

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**Англоязычные заимствования в русскоязычном дискурсивном
пространстве: сферы употребления и способы передачи и адаптации
(на материале СМИ)**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
(БАКАЛАВРСКОЙ) РАБОТЫ**

студентки 4 курса 413 (2) группы
направления подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование»
профиль – «Иностранный (английский) язык»
факультета иностранных языков и лингводидактики

Глебовой Алены Сергеевны

Научный руководитель
зав. каф. англ. языка и
метод. его преподавания
канд. филол. наук, доцент

дата, подпись

Т.А. Спиридонова

Заведующий кафедрой
канд. филол. наук, доцент

дата, подпись

Т.А. Спиридонова

Саратов 2017

Введение. **Актуальность** данной работы связана с необходимостью изучения процесса адаптации англоязычных заимствований в русскоязычном дискурсивном пространстве, в силу их широкого применения в разных сферах устной и письменной речи.

Цель данного исследования заключается в анализе англоязычных заимствований, отобранных из текстов СМИ и изучении способов их адаптации в русском языке.

Достижение указанной цели предполагает решение следующих **задач**:

- рассмотреть теоретические воззрения на понятие «дискурс»;
- описать языковые особенности неологизмов;
- проследить пути проникновения заимствований в русский язык;
- описать стадии адаптации иноязычных слов;
- проанализировать тексты СМИ и выявить заимствованные слова и способы их адаптации.

Материалом исследования послужили англоязычные заимствования, отобранные в результате анализа публицистических текстов современных российских средств массовой информации, а именно представленных на интернет-порталах «Российской газеты», «Аргументов и фактов», «РИА Новости», а также интернет- блогах за 2017 год.

Научная новизна работы обусловлена описанием новейших примеров англоязычных заимствований в русском языке и способов их адаптации.

Структура работы: работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

Во введении рассматриваются цель, задачи, объект, предмет и методы исследования, теоретическая значимость данной работы и ее практическая ценность.

Основное содержание работы. В первой главе «**Теоретические основы изучения англоязычных заимствований в русскоязычном дискурсивном пространстве**» описываются теоретические вопросы, связанные с проблемой

исследования дискурса, способов адаптации заимствований, рассматриваются понятия «неологизм» и «заимствование».

За последнее десятилетие понятие «дискурс» стало одним из центральных в гуманитарной науке. Можно выделить несколько подходов к определению дискурса: коммуникативный (функциональный) подход, структурно-синтаксический подход, структурно-стилистический подход; социально-прагматический подход.

Классификация позволяет понять, что природа дискурса тройственна: одна его сторона обращена к прагматике, к типовым ситуациям общения, другая - к процессам, происходящим в сознании участников общения, и к характеристикам их сознания, третья - к собственно тексту.

Термин «дискурс», как он понимается в современной лингвистике, близок по смыслу к понятию «текст», однако подчеркивает динамический, разворачивающийся во времени характер языкового общения; в противоположность этому, текст мыслится преимущественно как статический объект, результат языковой деятельности. Некоторые исследователи трактуют дискурс как включающий одновременно два компонента: и динамический процесс языковой деятельности, вписанной в ее социальный контекст, и ее результат (то есть текст); именно такое понимание принято в данном исследовании: дискурсивное пространство мыслится как некая логическая среда, в которой сосуществуют дискурсы и дискурсивные личности - люди, производящие эти дискурсы. Оно представляет собой среду сосуществования определенных дискурсов, объединенных по какому-либо признаку. При этом дискурсивное пространство понимается не как вместилище, в которое «помещены» дискурсы, в котором они «расположены»; оно понимается как сложная система, параметры которой заданы возможностью объединения дискурсов.

Теория медиадискурса основывается на подходах к определению дискурса. Он включает не только непосредственно вербальное общение и медиаканал, но и экстралингвистические условия. Главное в теории

медиадискурса - разграничение понятий текст и медиатекст, дискурс и медиадискурс. Теория медиадискурса выходит за рамки знаковой системы вербального уровня, она предполагает рассмотрение символов, объединенных каналом массовой информации. Медиадискурс определяется как тип дискурса, в котором сочетаются продукты речевой деятельности и особенности их взаимодействия.

В лексикологии существуют три понятия для обозначения трех типов новообразований: неологизмы - абсолютно новые лексические единицы для каждого периода истории; потенциальные слова - уже созданные, но не закрепленные традицией словоупотребления, либо созданные по образцу существующих в языке слов; окказионализмы - созданные, но не закрепленные традицией словоупотребления, либо созданные по образцу существующих в языке слов.

Неологизмы, ставшие единицами языка, со временем входят в словари, отображающие актуальное состояние лексики, а неологическая лексикография, сформировавшаяся в последние десятилетия, открывает возможности для осмысления новейшей истории лексики.

Заимствование рассматривается как перемещение слов из одного языка в другой, происходящее в неразрывной связи с общественной жизнью и различными культурными явлениями. С другой стороны, термин «заимствование» определяется как иноязычное слово, не только перешедшее, но и полностью освоенное заимствующим языком.

