

О. С. Егорова, Д. С. Никитин

**Тематическая классификация новых англицизмов
(на материале современной российской газеты)**

В статье предлагается разработанная на материале современной российской газеты последнего десятилетия тематическая классификация новых англицизмов, отражающая основные сферы их употребления и позволяющая установить наиболее проницаемые для их заимствования референциальные зоны в современном русском языке.

Ключевые слова: иноязычное заимствование, англицизм, функционирование англицизмов, тематическая классификация новых англицизмов, понятийная область, идеографирование лексики.

O. S. Egorova, D. S. Nikitin

**Thematic Classification of New Anglicisms
(on the material of the modern Russian newspaper)**

In the article is offered the developed thematic classification of new anglicisms, done on a material of the modern Russian newspaper of last decade, the classification reflecting the basic spheres of their use and allowing to determine more permeable referential zones for their borrowing in modern Russian.

Keywords: foreign language borrowing, an anglicism, functioning of anglicisms, thematic classification of new anglicisms, conceptual area, ideography of lexicon.

Проблема взаимодействия языков, в том числе проблема иноязычного заимствования, непосредственно связанная с важнейшей проблематикой развития и функционирования языка, всегда привлекала внимание многих ученых (см.: М. П. Алексеев, Н. Ф. Алефиренко, О. С. Ахманова, Л. А. Введенская, В. В. Виноградов, Э. Ф. Володарская, И. В. Карасик, В. Г. Костомаров, Л. П. Крысин, Е. С. Кубрякова, В. М. Лейчик, О. А. Леонтович, Д. С. Лотте, Е. В. Маринова, А. В. Суперанская и др.). Вполне очевидно, что сегодня, в период глобализации, интенсивного расширения экономических, политических, культурных связей между народами и межъязыковых контактов, изучение процессов иноязычного заимствования, и в частности заимствования из английского языка, ставшего в конце XX – начале XXI в. одним из основных источников иноязычной лексики во многих языках мира, в том числе и в русском, приобретает особую значимость и актуальность.

Цель данной статьи – выявление основных сфер употребления английских заимствований в тексте современной российской газеты последнего десятилетия и построение на этой основе тематической классификации новых англицизмов.

Отметим, что принцип деления заимствований по сферам употребления лежит в основе ряда типологий заимствованной лексики. Так, Г. Н. Складаревская описывает следующие лексические разряды и группы новых слов русского языка, в число которых входят и иноязычные лексемы: политика, социальное устройство и идеология (*депортация*); экономика и финансовое дело (*бизнес-центр, брокер*); религии и верования (*йога, карма*); медицина (*антистрессовый*); армия, охранительные органы, техника и автоматизация (*компьютеризировать, компьютерщик, ксерокопия, роуминг, факс*); область паранормальных явлений (*полтергейст*); массовая культура (*диск-жокей, рок-фестиваль, шоу, шоу-бизнес*); современная молодежная музыка (*поп, рейв, рок, рэн*); молодежная субкультура (*бодипирсинг, пирсинг*); спорт, игры (*армрестлинг, бодибилдинг, боудинг*); кушанья, напитки (*коктель, кока, гамбургер, поп-корн, крекер, тоник, чизбургер*); предметы обихода, игрушки (*джакuzzi, микроволновка, тамагочи, трансформер*); одежда, фасоны одежды (*боди, свингер, топ*); ткани, материалы (*крэг, стреч*); косметика (*гель, кондиционер, типсы*) [7, с. 10–11].

Сходную типологию предлагает А. В. Зеленин. На материале лексических заимствований в

эмигрантской прессе США автор выстраивает тематическую (идеографическую) классификацию варваризмов, позволившую маркировать те референциальные зоны в дискурсе, которые оказались наиболее проницаемы для заимствований. На основании этой типологии выделяются пять групп: сфера занятий, профессий, должностей; лексические варваризмы, обозначающие общественно-политические, социальные, экономические реалии; сфера культуры, развлечений, образования; область спорта; сфера технических наименований [3, с. 92–107].

