

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

**Заимствования как средство репрезентации иноязычных
ценностей в текстах современных СМИ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

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

Синельниковой Ксении Анатольевны

Научный руководитель
доцент каф. английского языка и
методики его преподавания
канд. филол. наук, доцент

_____ Т.Н. Александрова
подпись, дата

Зав. кафедрой
английского языка и
методики его преподавания
канд. филол. наук, доцент

_____ Т.А. Спиридонова
подпись, дата

Саратов 2018

Введение. Появление заимствований в языке – факт неизбежный, так как любая этническая общность, сколь развитой она бы ни была, не может полноценно существовать, тем более длительное время, в условиях культурно-языковой изоляции и соответственно полной языковой “стерильности”.

Данная работа посвящена изучению заимствований как средств репрезентации иноязычных ценностей в текстах современных СМИ.

Актуальность выбранной темы проведенного исследования обусловлена тем, что проблема заимствования инокультурных концептов, сопоставительный анализ их употребления в родном языке и языке-реципиенте является малоизученной. В языке СМИ с недавнего времени и по сей день происходят значительные изменения, что отмечается исследователями языка: «...из всех функциональных стилей русского языка наиболее заметные изменения в последние полтора десятилетия зафиксированы в СМИ, что естественно и закономерно при учете глобальных политико-социальных преобразований, произошедших в России с 1985 г» [9, с. 283].

Объектом настоящего исследования является процесс и результат транспонирования в русское лингвокультурное пространство английских концептов, репрезентирующих западноевропейские ценности.

Предметом исследования являются содержание английских заимствований в русском лингвокультурном пространстве и особенности их употребления в текстах СМИ.

Цель исследования – установить активное в данный момент времени культурное содержание англоязычных заимствований, их источников и русскоязычных аналогов, установить ценности культуры-донора, репрезентируемые английскими заимствованиями, а также выполнить анализ лингвистических средств, при помощи которых это содержание эксплицируется в средствах массовой информации (британских и российских печатных изданиях).

Гипотеза: при транспонировании в иное лингвокультурное пространство, концепт изменяется, при этом печатные средства массовой информации в силу своей распространенности и специфики способствуют его формированию.

Для достижения цели требуется выполнить следующие **задачи**:

1. рассмотреть иноязычные заимствования как средство обогащения русского языка;
2. выполнить анализ структуры лексических значений исследуемых английских заимствований, их источников и русскоязычных аналогов;
3. сравнить особенности употребления заимствований в русскоязычных и англоязычных печатных СМИ;
4. провести анализ результата сравнения.

В работе использовались такие **методы исследования**, как статистический, семантический, концептуальный и сравнительный анализ, а также изучение и анализ литературы по теме исследования, метод лингвистического описания, толкование семантики исследуемых лексико-грамматических единиц.

Методологической и теоретической базой послужили работы таких ведущих специалистов в области лингвокультурологии и межкультурной коммуникации, когнитивной лингвистики и аксиологической лингвистики, как Авилова, Н.С, Акуленко, В.В, Багана, Ж. и Бабушкин, А.П.

В качестве **материала исследования** использованы словари различных типов: толковый, энциклопедический, а также электронные архивы некоторых печатных изданий, примеры употребления английских заимствований, извлеченных из британских и российских печатных СМИ за последний год.

Научная новизна данного исследования заключается в выявлении особенностей содержания и употребления новейших заимствований и изучении функционирования концептов, сформированных западной культурой в условиях русского лингвокультурного пространства.

Теоретическая значимость работы связана с продолжающейся в лингвистике разработкой вопросов лингвокультурологического описания лексики и взаимодействия языка и культуры. Дипломная работа расширяет знания о национально-культурной специфике языкового знака и концепта, особенностях функционирования инокультурных концептов в русском лингвокультурном пространстве. Выводы и результаты, полученные в ходе исследования, могут внести определенный вклад в разработку проблем, связанных с изучением заимствований в текстах печатных СМИ.

Практическая значимость предполагает возможность использования полученных результатов и выводов в различных учебных курсах по лингвокультурологии, культуре речи, языковой личности и речевой коммуникации, концептологии.

Апробация исследования проводилась в Саратовском национальном исследовательском государственном университете им. Н. Г. Чернышевского с марта по апрель 2018 г. на факультете иностранных языков и лингводидактики.

Структура работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

Во введении обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его теоретическое и практическое значение, указываются методы анализа.

В первой главе исследуется само понятие заимствований и их употребление в текстах современных СМИ, рассматриваются аспекты транспонирования английских концептов в русское лингвокультурное пространство

Во второй главе иноязычные заимствования рассматриваются как средство обогащения русского языка, выполняется анализ структуры лексических значений исследуемых английских заимствований, сравнение использования заимствований и их русскоязычных аналогов в

русскоязычных печатных СМИ, а также лексем-источников в англоязычных печатных СМИ, проводится анализ результата сравнения.