В современном языкознании представлены различные подходы к классификации заимствований: по тематическому принципу, на основании критериев времени, источника, пути заимствования, сферы употребления, характера заимствуемого материала, характера и степени ассимиляции.

Три класса заимствований выделено также в работах И.В. Арнольд и С.А. Беляевой. И. В. Арнольд выделяет экзотизмы, частично ассимилированные и полностью ассимилированные слова, С.А.Беляева - неосвоенные, частично освоенные и полностью освоенные слова,.

Попадая из одного языка в другой, слово если не отчуждается, то проходит некоторую адаптацию, приживается. Происходить это может на любом уровне языка. Адаптация заимствованных слов проходит несколько этапов - фонетический, графический, морфологический и лексико-семантический.

Главной задачей СМИ является донести до читателей и зрителей новости о происходящих в мире политических, экономических и социальных процессах, природных явлениях и культурных событиях. Основные функции публицистики - оповещение и воздействие.

Исследователи выделяют как языковые, так и экстралингвистические причины англо-американизации языка СМИ. К внутриязыковым причинам многочисленных заимствований необходимо отнести, в первую очередь, «высокую потребность в новых лексических единицах для обозначения новых или чужеродных реалий, предметов и понятий, появившихся на российской почве в последние годы». Не менее важное значение имеют экстралингвистические факторы социо- и психолингвистического плана, а также «существующий фактор «престижа» английского языка».

Исходя из этого, можно разделить новые заимствования по степени ассимиляции:

- наиболее частотные заимствования:
данные англицизмы ассимилировались грамматически с течением времени (рейтинг, киллер);
- недостаточно освоенные семантически заимствования:
данные англицизмы освоились в узкой сфере использования (спичрайтер, брэнд);
- специальные заимствования, несклоняемые (онлайн, юзер);
- заимствования, сохранившие начальную синтаксическую форму (реалити-шоу, фьючерская сделка);
- заимствования, сохранившие английскую графичность (ID, PR-сервис).

Во второй главе «**Англоязычные заимствования в текстах российских СМИ**» дается анализ употребления англоязычных заимствований в различных сферах современного русского языка.

Анализ современной российской прессы показал, что проблема англицизмов актуальна как никогда. Заимствования из английского языка затрагивают практически все сферы нашей жизни, однако большему воздействию подвергаются компьютерная и автомобильная сферы. На основе анализа источников за последние месяцы были выявлены следующие сферы лексических заимствований: сфера автомобильного бизнеса; сфера компьютерных технологий и телефонии; сфера музыки; сфера политики; сфера кулинарии; сфера спорта; сфера общественных процессов; сфера кинематографа.

В ходе исследования было проанализировано 139 единиц заимствований, было выявлено, что большинство неологизмов используется в сферах автомобильного бизнеса и компьютерных технологий и телефонии, что составляет 28% и 27% всех заимствований. 14% заимствований приходится на сферу музыки. Политическая и кулинарная сферы используются в равной доле, по 10% от всех проанализированных неологизмов. Сферы спорта и общественных процессов используют также равное количество заимствований, что составляет по 7% неологизмов. Наименьший процент заимствований, 3%, приходится на сферу кинематографа.

Рассмотрим примеры.

*«Главных неудачников выявили по результатам независимых дорожных испытаний, отзывам владельцев и **краш-тестам**».* Слово «краш-тест» передано путем транскрипции английского слова «crash-test» из английского языка. Этот термин означает «испытание автомобилей на безопасность».

В предложении *«Адресованы тем, кто не понимает слов "**фишинг-атака**", "**макрос**" и «отражающее внедрение»* присутствует термин «фишинг-атака» от английского «*phishing attack*». В компьютерной сфере этот термин обозначает вид интернет мошенничества для получения

конфиденциальной информации. Многие источники, говоря о происхождении данного слова, ссылаются на английское слово «*fishing*» т.е. рыбная ловля или выуживание, что как раз подходит для интернет мошенничества. Неясным остается тот факт, почему вместо первой буквы *f* используется английское буквосочетание *ph*. Также можно найти другое объяснение происхождения данного термина: «*phishing*» происходит от английских слов: *password* – пароль, *fishing* – выуживание, т.е. выуживание паролей. Данное объяснение кажется логичным, однако в слове *password* нет буквы «*h*», также не понятно, откуда появилась эта буква в термине *phishing*. Третье объяснение происхождения термина «*phishing*» состоит в том, что оно происходит от английских слов: *phreaker* и *fishing*. Термин «*phreaker*» обозначает человека, взламывающего телефонные сети и автоматы, т.е. телефонного хакера. Последнее объяснение представляется более убедительным. Данное слово передано на русский язык с помощью транскрипции и калькирования (полукалька). Помимо термина «фишинг-атака», существует термин «*фишинг-страница*» от английского «*phishing site*», обозначающего поддельную страницу, созданную мошенниками с целью завладения конфиденциальной информацией.

В предложении «*Но я не буду предлагать смешную пластмассовую кнопку перезагрузки, как это делала Клинтон*» употреблено заимствование «*кнопка перезагрузки*» от английского «*reset button*». Оно передано путем калькирования исходного выражения и обозначает «возобновление нормальных отношений между странами, которые были испорчены администрацией предыдущего президента».