И. В. Привалова, исследуя сферы употребления иноязычной лексики, отмечает, что в настоящее время более других к проникновению иноязычных заимствований, и в особенности – англицизмов и американизмов, предрасположены такие сферы, как спорт, политика, новые виды технологий [5, с. 281].

В лингвистической литературе известны и более подробные типологии, основанные на принципе деления иноязычных слов по тематическим группам. Так, авторы «Нового словаря иностранных слов» [2] детализируют, в частности, группу «Религии, верования», выделяя в ней такие подгруппы, как ритуалы, церковные атрибуты, культовые сооружения. Исследователи указывают, что новыми заимствованиями пополняются прежде всего терминологические группы слов, которые относятся к развивающимся сферам жизни, таким как экономика, информатика, медицина, искусство, спорт [2, с. 6].

В монографии «Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения» О. А. Леонтович выделяет ряд тематических групп заимствованной безэквивалентной лексики: блюда и напитки; флора; фауна; административно-территориальные единицы, местности и регионы; социальное положение, должность; политические реалии; средства передвижения; меры и деньги; явления природы; танцы и музыкальные инструменты, предметы утвари [4, с. 253].

В ходе разработки предлагаемой нами тематической классификации новых англицизмов был составлен тематический словарь англицизмов, функционирующих в русскоязычной газете последнего десятилетия, в котором англицизмы были представлены в виде систематизированных групп слов, объединенных общим понятием.

В результате тематического идеографирования был отобран конкретный лексический материал, и на основе анализа тематических словарей создан тематический план, а затем каждая рубрика

была насыщена словами. В процессе насыщения рубрик осуществлялись их уточнение и конкретизация. Как известно, в отличие от тезаурусного идеографирования, в процессе тематического идеографирования в тематические группы попадают преимущественно тематически связанные лексико-семантические варианты, то есть слова в тех значениях, которые соответствуют тем или иным рубрикам.

При создании тематического плана была использована тематическая классификационная схема, разработанная на основе анализа отечественных и зарубежных тематических словарей [1; 6; 8; 9; 10]. В соответствии с этим, понятийный континуум разделяется в понятийном плане на 12 понятийных областей («Астрономия», «Планета», «Питание и кухня», «Жилище, дом», «Одежда», «Индустрия красоты», «Искусство», «Коммуникация», «Транспорт и машиностроение», «Наука», «Общество», «Физкультура и спорт»). Эти области далее последовательно членятся на 44 группы. Последние, в свою очередь, могут разделяться на еще более однородные в смысловом отношении лексические совокупности. Заметим, что последовательность тематических групп была заимствована нами из тематического словаря "The Firefly Visual Dictionary" [10].

Методом сплошной выборки из российских печатных и электронных газет (Аргументы и факты, Аргументы недели, Газета.GZT.RU, Известия, Комсомольская правда, Курьер, Мир новостей, Московский Комсомолец, Новая газета, Новая политика, Петербургская неделя, Российская газета, Смена.ру, Собеседник, Gazeta.RU, Lenta.RU) было выявлено более 500 новых англицизмов. В полученном списке англицизмов оказались представленными как новые лексемы, так и заимствования вторичной номинации, то есть новые слова, которые появляются в заимствующем языке не в качестве новых однозначных слов, а как новые лексико-семантические варианты уже существующих терминов и общелитературных слов. Новые лексико-семантические варианты приобрели, например, слова *лобби*, *конверсия*, *бутик*, *шоу-бизнес* и ряд других.

Анализ фактического материала позволил разделить полученный список новых англицизмов на семантические группы: «Питание и кухня», «Дом», «Одежда», «Индустрия красоты», «Искусство», «Коммуникация», «Офис», «Транспорт и машиностроение», «Наука», «Общество», «Физкультура и спорт». Группы «Астрономия» и «Планета» остались незаполненными.

Понятийная область «Питание и кухня» (5 %). Новые заимствования-англицизмы, относящиеся к группам «Еда» и «Напитки», представлены в современной прессе сравнительно небольшим количеством слов (*барбекю, бизнес-ланч, топинг, курица-гриль; ice-латте, ice-tea, фреш, лайт*). К данной понятийной области относятся и такие заимствования, относящиеся к группе «Кухня», как *кулер, фритюр, кофе-машин (кофе-машина), кофе-мейкер, джиггер, риммеры, стрейнер, роллер-гриль, питчер, фризер, холдер*.

