

АНГЛИЦИЗМЫ И ЗАИМСТВОВАННЫЕ СЛОВА В КОММУНИКАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Гринева Ольга Александровна

к.филос.н., доцент, ФГБОУ ВО «Красноярский
государственный педагогический университет
им. В.П. Астафьева»
gold23@inbox.ru

ANGLICISMS AND BORROWING WORDS IN COMMUNICATION ACTIVITY

O. Grineva

Summary: This article shows that the modern speech of a Russian person is undergoing significant changes. The article reflects the main aspects of the use of anglicisms in human speech. The main areas of occurrence of slang and their influence on human interaction are identified. The necessity of using borrowed words as a demonstrative tool for self-expression is shown. Destructive aspects of the use of anglicisms in communicative activity are revealed. Types and classifications of anglicisms are considered.

Keywords: use, borrowing, computer technology, misunderstanding, self-expression, contact, renewal, reduction, unification, perspective.

Аннотация: В данной статье показано, что современная речь русского человека претерпевает значительные перемены. В статье отражены основные аспекты использования англицизмов в речи человека. Выявлены основные сферы возникновения сленгов и их влияния на взаимодействие людей. Показана необходимость употребления заимствованных слов в качестве демонстративного инструмента для самовыражения. Выявлены деструктивные аспекты употребления англицизмов в коммуникативной деятельности. Рассмотрены типы и классификации англицизмов.

Ключевые слова: использование, заимствование, компьютерные технологии, недопонимание, самовыражение, контакт, обновление, сокращение, объединение, перспектива.

Современное глобализированное общество, в настоящее время, включает в себя различные коммуникационные обороты речи, сленги и выражения. Для многих людей как производственной, так и социальной сферы употребление заимствованных слов из английского языка стало нормой. Однако, какие риски возникают при употреблении слов с непонятным смыслом для русского человека?

С одной стороны заимствование иностранных слов является закономерным процессом, связанным с усложняющимися процессами коммуникации посредством социальных сетей. Кроме того, как в политической, экономической, так и социальной сферах, в обществе приветствуется укрепление международных отношений в последние десятилетия. С другой стороны, использование заимствованных выражений имеет ряд недостатков, приводящих к недопониманию и возникновению конфликтных ситуаций [7].

В связи с исторически сложившимся ходом событий, великая страна Великобритания имела огромное влияние на установление международных контактов и завоевание территорий по всему миру, поэтому распространение английского языка неукоснительно задествовало все развитые страны мира. Английские слова, которые схожи с русскими по значению словами, принято называть «англицизмами». Такие англицизмы как бизнес, менеджмент, стритрейсинг, лайк, тьюнинг, геймер, фоловер и др. плотно укоренились в русском языке и часто используются как детьми, так и взрослыми [9].

Проблема использования англицизмов и заимствованных выражений в русской культуре искажает смысловую нагрузку речи и приводит к упрощению коммуникативного процесса. В связи с чем, существует опасность смешения англицизмов с просторечием или жаргоном.

Преимущественно, грамотное владение англицизмами приветствуется в международной сфере, например, в фармацевтических компаниях, в торговой сфере или области программирования. Когда специалисты общаются непосредственно с разработчиками программ, информационных средств, медицинских препаратов, ведут образовательную деятельность по обмену студентами или связаны с трудоустройством мигрантов. Вдобавок, использование англицизмов приветствуется в рекламной деятельности или маркетинговой индустрии, что позволяет определенным специалистам находится в активном модном потоке экономической и социальной жизни общества, легче устанавливать межличностные контакты с иностранными гражданами. (Миронова).

Помимо деловой сферы, большая часть молодежи увлеченно и стремительно используют сленги, заимствованные термины в бытовом общении. Данный процесс является связующим звеном различных речевых разновидностей русского языка [8]. Максимальная открытость и наличие интегрирующей функции сленгов служит катализатором обновления тематических групп, а также поддерживает корпоративный дух и способствует творческому самовыражению личности [5].

Очередным фактором употребления англицизмов, сленгов и фразеологизмов является их демонстративная функция. Благодаря методам культурологического и сравнительного анализа, было выявлено, что заимствованные слова и выражения обладают яркой образностью и несут метафоричный смысл, который популярен в молодежной речи и даже встречается в СМИ.