В заключении подводится итог проведенной работы, формулируются общие выводы, полученные в ходе исследования.

В приложениях представлены данные статистической обработки исследуемого материала.

Основное содержание работы. Рассматривая иноязычные заимствования, нельзя не сказать о роли российских СМИ в распространении и популяризации иноязычных слов и выражений среди российского населения. В последние 15 лет существенное влияние на язык оказывают телевидение и мультимедийные средства, в том числе интернет. Определенную озабоченность, опасения среди ученых-филологов и культурологов вызывает то обстоятельство, что иностранные слова активно вторгаются в повседневную жизнь россиян: в наши дни иностранные слова используются не только в качестве терминов или наименований понятий, новых для российской действительности, они активно проникают в современное городское пространство, в повседневную коммуникацию россиян, заполняя сферу обиходно-бытового общения, далекого от терминологии. Это хорошо видно на примере уличных вывесок, названий магазинов, кафе и ресторанов, а также наружной рекламы на улицах российских городов.

Употребление «чужой» английской лексики в обиходно-бытовой сфере общения становится не только чем-то привычным, обыденным, но и модным, престижным. Сами носители русского языка как бы неосознанно способствуют усилению роли английского языка. Привыкаемость населения к повседневному присутствию чужого языка или многочисленных его элементов в культурной среде, ежедневный контакт с иностранными словами, «стирание» межъязыковых лексических различий служит унифицированию естественной культурной и ментальной дифференциации этносов. А это прямая угроза национальной культуре и русскому языку. И

здесь, на наш взгляд, следует признать негативное влияние иноязычной лексики, проникающей в сферу быденного общения россиян, на развитие русского языка. «Чужая» англо-американская лексика не должна нарушать равновесия в соотношении «своего» и «чужого» в национальном языке. Если нарушение этого соотношения все-таки произойдет в пользу «чужого», то это покушение на этническую самобытность, на менталитет, на национальную культуру и язык. А «язык – не просто система знаков, а инструмент организации жизни общества и человека. Язык – это выразитель всей народной жизни, ее духа и сегодняшнего состояния. Каков язык – таков и человек, таково и общество» [3, с. 10]. Подводя итоги, можно сделать следующий вывод. Если иноязычная лексика и фразеология терминологического характера, утвердившаяся в таких активно развивающихся функциональных сферах, как политика, экономика и бизнес, наука и техника, оказывает положительное влияние на развитие национального языка и культуры, то иноязычное влияние в сфере быденного общения россиян следует оценить как сугубо негативное, которое, являясь следствием речевой моды, «размывает» межъязыковые границы, «снижает статус» родного языка и этим представляет определенную угрозу русскому языку и культуре. Поэтому вопрос о сохранении национального самосознания народа, его национальной культуры и языка заслуживает самого пристального к себе внимания, а деятельность ученых-лингвистов, преподавателей средней и высшей школы должна быть направлена на повышение культуры русской речи учащихся, на поддержку русского языка как государственного языка РФ, языка межнационального общения народов России.

Благодаря Интернету новые слова, кажется, «рождаются» ежедневно, но большинство из них непонятны людям старшего поколения. Многие люди старшего поколения винят интернет в недопонимании поколений. Сеть, в которой молодёжь проводит массу времени, уводит из реального мира. Мы говорим для того чтобы общаться с другими людьми.

Поколение X, или родители нынешних подростков, росло в то время, когда в стране была стабильность, но не было интернета. Поколение Z развивается в век чатов, мессенджеров, сообществ. На данный момент влияние английского языка на русский имеет весьма широкое распространение. Из английского языка к нам пришло множество слов, связанных с компьютерной сферой, областью экономики и политики, спорта и развлечения. Проанализировав теоретический материал, мы пришли к выводу, что сегодня одним из наиболее подверженных влиянию английского языка социальных диалектов является молодежный сленг. Процесс заимствования является одним из важнейших источников формирования этого подязыка. Определив причины заимствования англо-американизмов в современном русском языке и способы их образования, нужно отметить, что, в первую очередь, как нам кажется, это объясняется глобальным распространением сети Интернет. Помимо этого, современные подростки активно интересуются англоязычной поп-культурой. Не для кого не секрет, что на всех уровнях речи сленг используется для окрашивания речи или даже для того, чтобы привлечь чье-либо внимание. Человек, использующий англо-американизмы, считается привлекательным собеседником. Популярность английского языка сейчас столь велика, что слова, заимствованные из него, многим кажутся более престижными, чем слова родного языка с тем же значением.

