

МЕСТО АНГЛИЙСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СЛОВАРНОМ СОСТАВЕ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА

Комилова Шахло Абдунабиевна

Ташкентский химико-технологический институт
кафедра "Узбекский язык и профессиональное образование"

г.Ташкент, Узбекистан.

E-mail: kamilova.shaxlo@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье раскрываются вопросы воздействия заимствований английского языка на русский, обоснованные историческими факторами формирования русской речи. Выявлены определенные причины заимствования. Доказано примерами влияние западной уличной культуры, также предлагается использование заимствований в речи стилистически мотивированно.

Ключевые слова: англицизм, история русского языка, лексика, заимствования, сленг, словарь, обогащение словарного запаса

ABSTRACT

This article shows the issues of the impact of English borrowings on Russian language, justified by the historical factors of the formation of Russian speech. Certain reasons for borrowing have been identified. The influence of Western street culture is proven by examples, and the use of borrowings in speech is stylistically motivated.

Keywords: Anglicism, history of the Russian language, vocabulary, borrowings, slang, vocabulary, vocabulary enrichment.

ВВЕДЕНИЕ

Заимствованными называются слова, пришедшие в русский язык из других языков.

Меняются времена, события, люди и русский язык. Наиболее заметны изменения в области фонетики, орфоэпии, грамматики и лексики. Лексический состав языка пополняется в том числе и при помощи заимствований из других языков. Обогащение словарного состава языка за счет словаря других языков – обычное следствие взаимодействия разных народов и наций на почве политических, торговых, экономических и культурных отношений.

В истории русского языка было несколько периодов появления в нём большого количества заимствований. Это принятие и распространение христианства на Руси (митрополит, епископ, архиепископ); это эпоха татаро-монгольского ига (сарай, барабан, собака, башмак, кафтан и др), а также, эпоха

Петра I, когда в русский язык пришли, большей частью, слова из европейских языков: из немецкого (контора, пакет, прейскурант, акция, агент, лагерь, штаб, командир, юнкер, ефрейтор и др.), из голландского (матрос, рейд, флот, флаг и др.), английского (мичман и др.) и французского (салон, лакей, авангард, капитан, генерал, лейтенант, корнет, корпус и др.).

Со второй половины 18 века до конца 19 века в русскую речь вошло много иноязычных слов. К таким относятся французские (бюро, витраж, ботинок, гардероб, жилет, пальто и др.), испанские (гитара, серенада, кастаньеты и др.) и итальянские (ария, пианино и др.) слова.

С 1987 года русский язык стал активно пополняться лексикой из английского языка, например: компьютер, дисплей, файл, интерфейс, принтер, бартер, дилер, виндсёрфинг, скейтборд, армрестлинг, имидж, презентация, номинация, спонсор, видео, шоу и др. Таким образом пошла ещё одна тенденция – пополнение лексики русского языка за счёт заимствования из английского. Иноязычные термины проникли во все сферы жизнедеятельности.

Поэтому всё внимание сосредоточено на русско-английском языковом контакте. Появление большого количества иноязычных слов английского происхождения, их быстрое закрепление в русском языке объясняется стремительными переменами в общественной и научной жизни.

В русской филологии выделяют следующие причины заимствований из английского языка.

1. Потребность в наименовании нового явления, вещи, предмета, действия. В словарный запас русского человека давно вошли такие слова, как ноутбук, таймер, бейдж, баннер и др.

2. Необходимость разграничить содержательно близкие, но всё же различающиеся понятия. Как правило, иностранные заимствования легче произносятся, красивее звучат, конкретнее. Например, слова имидж, а не образ, прайс-лист, а не счёт, прейскурант.

3. Необходимость специализации понятий в той или иной сфере. К примеру, мерчендайзер (товаровед), скрапбукинг (вид рукоделия, заключающегося в изготовлении семейных и личных фотоальбомов) и т.п.

4. Потребность в произношении объекта «цельно», а не сочетанием слов. Примером могут стать такие англицизмы, как «лайфхак» (полезный совет, рекомендация), «хейтер» (яростный противник чего-либо), «иммобилайзер» (автомобильная сигнализация) и др.

Все перечисленные выше причины являются внутрифилологическими. Вместе с тем, есть и внешние, т.е. не связанные с филологией, причины. Это, в

первую очередь, мода и престижность английского языка. С момента активизации связей с Западом, начали происходить и изменения в менталитете русских людей. Стало модно употреблять английские слова и выражения в сначала в разговорной речи, а затем и в официальной, деловой, литературной. Мы говорим, что идём на шопинг, а не за покупками, едим сэндвичи, а не бутерброды, посылаем «месседж» вместо сообщения.

Немаловажно и влияние западной уличной культуры. Из Соединенных Штатов Америки к нам попали такие слова, как «мем», «гайс», «лузер», «челлендж», «лол», «свайп» и многие другие.

Однако, чтобы исследование было полным, было проведено анкетирование, в котором приняли участие студенты Ташкентского химико-технологического института, молодые специалисты, аспиранты, профессора и преподаватели среднего возраста и преподаватели более старшего поколения. Анализ анкет позволил сделать несколько важных выводов.