Научная новизна данной статьи направлена на то, чтобы подчеркнуть когнитивную и экспрессивно-мировоззренческую функцию употребления англицизмов в русской речи и способствовать дальнейшему изучению данного феномена, широко популярного в народе.

Однако частое повторение заимствованных выражений, сленгов и фразеологических оборотов имеет ряд деструктивных компонентов в процессе коммуникации [3].

Во-первых, не всегда человек понимает смысл иностранного выражения, но пытается соответствовать модному течению, активно вставляет англицизмы в речи. Происходит искажение смысла предложения, к человеку появляются дополнительные вопросы, особенно среди молодого поколения, провоцируется конфликтная ситуация или же возможность стать изгоем в определенном кругу лиц.

Во-вторых, спонтанное употребление англицизмов в профессиональной деятельности с высокообразованным человеком или более высокого социального статуса может вызвать негативную реакцию собеседника, подпортить репутацию и дать отрицательный эффект в дальнейшем сотрудничестве.

В-третьих, некоторые фразеологические обороты или заимствованные слова имеют негативную окраску и могут быть оскорбительными в процессе коммуникации или в ходе образовательного выступления, предполагающего использование литературного языка.

В-четвертых, присущий чужеродный оттенок англицизмов провоцирует риск ироничного и юмористического отношения к речи говорящего.

В-пятых, из-за скудного выражения своих эмоций и чувств с помощью англицизмов в семейных отношениях также могут создаваться раздоры и отчуждение между старшим и младшим поколениями.

На основании приведенных деструктивных аргументов использования англицизмов и заимствованных слов, можно уверенно предположить, что англицизмы в современном русском языке требуют четкого понимания их значения, правил употребления в определенных группах или сферах деятельности. Уместное и умеренное использование за-

имствованных выражений может иметь не только отрицательный характер, но и способствовать самовыражению человека [4].

Выделим несколько классификаций англицизмов в русской коммуникативной деятельности:

1. Компьютерные: ноутбук, файл, принтер, лэптоп, браузер, байт, бит, флешка, онлайн, интерфейс.
2. Спортивные: спринтер, фитнес, дайвинг, фри-стайл, кикбоксинг.
3. Экономические: бартер, дилер, инвестиция, холдинг, дистрибьютор.
4. Музыкальные: лайк, трэк, сингл, ремейк, кавер.
5. Политические: спикер, инаугурация, премьер – министр, мандат, брифинг, митинг.
6. Косметологические: мэйк ап, тоник, спа, спонж, мусс, лифтинг, боди.
7. Кинематографические: хоррор, комеди, вестерн, блокбастер, кастинг [8].

Акцентируем внимание, что заимствованные слова могут пересекаться в разных тематических группах, а также могут выражать настроения, отношение к другим людям и ситуациям. Тем не менее, в российском обществе возникает необходимость изучения, анализа, интерпретации и способами приспособления к новой лексике, которую можно встретить не только в устной, но и в письменной речи. Различают три типа заимствованных слов, по степени их усвоения в русском обществе: ассимилированные, частично ассимилированные и неассимилированные.

Первый тип ассимилированных англицизмов – слова, соответствующие нормам языка и уместно вписывающихся в русскую культуру общения, которые воспринимаются русскими людьми как родные (спорт, фильм, юмор).

Второй тип частично ассимилированных англицизмов – слова с английским произношением (диджей, контракт, фастфуд).

Третий тип неассимилированных англицизмов – слова, трудные для запоминания и понятия, которые отражают быт и стиль страны – источника (доллар, свитшот, анорак).

Существует проблема адаптации к заимствованным словам. Некоторые англицизмы употребляются лишь в качестве модного стиля говорящего, иные подчеркивают достаточную осведомленность и украшают речь собеседника. Специалисты в области языкознания и филологии стараются выяснить, как и для чего создаются те или иные термины, в каком контексте их принято употреблять и как уместнее их приобщить к русской коммуникативной деятельности.