Понятийная область «Жилище, дом» (2 %). Англицизмы данной области выполняют номинативную функцию, называя местонахождение жилья, элементы структуры жилья, системы вентиляции, мебель и предметы интерьера (*билдинг, таунхауз, пентхауз, хай-тек, чил-аут, сплит-система, роллы, king size*). Область представлена сравнительно небольшим количеством англицизмов.

Понятийные области «Одежда» (2 %) и **«Индустрия красоты»** (1,5 %) представлены в исследуемом материале в наименьшей степени (22 лексические единицы). Ср.: *дресс-код, конверсы, лейбл, милитари, принты, стринги, топ, топлес, тренч, фэшин, андерграунд, модельный бизнес, имидж, лифтинг, пилинг, пирсинг, плей-мент, скраб, стилист, тоник*.

Понятийная область «Искусство» (14,5 %) разделена на группы «Общие слова» (*креативный*); «Изобразительные искусства» (*квилт, лэндарт, пэворк*); «Киноиндустрия» (*аниме, кинобизнес, блокбастер, киносбосс, видеопират, кастинг, лав стори, мейджор, мокьюментари*); «Музыка» (*бенд, биг-бенд, бек-вокалист, виджей, джайв, DJ, металлик, микшированный, милитари, нон-стоп*); «Театр» (*грим-рум, кастинг, фрик, stand up*); «Танец» (*фристайл*); «Литература» (*копирайтер, фол, фэнтези, хеппи-энд*).

Понятийная область «Коммуникация» (21,5 %) объединяет слова, относящиеся к современным интернет- и компьютерным технологиям (*блог, сервер, трафик*), мобильной телефонной связи (*блю-туз, PIN-код, хэндс-фри*), телевидению (*дрифт-тим, квиз, пилметр, прайм-тайм, реалити-шоу*). Группа также включает лексемы, обозначающие наименования участников процесса современной коммуникации (*веб-дизайнер, веб-мастер, программист, фрилансер, хакер, юзер*).

Как показали результаты проведенного исследования, область «Коммуникация» подверглась наиболее заметным изменениям в последние де-

сятилетия. Сегодня постоянно появляются новые англицизмы, обозначающие понятия, связанные с новыми коммуникационными технологиями (*аккаунт, блог, блогосфера, браузер, веб, веб-сервис, гугл, инсталляция, интернет, портал, пост, сервер, трафик, трэш, файл, флеш, хай-тек, хостинг, чат, webex.com*). Они составляют достаточно многочисленную группу слов, характеризующуюся частотным употреблением и активной ассимиляцией.

Понятийная область «Офис» (2,5 %). В данной понятийной области представлены слова, относящиеся к фрагменту языковой картины мира «Офисная техника», такие как *лэптоп, ноутбук, гаджет, девайс* и др.

В понятийной области **«Транспорт и машиностроение»** (3,5 %) изначально было выделено четыре группы, однако анализ фактического материала показал отсутствие новых англицизмов, относящихся к сферам железнодорожного и водного транспорта. Наиболее многочисленная группа данной области – «Автомобильный транспорт» (*автокар, вэн, клиренс, коучинг, коуч, краш-тест, кроссовер, минивэн, нейтраль, парковка, пикап, спойлер, фривэй, хайвэй, хэтчбек, GPS-навигатор*).

Англицизмы понятийной области **«Наука»** (2 %) представлены в современной прессе небольшим количеством слов (*грант, клон, адмиттанс, кварк, коллаيدر, социолингвистика, прагматика, психолингвистика*).