Проведённое социологическое исследование показало, что наиболее подверженными воздействию англицизмов на речь являются студенты. Они наиболее ежедневно употребляют английские слова в повседневной жизни. А наименее подверженным влиянию английского языка остаются преподаватели в возрасте от 51 года и старше. Они ответили, что лишь изредка употребляют заимствованные слова из английского языка.

В числе основных причин заимствований в русском языке респонденты назвали моду на английский язык и культуру, повсеместное внедрение английского языка как международного, отсутствие в русском языке аналогичного понятия, изменения в экономике, политике и культуре. Ни один из опрошенных участников анкетирования не высказался о том, что основной причиной заимствований из английского языка является вымирание русского.

Наиболее часто участники опроса слышат (читают) англицизмы в сети Интернет, в институте, на улице, в книгах, а также в средствах массовой информации: на радио, телевидении, журналах и газетах.

Вместе с тем, респонденты довольно активно используют в своей разговорной речи английские заимствования. Наиболее популярными являются такие слова, как «окей», «хайп», «изи», «селфи», «геймер», «буллинг», «нормал» и другие.

Использование прямых заимствований можно объяснить тем, что многие англицизмы в русской речи изменить нельзя, да и незачем. Одними из самых используемых в речи студентов являются слова, относящиеся к гибридам, калькам и иноязычным вкраплениям. Многие слова настолько укрепились в

повседневной речи, что уже многие принимают эти слова за заимствованные лишь в глубоком подсознании (респект, вау, окей, бай).

Анализ литературы, а также результаты проведённого исследования дают основание полагать, что англицизмы прочно вошли в современный русский язык и массовую культуру. Причём, процесс заимствования из английского продолжается непрерывно.

Подавляющее большинство заимствованных слов сохраняется в употреблении при одном важном условии: если в них есть коммуникативная необходимость и они используются в соответствии с функциональными и жанрово-стилистическими особенностями речи. Многие иноязычные элементы являются специальными терминами и в качестве таковых сохраняют достаточно узкую сферу употребления. На этапе выхода иноязычного слова за рамки специальной сферы окончательно формируется его семантика. Например: риелтор – человек, занимающийся недвижимостью – realtor, шоу бизнес – занятие людей, связанных с популярными видами искусства, пресса – печатное издание – press.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Использование заимствований в речи вызывает большие трудности. Обращение к нему всегда должно быть стилистически мотивированно. Неудачными считаются заимствования, в которых нарушены требования благозвучности речи. В истории русской литературы было немало примеров неудачного словотворчества: заимствованные слова нередко становились непреодолимыми к пониманию текста. В увлечении писателей англицизмами кроется и опасность пустой игры словами. Необычность некоторых новообразований привлекают к ним внимание как к внешним элементам художественной формы, уводя от восприятия скрытого за ними содержания. Поэтому при всей выразительности индивидуально-стилистических англицизмов их использование в художественных произведениях должно быть умеренным и эстетически целесообразным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ (REFERENCES)

1. Арбекова, Т.И. Лексикология английского языка (Практический курс) : учебное пособие для II–III курсов ин-тов и фак. ин. яз-в / Т. И. Арбекова. – М. : Высшая школа, 1977. – 239 с.
2. Мельникова А. И. Изучение англицизмов в курсе «Современный русский язык».- М.,1999.

3. Наумова И. О. О некоторых лексических и фразеологических неологизмах английского происхождения в русском языке. // Русский язык в школе. – М., 2004, № 1.
4. Груенко С.Е. К вопросу классификации заимствованной лексики / С.Е. Груенко // Наука о человеке: гуманитарные исследования. -2016. – С. 43.
5. Умарова, Наргиза Рустамовна, & Бахрамова, Мунира Мадаминовна (2022). “АЁЛ” КОНЦЕПТИНИНГ АССОЦИАЦИЯЛАРИ (Концептнинг ижтимоий, жисмоний, шахсий сифатлари). *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2 (10), 24-32.
6. Bahromova, M. M. (2023). “AYOL” KONSEPTOSFERASIDA GENDER MUNOSABATLARINING IFODALANISHI. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 3 (9), 513-518.
7. Умарова, Наргиза Рустамовна, & Бахрамова, Мунира Мадаминовна (2022). ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЦЕПТА КАК МНОГОМЕРНОГО МЕНТАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2 (6), 871-877.
8. Bahromova, M. M. (2023). “AYOL” KONSEPTOSFERASIDA GENDER MUNOSABATLARINING IFODALANISHI. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 3 (9), 513-518.
9. Таштемирова, Замира Сатвалдиевна , & Бахрамова, М.М. (2022). ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2 (2), 548-553.
10. Rustomovna, U. N., & Madaminovna, B. M. (2022). THE STUDY OF THE CONCEPT AS A UNIT OF COGNITIVE LINGUISTICS. *Modern Journal of Social Sciences and Humanities*, 4, 66-69.
11. Бахрамова, М. М. (2021). МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АППАРАТ ЭСТЕТИКИ И ФЕНОМЕН ИНФОРМАЦИИ. *Актуальные проблемы современной науки*, (4), 33-36.