В современном российском обществе англицизмы стали незаменимыми частями речи. Однако, остается спорным вопрос об отношении российских граждан к подобным речевым заимствованиям. Несмотря на то, что процесс внедрения английских слов в русскую речь необратим, особенно в технических и экономических областях знаний, большинство значимых всероссийских мероприятий проводят на максимально русском литературном языке [2].

Хотя средства массовой информации – это первоисточник распространения англицизмов и сленгов в русской культуре, все же законодательство следит и контролирует цензуру и правила подачи информации для аудитории. Несомненно, многие СМИ содержат информацию в открытом доступе с возможностью получения обратной связи от публики. Многие лексические единицы имеют метафорическую окраску, что в свою очередь приводит к трансформации исходного понятия и преобразуется в жаргонизм. Регулярное обновление информации мотивирует публику на постоянное отслеживание новостной ленты и приводит к активному запоминанию английских заимствований русской аудиторией. Существующая конкуренция между издателями и продюсерами создает борьбу за внимание зрителей, следовательно, каждая передача или новостной текст подбирает наиболее яркие выражения для того, чтобы вызвать у людей бурную эмоциональную реакцию, чем мотивируют аудиторию смотреть или слушать именно их каналы. Особенно тщательно редакция подбирает заголовки к статьям, делая их наиболее запоминающимися [1].

Важным аспектом в распространении и изучении англицизмов является развитие информационно-коммуникационных технологий. В связи с этим в России стал популярен компьютерный сленг. Заимствованная компьютерная лексика образуется с помощью разных классификаций таких как:

- морфологическая передача;
- фонетическая мимикрия;
- перевод;
- калька;
- обратная транслитерация;
- сокращение и объединение слов.

Компьютерный мир постоянно совершенствуется и лексика программистов не имеет строгих правил. Поэтому простым пользователям порой бывает трудно понять самопроизвольных выражений IT – специалистов в целях экономии времени и слов [6].

Таким образом, на основании того, что в России увеличилось число людей, знающих в значительной степени английский язык, процесс внедрения англицизмов в русскую коммуникативной деятельности неизбежен. С каждым поколением заимствованные слова могут менять свою направленность и тематику. Перспективы развития и аспекты употребления англицизмов в русском языке – сложны и требуют основательного изучения и разработок. Кроме того, стремительное увеличение заимствованных слов может являться предпосылкой к обогащению словарного состава русского языка на современном этапе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Апетян С.Г. Англицизмы на страницах печатных и электронных СМИ // Научный журнал КубГАУ. - 2010. - №58. С. 6 – 11.
2. Дунаевская Т.А. Структурные и семантические особенности 2005, 298 с.
3. Кулажко С.А. Англоязычные заимствования как основной способ образования компьютерного сленга // Молодой ученый. – 2012. - №7(42). – С. 158 – 160.
4. Миронова Н.А. Проблема языков в современном мире / Н.А. Миронова, Н.К. Гайнутдинова // Юный ученый. – 2016. - №2(5). – С. 32 – 33.
5. Орлова Н.О. Функциональное назначение сленга (на материале русских и американских сленгизмов) / Н.О. Орлова, О.Ю. Богданова // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. - 2021. - №6. – С. 98 – 104.
6. Сумцова О.В. Влияние английского языка на формирование компьютерного сленга в русском языке / О.В. Сумцова, Т.Ю. Шевякова // Молодой ученый. – 2011. - №4. Т.1. – С. 240 – 242.
7. Хайруллин Г.Т. Проблема родных языков в полиэтнических государствах // Sciences of Europe. 2019. - №44-3 (44). - С. 51 – 57.
8. Цибизова О.В. Англицизмы в молодежном сленге 2020-2021 гг.: ОПЫТ ОПИСАНИЯ И АНАЛИЗА / О.В. Цибизова, И.И. Галанкина // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. - 2021. - №3. – С. 684 – 698.
9. Shmeleva, Zh.N. Learning a foreign language at the Krasnoyarsk SAU as the factor of the competitiveness increase for graduates of economic specialties / Zh.N. Shmeleva // Проблемы современной аграрной науки. Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2019. – P. 524-529.

© Гринева Ольга Александровна (gold23@inbox.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»