«*Бананабрэд, от которого сходишь с ума*», неологизм «бананабрэд» передан путем транскрипции. От английского *banana* – банан и *bread* – хлеб, дословно означающий банановый хлеб. Это десерт по форме напоминающий хлеб, а по текстуре брауни только с более бисквитной текстурой.

В предложении «*В столичном клубе Stadium отыграли сразу два монстра мировой трэш-метал-сцены Sepultura и Kreator*» термин «трэш-

метал» от английского «*thrash metal*» означает музыкальный жанр рок-музыки, данный термин передан с помощью транскрипции.

«*Организаторы, похоже, оказались перед непростой задачей, когда подошли к определению хедлайнера*». Неологизм «*хедлайнер*» произошел от английского слова «*headliner*», который в данном контексте имеет значение «гвоздь программы». Слово передано с помощью транскрипции исходного слова.

В предложении «*"Камбек" Весниной в одиночном разряде на самом деле получился заметным*» заимствование «*камбек*», произошедшее от английского «*comeback*», передано путем транскрипции, имеет значение «возвращение, волевая победа».

В предложении «*Сайт, публикующий фейковые новости, оригинальным образом "прославил" нескольких популярных американских рэперов*» примером неологизма выступает «*фейк*» с английского «*fake*», означающего подделку. Слово передано путем транскрипции.

Можно сделать вывод, что наибольшее использование неологизмов из сфер автомобильного бизнеса, а также компьютерных технологий и телефонии является следствием того, что в настоящее время научно-технический прогресс вынуждает язык использовать иноязычную лексику. Наименьшее количество заимствований найдено в сфере кинематографа, поскольку в настоящее время, ввиду поддержки отечественной киноиндустрии, в языке используются уже устоявшиеся заимствования из этой сферы,

Анализ показал, что наиболее популярным способом передачи иноязычных слов является транскрипция, что составляет 46% всех проанализированных заимствований. Вторым по популярности способом передачи является графический способ, что составляет 31% заимствований. Калькирование является менее популярным способом, данная группа составляет 11% неологизмов. Существуют так называемые полукальки, т.е. частичное калькирование составных слов. Группа составляет 5%

заимствованных слов. Транслитерация в проанализированных примерах используется реже, около 3% от числа всех заимствований.

При адаптации заимствованное слово приобретает фонетические, грамматические и семантические характеристики слов русского языка. Однако, при неполной ассимиляции заимствованные слова могут сохранять признаки иностранного языка.

Заключение. Дискурсивное пространство определяется как специфическая логическая сфера, где сочетаются все дискурсы, а также дискурсивные личности, производящие эти дискурсы.

Медиадискурс интерпретируется как предметно-направленная, социокультурная речемыслительная активность в пространстве масс-медиа.

Неологизмы образуются для определения новых явлений, возникающих в культуре.

Под заимствованным словом понимается переход иностранного слова из одного языка в другой, а также иностранное слово, используемое в принимающем языке.

В ходе анализа были выделены следующие сферы лексических заимствований: сфера автомобильного бизнеса; сфера компьютерных технологий и телефонии; сфера музыки; сфера политики; сфера кулинарии; сфера спорта; сфера общественных процессов и сфера кинематографа.

Анализ показал, что наиболее частотными в использовании заимствований сферами являются сферы автомобильного бизнеса, а также компьютерных технологий и телефонии. Большинство заимствований из автомобильного бизнеса представляют собой марки автомобилей, а также комплектацию и устройства, предназначенные для автомобилей. Активное развитие компьютерных технологий привело к активному заимствованию лексики, необходимой для именованя новых понятий. Сферы автомобильного бизнеса, политики, кулинарии и музыки практически в равной степени используют заимствованные слова, что обуславливается влиянием научно-технического прогресса, а также необходимостью дать название новым

понятиям. Сферы спорта, общественных процессов и кинематографа меньше всех используют неологизмы, ввиду уже устоявшихся заимствований в данных сферах.

Передача заимствований происходит четырьмя главными способами: калькированием, транскрипцией, транслитерацией и графическим способом. При анализе современной российской прессы было отмечено, что наиболее популярным способом является транскрипция, ввиду того, что она является более простым способом передачи иностранных слов на русский язык. Способ графической передачи заимствований является не менее популярным. Причина написания названий известных брендов, марок автомобилей, названий музыкальных групп, а также названий их песен кроется в их узнаваемости. Менее используемым является способ калькирования, позволяющий передать коннотацию заимствованного слова. Транслитерация является наименее популярным способом адаптации неологизмов. Существуют так называемые полукальки, т.е. частичное калькирование составных слов. Данную группу составляют слова, которые были переданы в путем транскрипции и калькирования, а также транслитерацией и калькирования. Присутствуют также гибриды, т.е. способы, которые совмещают в себе разные пути передачи заимствованных слов.

Входя в словарный запас языка, адаптированное слово приобретает фонетические, грамматические и семантические признаки принимающего языка. При частичной ассимиляции слова сохраняют свои изначальные характеристики, присущие родному языку.