исполняющий роль шкафа для одежды; technolust— техновожделение —непреодолимое желание обладать последними техническими новинками; coffee face— кофейное лицо —страшное лицо человека, который еще не успел выпить кофе с утра; drivestep— драйвстеп — дабстеп, под который хорошо водить машину; book hangover— книжное похмелье — чувство, когда окружающий мир кажется несовершенным после прочтения увлекательной книги [3]. Существует целое множество подобных сленгизмов и сленговых выражений, ярко характеризующих современную действительность, которые, возможно, в ближайшем будущем станут частью лексикона русского человека.

Язык — живой организм, и он изменяется и развивается вместе с его носителями. Заимствования приживаются в русском языке, некоторые так и остаются непонятными и «чужими» для большинства людей. Будем надеяться, что приведенные заимствования семантически ассимилируются в нашем родном языке, так как они соответствуют жизни в нашей стране, а также звучат крайне интересно и придают остроту речи. Но не будем забывать, что некоторые заимствования имеют аналоги в русском языке, которые ничуть не уступают англицизмам по своим семантическим и экспрессивным свойствам.

           Рассмотрев ситуацию русского языка сегодня, мы можем сделать вывод, что  с одной стороны, многочисленные англицизмы и американизмы, проникающие в нашу речь - это явление закономерное, отражающее активизировавшиеся в последнее десятилетие экономические, политические, культурные, общественные связи и взаимоотношения России с другими странами, в частности с Америкой и процесс интеграции. Но с другой стороны, в погоне за всем иностранным, в стремлении копировать западные образцы мы всё больше теряем свою самобытность, в том числе и в языке. А язык отражает образ жизни и образ мыслей. Может быть, именно вследствие этого теряется интерес к родному языку, русской литературе и культуре. А в среде молодежи наблюдается косноязычие, снижение грамотности и языковой и общей культуры. Язык – это явление живое, изменяющееся. Процессы, происходящие в нем, закономерны, но хотелось бы, там, где можно обойтись средствами русского языка, не прибегать к иноязычным элементам, не отдавать дань моде. А беречь язык, родную культуру и не следовать тенденции не только жить, но и мыслить по-американски. [6]

         Известный поэт и писатель Чингиз Айтматов говорил: «Бессмертие народа в его языке».

         И если мы хотим сохранить  культуру, самобытность и неповторимость нашего народа, нам необходимо беречь уникальность родного языка.

Мы проанализировали ряд газетных материалов (“Причулымский вестник” – все номера за октябрь 2005 г.) и установили, что чаще всего слова английского происхождения используются в рубриках:

- статьи на политическую и экономическую тему;
- статьи о музыке;
- спортивные статьи;
- статьи о науке и технике.

Также мы провели социологический опрос среди жителей в/г Каменка. Опрос проводился по телефону. Мы задавали вопрос:

Устраивает ли вас обилие иностранных слов английского происхождения в средствах массовой информации?

Опрошено 96 человек. Среди них люди разного возраста. Наш опрос дал такие результаты: 55% - нет; 35% - да; 10% - не знаю.

На вопрос, почему не нравится, большинство, особенно люди пожилого возраста и дети, называли недостаточные познания в области английского языка. Многих людей раздражает использование английских слов, имеющих вполне подходящие синонимы в русском языке, и показное использование английских слов для заголовков и названий рубрик в газетах для привлечения внимания и в целях создания рекламы.

**2.2. Результаты социологического опроса (уровень популярности предмета “английский язык” среди учащихся 5-11 классов)**

В любом городе во всех школах проводятся уроки иностранного языка. Не секрет, что английский язык стоит на первом месте по популярности среди иностранных языков. Мы решили посмотреть, как учащиеся нашей школы относятся к этому языку. Учащимся 5-11-х классов была предложена анкета.

Всего в анкетировании приняли участие 70 человек.

Проанализировав все полученные ответы, мы получили следующие данные.

На вопрос: “Нравится ли вам изучать английский язык? Почему?” часть учащихся (17%) не смогли однозначно ответить . В то же время подавляющему большинству нравится изучать английский язык.

Результаты анализа вопроса:”Легко ли вам дается английский?” привели нас к следующим выводам. Среди тех, кому нравится изучать английский, есть и такие, которым он тяжело дается, и они его не понимают. Мы считаем, что понимание языка играет большую роль в отношении к нему. Возможно, поэтому на первый вопрос столько неоднозначных ответов.