Понятийная область «Общество» (33 %) была структурирована в группы «Город» (*аутлет, баннер, билборд, гипермаркет, грин-дизайн, паркинг*); «Правонарушение» (*киллер, крэк, крэг, драг-рейсер, рэкет*); «Воспитание и обучение» (*беби-бум, инновация, интерактивный, видеоурок, маркетинг, пазл, портфолио, тренинг, тьютор*); «Оружие» (*GBI*); «Безопасность» (*аэрбэг, видеоконтроль, краш-тест, секьюрити, тест-драйв, CCTV*); «Здравоохранение» (*ангрейд, SPA-центр, спрей*); «Семья» (*аут, бойфренд, брайдзилла, бебиситтер*). Заимствования группы «Религия» в ходе исследования обнаружены не были. Группы «Экономика и финансы», «Профессии» и «Политика» включают самое большое количество слов, по сравнению с другими подгруппами. Рассмотрим их более подробно.

«Экономика и финансы». В данную группу включены такие новые слова, как *бизнес, брэнд, дефолт, дилер, инвестиция, консалтинговый, маркет, маркетинг, холдинг, эмиссия* и т. д., а

также термины *инвестиции, инфляция, эмиссия, бизнес, фирма*, которые давно присутствуют в русском языке, но получили особенно широкое распространение в последнее десятилетие.

Англоязычные заимствования в сфере экономики и финансов, которую можно считать интернациональной для европейского ареала, представляют собой структуры знания, обеспечивающие финансово-экономическую деятельность. Эта лексика, включающая как термины, так и профессиональные жаргонизмы, в нашей классификации представлена следующими тематическими группами, номинирующими определенные участки данной профессиональной коммуникации:

1. Лексика, связанная с современными видами, способами, методами, направлениями экономической деятельности (*андеррайтинг, аудит, аутсорсинг, банкинг, бизнес-активность, варрант, гиперинфляция, гринмейл, дедлайн, демпинг, демпинговый, дефолт, дисконт, дистрибуция, дистрибьюторский, клиринг, консалтинг, левередж, лидер рынка, листинг*).

2. Формы кредитования и финансирования (*лизинг, овердрафт, офшор, офшор тендер, факторинг, франчайзинг, франшиза, фьючерсная сделка, фьючерсный контракт, фьючерсный рынок*).

3. Лица, осуществляющие тот или иной вид финансово-экономической деятельности (*бизнесмен, брокер, девелопер, дилер, дистрибьютор, картхолдер, маркетолог, медиа-брокер, менеджер, генеральный менеджер, топ-менеджер, тайм-менеджер, HR-менеджер, экс-менеджер, кризис-менеджер, менеджмент, онлайн-брокер, риелтор, спонсор, трейдер, фрилансер, хеджер, CEO*).

Как показал проанализированный материал, большое количество новых заимствованных слов группы «Экономика и финансы» обозначает наименования предприятий, организаций, трестов, объединений различных форм собственности, специализирующихся в разных областях деятельности и хозяйствования. Ср.: *консалтинг (consulting), холдинг (holding)*.

В группе «**Политика**» представлены англицизмы, обозначающие названия новых политических явлений и структур (*праймериз, спичрайтер и т. п.*). Как правило, в сфере политической лексики главным образом заимствуются существительные. Свидетельством того, что англицизм закрепился в лексической системе русского языка, является наличие у него производных слов и

производных значений. Ср.: *лобби* → *лоббировать, лоббироваться, лоббист, суперлоббист, лоббистский, лоббизм, пролоббировать; парламент* → *внепарламентский, внутрипарламентский, полупарламентский, межпарламентский, парламентарный* и т. д.

Среди основных причин заимствования из английского языка политической лексики можно указать следующие: 1. Потребность назвать какое-то новое политическое явление, ранее не свойственное российской действительности, например, *торжественное вступление в должность главы государства* стало называться *инаугурация* (от англ. *inauguration*). 2. Тенденция к экономии языковых средств: слишком длинное наименование заменяется одним словом, например, английское слово *саммит* частично заменило русские устойчивые выражения *встреча в верхах, встреча на высшем уровне*. 3. Коммуникативная актуальность обозначаемого понятия. Потеряли свою актуальность бывшие ранее популярными лексемы марксистской терминологии, и стали употребляться слова, противоположные им по идеологической сущности.