Так как мы живём в эпоху изменений в общественно-политической, социально-экономической, общественно-политической, социально-экономической культурно-нравственной сферах жизни, то следствием этих изменений являются изменения в языковом сознании носителей русского языка, которые отражаются в когнитивных структурах, объективируемых английскими заимствованиями и образованными на их базе производными словами. Процессы освоения чужого опыта могут иметь различные результаты. В одних случаях имеет место «слепое подражание» чужому опыту, в других – переосмысление, переоценка этого опыта. Нередко новые,

заимствованные слова репрезентируют ценности культуры источника. Когнитивный анализ языкового материала помогает в постижении и осмыслении этих процессов.

Анализ качественной британской и Американской и Российской прессы позволяет судить об особенностях контекстного употребления лексем *hype*, *хайп* и *шумиха*. Результаты анализа показали, что лексема *hype* используется в понятийных сферах «Политика», «Информатика», «Шоу-бизнес», «Наука», «Экономика». С наибольшей частотностью эта лексема используется в понятийной сфере «Наука» со значением ‘сенсация, ажиотаж, мода’. Лексема *шумиха* используется в понятийных сферах «Бизнес», «Спорт», «Кино», «Театр», «Пиар». С наибольшей частотностью эта лексема используется в понятийной сфере «Пиар». Что касается английского заимствования *хайп*, анализ показал, что эта лексема употребляется в понятийных сферах «Пиар», «Политика», «Экономика», «Лексикология». С наибольшей частотностью эта лексема употребляется в значении ‘ажитаж’ в понятийной сфере «Пиар».

Результаты анализа показывают, что лексема *fun* используется в понятийных сферах «Наука», «Информатика», «Шоу-бизнес», «Кино, искусство». С наибольшей частотностью эта лексема используется в понятийной сфере «Кино, искусство». Заимствование *фан* используется в понятийных сферах «Компьютерные игры», «Развлечения». С наибольшей частотностью эта лексема используется в понятийной сфере «Компьютерные игры», лексема *забава* в понятийной сфере «Отдых».

Таким образом, выполненный анализ позволяет сделать вывод о характере экспансии английских заимствований *хайп* и *фан* и закрепленного за ними концептуального содержания в русский язык и языковое сознание. Английские заимствования проникают в те понятийные сферы, в которых отражены новые социокультурные явления жизни или сферы жизни («Пиар», «Шоу-бизнес», «Реклама»), которые меняются под воздействием

западноевропейских ценностей, таких как – ориентация на консьюмеризм, успешность, материальные ценности и развлечения.

Заключение. Проведенное в работе исследование позволило сделать следующие выводы:

1. Язык СМИ можно рассматривать как особый дискурс, характеризующийся специфическими экстралингвистическими и собственно языковыми особенностями.

2. Современная публицистика обладает богатой палитрой средств выразительности, среди которых преобладают иноязычные заимствования.

3. Влияние английского языка на русский имеет весьма широкое распространение, из английского языка к нам пришло множество слов, связанных с компьютерной сферой, областью экономики и политики, спорта и развлечения.

4. Новейшие заимствования из английского языка репрезентируют ценности современной западноевропейской культуры – консьюмеризм, ориентация на развлечения, успешность, материальные ценности.

5. Проведенный компонентный и контекстуальный анализ новейших английских заимствований, их источников и русскоязычных аналогов (*hype*, *хайп*, *шумиха* и *fun*, *фан*, *забава*) показывает, что заимствования «вытесняют» русскоязычные аналоги из определенных понятийных сфер, связанных с ценностями культуры-донора.

6. Оценочный потенциал заимствований также меняется по сравнению с оценочным потенциалом лексемы-донора. Так, можно наблюдать, что английское заимствование *хайп* и производные от него используются в основном с негативным оттенком в русскоязычных печатных СМИ, связанным со значением обмана или жульничества.

7. Среди обследованных газетных статей, содержащих заимствования *хайп* и *фан* преобладают статьи публицистического стиля. В статьях научного или делового стиля вряд ли найдется употребление этого слова.

Чаще всего речь в них идёт о событиях, которые у всех на слуху в данный момент. Например, выход нового фильма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авилова, Н.С. Слова интернационального происхождения в русском литературном языке нового времени / Н.С. Авилова. М.: Наука, 1967. 244 с.
2. Акуленко, В.В. Вопросы интернационализации словарного состава языка / В.В. Акуленко. Харьков, 1972. 216 с.
3. Бабушкин, А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантики языка, их личностная и национальная специфика [Текст] / А.П. Бабушкин: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук Воронеж: Государственный университет, 1998. 30 с.
4. Баранова, Л.А. О папарацци, стрингерах и таблоидах / Л.А. Баранова // Русская речь. 1998. №4. С. 49-53.
5. Крысин, Л. П. К определению терминов «заимствование» и «заимствованное слово» / Л. П. Крысин // Развитие лексики современного русского языка. Москва, 1965. 104–116 с.
6. Щерба, Л.В. О понятии смешения языков / Л.В.Щерба// Избранные труды по языкознанию и фонетике. Ленинград, 1958 С.40–53с.