

Введение. Появление заимствований обусловлено взаимодействием языков. Пополнение словарного запаса языка – постоянный, непрекращающийся процесс, осуществляющийся за счет внедрения новых понятий, концептов. **Актуальность** данной работы связана с необходимостью изучения особенностей использования англоязычной лексики в новостных блогах, в силу обширного влияния последних на разные сферы жизни человека.

Цель данного исследования заключается в анализе англоязычных заимствований, отобранных из новостных блогов и изучении их особенностей в русском языке.

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

- рассмотреть теоретические воззрения на понятие «блог», «новостной блог», «киноблог»;
- описать языковые особенности неологизмов;
- проследить пути проникновения заимствований в русский язык;
- проанализировать новостные блоги и выявить заимствованные слова и их особенности.

Гипотеза исследования. В результате рабочей гипотезы вытекает следующее положение. Использование английского языка как международного, употребление англицизмов повсеместно приводит к тому, что данные заимствования получают большое распространение в русском языке и в частности в речи подростков. С развитием научно-технического прогресса, а в частности Интернета, широкую популярность приобретают различного рода блоги. Блоги, на сегодняшний день являются непосредственными проводниками различного рода заимствований в русский язык.

Методы исследования, используемые в работе: описательный, включающий в себя наблюдение, сопоставление, обобщение, интерпретацию и классификацию материала; метод компонентного анализа, а именно

осмысление формирования семантической структуры заимствованной лексики в русском языке и метод сплошной выборки.

Методологическую и теоретическую базу исследования составили фундаментальные исследования в области неологии таких ученых как Аристова В. М., Карасик В.И, Беляева С. А, Ефремов Л. П. Крысин, Л. П.

Материалом исследования послужили англоязычные заимствования, отобранные методом спонтанной выборки в результате анализа русскоязычных публикаций кинообозревателей блогов на кинопортале «Кинопоиск» за 2019 год. Выбор материала исследования определяется важной социальной ролью киноиндустрии в формировании социального пространства.

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

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

В первой главе «Теоретические основы изучения англоязычных заимствований в русскоязычной блогосфере» рассматриваются теоретические вопросы, связанные с проблемой исследования заимствований, рассматриваются понятия «блог», «киноблог», «неологизм» и «заимствование».

Во второй главе «Англоязычные заимствования в русскоязычных кинообозревателей блогах на материале кинопортала КиноПоиск» дается анализ употребления англоязычных заимствований в публикациях киноблогов.

В заключении делаются выводы по данному исследованию.

В приложении составлен словарь заимствованных слов.

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

Основное содержание работы. В научном сообществе существует множество определений понятия «блог». Блог – это сетевой журнал с короткими записями: ссылка на место в сети, содержащая субъективный комментарий. В блоге контент постоянно обновляется и пополняется. Записи, размещаемые в блогах, содержат небольшой текст с фотографией или мультимедиа. Блоги обычно публичны и предполагают полемику с автором. А. Б. Носик выделяет и другие существенные признаки блогов, например, такие как организация периодичности, интерактивность, в целом: «Последняя запись является самой верхней и есть возможность интеракции, то есть возможность оставления комментариев».

Киноблог – это новое явление XXI века., так называемая "народная журналистика", которая дает возможность практически напрямую иметь контакт со зрителем. Его появление дает возможность поработать с картинкой при помощи современных технологий, посмотреть на кино сквозь призму творческого видео-контента и создать обзор в неповторимой авторской форме.

В лексикологии существует три понятия для обозначения трех типов новообразований.

неологизмы - абсолютно новыми лексическими единицами для каждого периода истории;

потенциальные слова - уже созданы, но не закреплены традицией словоупотребления, или могут быть созданы по образцу существующих в языке слов;

окказионализмы - уже созданы, но не закреплены традицией словоупотребления, или могут быть созданы по образцу существующих в языке слов.

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

С одной стороны, заимствование рассматривалось как перемещение слов из одного языка в другой, происходящий 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 С. А. Беляевой и И. В. Арнольд. А. Беляева выделяет неосвоенные, частично освоенные и полностью освоенные слова [3, с.84], И. В. Арнольд - экзотизмы, частично ассимилированные и полностью ассимилированные 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 в несколько этапов - фонетический, графический, морфологический и лексико-семантический.

Анализ кинопоста показал, что проблема англицизмов актуальна как никогда. Заимствования из английского языка, используемые на страницах кинопоста, затрагивают не только сферу медиаиндустрии, но и социальную сферу человека, сферы ИТ, науки и техники, психологии, а также социологии и экономики. Заимствования присутствуют также в англоязычных названиях новостных газет, кинокомпаний и тд.

В ходе нашего исследования было проанализировано 97 единиц заимствований. Было выявлено, что половина (50%) неологизмов используется в сфере медиаиндустрии. 15% проанализированных заимствований приходится на сферу ИТ. На сферу социальных процессов приходится 7% заимствований. На заимствования на тему «наука и техника»

приходится 3%. Наименьший процент заимствований, 2%, приходится в равной доли на сферы социологии и экономики, а также психологии.

Неологизм *«неймдроппинг»* от англ. *«namedropping»*, буквально *«бросание имен»*. Понятие имеет значение использования в разговоре имён важных людей, названий организаций, товарных марок, специальных терминов и т. д. с целью показаться слушателям более значительным. *«Неймдроппинг»* - это транскрипция (name) и транслитерация (dropping) и используется в сфере социальной жизни. Это понятие используется в предложении *«Киноиндустрия оказалась инфицирована вирусом ИП на уровне пародий и неймдроппинга – от «Южного Парка», «Стимпсонов», «Теории большого взрыва» до «Удачи Логана» Стивена Содерберга»*.