«**Профессии**». В настоящее время в русском языке происходит интенсивное заимствование из английского языка наименований лиц по профессии. Это связано с усилением действия ряда тенденций, носящих как коммуникативный, так и когнитивный характер. Коммуникативно требуется обосновать и словесно оформить возникновение той или иной должности, при этом обработка и передача информации, которую несет в себе коммуникативная единица, обеспечивается когнитивной стороной языка.

Как показало исследование, когнитивному усложнению мира и его познания соответствует у современного человека когнитивное усложнение содержания и структуры языковых обозначений и языковых форм. Для того чтобы соответствовать интенсивно развивающейся экономике и меняющемуся миру, наименования лиц по профессии усложняются и заменяются на более информативно емкие единицы. Ср.: *эйчар-менеджер, контент-менеджер, объект-менеджер, проект-менеджер, арт-менеджер* вместо традиционного наименования *начальник отдела; инженер-куратор, инженер-инсталлятор* вместо однословного *инженер; фитодизайнер, евродизайнер, веб-дизайнер, фотодизайнер* вместо привычных *оформитель, художник*. С целью более четкого и выразительного наименования лица происходит дифференциация понятия, в результате создается

более четкая языковая единица, включающая значимые характеристики профессиональной деятельности, а также в некоторых случаях отражающая требования к профессиональному лицу и должностные обязанности.

Понятийная область «Физкультура и спорт» (12,5 %) включает слова, называющие новые виды спорта (*банжди-джампинг, бобслей, дайвинг, джоггинг*), спортивные термины (*аут, брейк-поинт, офсайд*), спортивное оборудование (*сноуборд, снитч*), а также сленговые слова (*геймер, фан*).

Итак, предлагаемая нами тематическая классификация новых англицизмов, разработанная на материале современной газеты, которая, как известно, наиболее чутко реагирует на все изменения, происходящие в языке, не только отражает основные сферы употребления новой лексики, заимствованной из английского языка, но и позволяет установить наиболее проницаемые для заимствований референциальные тематические зоны в современном русском языке. В настоящее время проникновение англицизмов в российскую прессу осуществляется в следующих понятийных областях: а) еда и кухня; б) жилище, дом; в) одежда; г) индустрия красоты; д) искусство; е) коммуникация; ж) офис; з) транспорт и машиностроение; и) наука; к) общество; л) физкультура и спорт. Наибольшее количество новых англицизмов, как показало исследование, связано со сферами коммуникации и высоких технологий, экономики и финансов, спорта.

Библиографический список

1. Всемирная иллюстрированная энциклопедия [Текст] / пер. с франц. – М. : АСТ : Астрель, 2004. – 1630 с.
2. Захаренко, Е. Н. Новый словарь иностранных слов : 20 000 слов и словосочетаний [Текст] / Е. Н. Захаренко, Л. Н. Комарова, И. В. Нечаева. – М. : Азбуковник, 2006. – 784 с.
3. Зеленин, А. В. Типология лексических заимствований в эмигрантской прессе (1919–1939) [Текст] / А. В. Зеленин // Вопросы языкознания. – 2008. – № 1. – С. 85–120.
4. Леонтович, О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения [Текст] / О. А. Леонтович. – М. : Гнозис, 2005. – 352 с.
5. Привалова, И. В. Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации) [Текст] / И. В. Привалова. – М. : Гнозис, 2005. – 472 с.
6. Пятиязычный наглядный словарь [Текст] / пер. с англ. Е. Чекулаевой, И. Сергеевой. – М. : АСТ : Астрель, 2005. – 400 с.
7. Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия [Текст] / ИЛИ РАН ; под ред. Г. Н. Складчиковой. – М. : Астрель : АСТ, 2001. – 944 с.
8. Longman dictionary of contemporary English / [director, Della Summers] – Longman, 2005. – 1950 p.
9. Oxford Wordpower Dictionary. Ed. by Miranda Steel. – 11th ed. – OUP, 2004. – 794 p.
10. The Firefly Visual Dictionary. Ed. by Jean-Claude Corbeil, Ariane Archambault. – 1st ed. – Firefly Books, 2002. – 952 p.