Ответы на вопрос: “Каждый ли ученик должен изучать английский?” мы проанализировали с позиции отношения к английскому языку. Подавляющее большинство респондентов (85%) выступают за изучение иностранного, так как они считают, что английский язык нужен (пригодится в вузе, при работе с компьютером, в общении с иностранцем). Таким образом, проделанная работа позволила установить зависимость между отношением к иностранному языку в процессе его изучения и уровнем его понимания, а отсюда принятием и пониманием другой, в частности, англо-американской культуры. Проведя исследование, мы убедились, что культура других стран, в частности, англо-американская неизбежно проникает во многие области жизни даже такого небольшого в/г, как Каменка и вызывает к ней неоднозначное отношение.

**Использование лексики английского происхождения в обыденной жизни школьников**

Увлечение англицизмами стало своеобразной модой, оно обусловлено созданными в молодежном обществе стереотипами, идеалами. Добавляя в свою речь английские заимствования, молодые люди определенным образом приобщаются к американской культуре, стилю жизни. Наблюдаются и социальные различия в отношении к английской терминологии, особенно новой. Люди старшего поколения, в среднем, менее терпимы к чужой лексике, чем молодежь; с повышением уровня образования, освоение заимствований происходит легче. Англицизмы, употребляемые молодежью, аттестуют ее в определенных кругах более высоко, подчеркивают уровень информированности, ее превосходство над остальными. Иностранные слова в речи молодых могут играть роль своеобразных цитат: термин, принадлежащий какой-либо специальной сфере, может цитироваться, сознательно обыгрываться, искажаться. Именно в этой группе имеет место русское или просто неправильное прочтение английского слова. Порой ошибка становится привлекательной до того, что овладевает массами.

Принято считать, что слова: клевый, перенсы, фигнюшка – образованы от английской основы: клевый от clever – умный; перенсы от parents – родители; фигнюшка от things – вещи.

Соответственно, происхождение данных слов связано со звуковым искажением в процессе освоения данных заимствований. Происходит своеобразная игра звуками.

Такие слова образуются путем отнимания, прибавления, перемещения некоторых звуков в оригинальном английском термине. Речь молодых легко вбирает в себя английские единицы, например: шузы от shoes – туфли; супермен от superman – сверхчеловек; хаер от hair – волосы (патлы).

В нашей школе преподают два иностранных языка, один из которых – английский. Восемьдесят учащихся с 3 по 11 класс оказались в поле нашего наблюдения. Наша задача была включить в объект рассмотрения английские элементы, занимающие различные позиции на шкале освоенности.

С развитием компьютерных технологий английские слова все больше пополняют словарный запас школьников. Многие из существующих профессиональных терминов громоздки, неудобны в ежедневном использовании.

Поэтому возникает желание сократить, упростить слово, например:

Motherboard (материнская плата) – “мамка”;

CD-Rom Drive (накопитель на лазерных дисках) – у молодежи

появился эквивалент “сидюшник”. В последнее время также произошло повальное увлечение компьютерными играми, что опять же послужило мощным источником новых слов.

Весьма употребительным у молодых сделался возглас “Вау!”, выражающий эмоцию изумления или восторга.

**Заключение**

Актуальность проведенного исследования состоит в том, что рассмотрение проблем, связанных с теорией и практикой заимствований, особенно значимо в современных условиях, поскольку сегодня высказываются серьезные опасения по поводу мощного наплыва заимствований, которые могут привести к обесцениванию русского слова. Но язык – это саморазвивающийся механизм, который умеет самоочищаться, избавляться от излишнего, ненужного. Это происходит и с иноязычными словами, заимствование которых было представлено в ходе исследования.

В целом иноязычная терминология представляет собой интереснейший лингвистический феномен, роль которой в русском языке весьма существенна. Англо-русское языковое взаимодействие постоянно привлекает исследовательское внимание, направленное на изучение общего притока иноязычной лексики в русский язык. Практическая ценность настоящей работы состоит в том, что данный материал может использоваться в процессе преподавания английского и русского языков в школах, лицеях, гимназиях. В данных учебных заведениях необходимо проводить планомерную работу по воспитанию у школьников культуры обращения с иноязычными словами, хорошего языкового вкуса. А хороший вкус – главное условие правильного и уместного использования языковых средств, как чужих, так и своих.

1. Сумцова О.В. Причины использования англицизмов в русском молодежном сленге [Текст] / О.В. Сумцова // Молодой ученый. — 2012. — № 4. — С. 247—250.

**Криворучко Т.О., Адильбаева Т.О. Англицизмы: угроза или необходимость?**