«Ситком» (*ситуационная комедия*) от англ. *«situationcomedy»* (сокр. *sitcom*) используется в медиасфере. Ситком – это разновидность комедийных программ с постоянными основными персонажами и местом действия. Заимствование используется в предложении *«Netflix готов платить 5 миллионов за серию школьного ситкома, действие которого происходит в интерьерах школы!»*

Очередные заимствования, используемые в медиасфере, представлены в предложении *«Шоураннеры решили строить повествование наподобие ленты конвейера, непрерывно приносящей зрителю все новые аттракционы и головоломки, скрупулезно просчитывать градус саспенса, расставлять клиффхэнгеры (это когда рассказ прерывается на самом интересном месте), постепенно раскрывать тайны и своевременно загадывать новые загадки»*. *«Саспенс»* транскрипция от англ. *«suspense»* (неопределенность, тревога, ожидание) - это художественный прием (набор художественных приемов), с помощью которого у зрителя возникает чувство тревоги, напряженного ожидания. В английском языке данный термин используется при описании бытовых и жизненных ситуаций. Но в русском языке этот термин употребляется исключительно в кинематографе. *«Клиффхэнгер»* транслитерация от англ. *«cliffhanger»* - это художественный прием, при

котором в ходе сюжетной герой сталкивается со сложной дилеммой или последствиями своих поступков, но в этот момент повествование обрывается, оставляя открытую развязку. «Конвейер» транскрипция от англ. «conveyor», «toconvey» (конвейер, передавать) – это машина непрерывного транспорта. Данное слово относится к сфере науки и техники.

Принимая во внимание вышеуказанные данные, можно сделать вывод, использование наибольшее количество неологизмов связанных с медиаиндустрией является логичным, т.к. интернет-портал «Кинопоиск» специализируется на публикации статей, связанных с кинематографом, музыкой, созданием сериалов, что и составляет медиасферу. Следствием внедрения социальных сетей в повседневную жизнь человека, появляются неологизмы, связанные со сферой ИТ. Сферы экономики и социологии, а также психологии используются в наименьшем количестве. Поскольку в данных сферах в настоящий момент огромное количество заимствований используется из других языков (французский, немецкий и др.), а не английского, но парадигма в ближайшее время будет сдвигаться в сторону английского языка, это связано с тем, что данные сферы активно развиваются.

Исходя из проанализированных данных, можно заметить, что 21% проанализированных заимствований приходится на названия. Это связано с тем, что большая часть проанализированного материала связана с западным кинематографом, из этого следует, что и названия газет, журналов, кинокомпаний, сервисов используются в оригинале.

Анализ показал, что наиболее популярным способом передачи иноязычных слов является транскрипция, что составляет 38% всех проанализированных заимствований. Графический способ и транслитерация используются практически в равной доле 27% и 26% соответственно. Калькирование и полукалькирование являются наименее популярными способом, данная группа составляет 9% неологизмов.

Заключение. Блоги несут в себе некоторые признаки СМИ, причислить их к традиционным СМИ сложно. Во-первых, это связано с любительским характером дневников. Во-вторых, с характером языка, потому что блогеры часто используют сетевые неологизмы. Также язык блогеров богат жаргонизмами, которые недопустимы в традиционных СМИ. В-третьих, блог всегда ведется на усмотрение автора. В-четвертых, блог не подчиняется законодательству, его автор не имеет никаких прав и обязанностей. Именно этот вопрос является наиболее важным, так как онлайн-пространства должны регулироваться и регламентироваться.

Блоги обладают признаками периодичности, имеют аудиторию и распространяют массовую информацию. Но различия между блогами и СМИ кроются, прежде всего, в самоидентификации. СМИ – это социальные институты, которые информируют, развлекают, просвещают, чего нельзя сказать о блогах. Еще СМИ несут социальную миссию перед обществом, а любой блог создается и развивается в интересах автора.

Под заимствованным словом понимается переход иностранного слова из одного языка в другой, а также иностранное слово, изученное и используемое в принимающем языке. Классификация заимствований может осуществляться по предметному принципу, на основании периода заимствования, источника, области использования, уровня ассимиляции и тд.

Контакты между народами неизбежно ведут к взаимодействию между их языками. В нашу эпоху эти контакты во всем мире становятся все шире и интенсивнее. Это является причиной того, что на сегодняшний день иноязычная лексика присутствует практически во всех сферах человеческой жизни. В ходе анализа были выделены следующие сферы лексических заимствований: сфера медиаиндустрии, социальная сфера человека, сферы IT, науки и техники, психологи, а также социологии и экономики. Заимствования присутствуют также в англоязычных названиях новостных газет, кинокомпаний и тд.

Неологизмы образуются для определения новых явлений, возникающих в культуре. Выделяются типы неологизмов: лексические, семантические, заимствования, идиомы и окказионализмы, которые в свою очередь, подразделяются на авторские неологизмы и собственно окказионализмы.

Анализ показал, что наиболее частотными в использовании заимствований сферами являются сферы медиаиндустрии и сфера IT. Большинство заимствований из медиаиндустрии представляют технические и общие термины кинематографа и названия кинокомпаний. Активное развитие компьютерных технологий привело к активному заимствованию лексики, необходимой для именования новых понятий.

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 кинокомпаний, стрим-сервисов, газет и музыкальных групп. Транслитерация также популярна, как и графический способ из-за простоты заимствования использую звуки русского языка. Наименее популярными способами являются калькирование и полукальки, т.е. частичное калькирование составных слов.

Считается, что одной из важнейших социальных причин, влияющих на процесс заимствования слов, можно назвать увеличение количества говорящих и знающих английский язык в России. Нередко в речевой ситуации английское слово становится более престижным, чем русское. Экспрессия его новизны притягательна, оно может подчеркивать высокий уровень информированности говорящего.