

Использование англицизмов и американизмов в современном русском языке

Научный руководитель – Свенцицкая Людмила Петровна

Держачева Ксения Юрьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра иностранных языков для факультета журналистики, Москва, Россия

E-mail: derkacheva2000@mail.ru

Процесс заимствования слов можно рассматривать как положительное явление, способствующее обогащению русского языка, но в то же время активное использование лексики, перенятой из германских языков, в частности англицизмов и американизмов, способствует изменению русской ментальности. «Посредством увеличения количества англицизмов и американизмов меняется языковой образ российского общества», - пишет Н. В. Кушнарёва. [Кушнарёва 2016: 57]

Активное употребление иноязычных слов приводит к культурным и социальным изменениям в общественной среде. Несмотря на многообразие русской лексики и на богатую синонимию русского языка, всё чаще отдаётся предпочтение «модному» английскому или американскому слову, в результате чего россияне становятся носителями западной культуры.

По словам Д. Э. Розенталя и его соавторов, заимствования из английского языка «коснулись разных сфер жизни: технической (компьютер, дисплей, файл, байт), спортивной (бобслей, овертайм, файтер), финансовой и коммерческой (бартер, брокер, дилер, дистрибьютер, лизинг), искусства (римейк, ток-шоу, андеграунд, триллер), общественно-политической (брифинг, рейтинг, импичмент, лобби) и др.». [Валгина, Розенталь, Фомина 2002: 28] Необходимо включить в этот список социальную сферу, так как англицизмы и американизмы стали неотъемлемой частью повседневной коммуникации людей.

Широкое распространение такого рода слов можно объяснить влиянием СМИ на сознание людей: для привлечения внимания аудитории в рекламных роликах часто используют слова: «селфи», «заспамить», «тренд», а популярные на сегодняшний день песни изобилуют такими словами, как «краш» в одноимённой песне Клавы Коки, «дедлайн» и «прайм» в песне NILETTO «Любимка», «зеро» в песне Zivert «Beverly Hills», «ван лав», «крэйзи», «хэппи энд», «тру» и другими.

Использование англицизмов и американизмов становится модным течением. Благодаря социальным сетям «новомодные» слова особенно быстро распространяются среди Интернет-пользователей. Достаточно обратить внимание на английское словосочетание «**be like**». Urban Dictionary даёт следующее определение: «slang term typically used in urban ghettos and popularized on internet memes to mean : To act like, or to appear in a certain way, to say, or to offer up an excuse».[3] Сейчас сочетание этих двух слов употребляют в контексте абсолютно любых понятий: «настроение be like», «погода be like», «картинка be like», «ситуация be like». Исходные значения заимствованных слов трансформируются и приобретают новые оттенки, в результате чего такие слова и выражения могут стать даже омонимами.

Англицизмы и американизмы подвержены изменениям не только с семантической точки зрения, но и с грамматической. Например, актуальное слово «муд», которое переводится на русский язык как «настроение». По правилам русского языка слова, оканчивающиеся на «е», в большинстве своём относятся к среднему роду существительных. То

есть слово «настроение» мы согласуем с прилагательными, имеющими окончание -ое/-ее (хорошее/ужасное настроение). Однако слову «муд» мы смело присвоили мужской род несмотря средний род его русского аналога (такой вот муд). Следовательно мы не только заимствуем слова из английского или американского языка, но и свободно трансформируем их под привычные нашему языку грамматические стандарты.

Необходимо отметить престижность употребления англицизмов и американизмов. В контексте современных реалий подписчиков в Instagram престижней называть «фолловерами», а популярных артистов или знаменитостей - «селебрити». Можно говорить о сформировавшемся стереотипе: английское/американское слово звучит лучше русского.

Активное внедрение английской и американской лексики в действующий словарный запас русского языка нельзя трактовать как явление сугубо негативное или сугубо позитивное. Как любой феномен, заимствования рассматриваются с двух сторон. Однако нельзя отрицать факт, что такая лексика активно используется и количество англицизмов и американизмов в современном русском языке заметно растёт.

Источники и литература

- 1) Валгина Н.С., Розенталь Д. Э., Фомина М. И. Современный русский язык. М., 2002.
- 2) Кушнарёва Н.В. Влияние англицизмов на развитие русского языка в современной культуре // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2016. С. 57-58.
- 3) Urban Dictionary: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=be%20like>