
Н.В. Баско

ИНОЯЗЫЧНОЕ ВЛИЯНИЕ: УГРОЗА ИЛИ БЛАГО?*

N.V. Basko

Foreign influence: Threat or benefit?

Одной из главных тенденций развития русского языка, особенно в последние 20 лет, является активное заимствование им лексики и фразеологии из английского языка (преимущественно из его американского варианта). Американизмы активно используются в повседневной речи наших современников, в российских СМИ, ими заполнено окружающее нас городское пространство, что хорошо видно на примере уличных вывесок и городской наружной рекламы.

Так называемая «языковая глобализация» – объективный процесс. Он происходит одновременно со становлением в мире глобального коммуникационного пространства и находит свое выражение, прежде всего, в широком и повсеместном распространении английского языка, в проникновении англицизмов в национальные языки.

Необходимость заимствования терминов для обозначения новых для российской действительности реалий и понятий в политической, экономической, финансовой, научно-технической сферах (спикер, саммит, омбудсмен, лизинг, сайт, блогер, авторитаризм, имидж, импичмент и др.) естественна и обоснованна: иностранные слова заполняют свободные тематические пространства, отражающие изменения, происходящие в жизни современного российского общества. Образованный россиянин, живущий в XXI в. в эпоху глобализации и владеющий современными средствами коммуникации, прекрасно понимает значения этих слов.

* *Баско Н.В.* Иноязычное влияние: Угроза или благо // Известия высших учебных заведений. Сер.: Гуманитарные науки. – Иваново, 2017. – Т. 8, № 1. – С. 57–61.

Однако многие частотные слова, преимущественно термины информатики, все еще употребляются в текстах современных газет, журналов, деловой литературы в написании латиницей, что демонстрирует их недостаточную освоенность языком (Unix, notebook, BMW, CD, CD-ROM, Coca-Cola, Hi-fi, IBM, massmedia, on-line, Pentium, PR, VIP, Windows).

О начальном этапе освоения иноязычной лексики русским языком свидетельствует и комбинированное (латиницей и кириллицей) написание сложносоставных слов (IBM-совместимый, PR-акция, PR-бизнес, PR-менеджер, VIP-клиент, VIP-номер, VIP-мероприятие, Web-сайт, WEB-страница, Web-сервер), а также некоторых слов, образованных от иноязычного слова по словообразовательной модели русского языка (PRщик, VIPовский и т.п.). Этот лексический материал чрезвычайно важен для лингвистической науки и для современного языкового сознания, поскольку дает возможность проследить момент соприкосновения двух разноразличных систем и зафиксировать самый первый шаг на пути процесса заимствования слова.

Способом освоения русским языком английских фразеологических оборотов является фразеологическое калькирование – процесс, при котором устойчивое словосочетание (фразеологическая калька) возникает в результате пословного перевода иноязычного фразеологизма: *citizen of the word* – гражданин мира, *golden parachute* – золотой парашют, *lame duck* – хромая утка. Первоначально заимствованная лексика и фразеология функционируют исключительно в терминологической сфере и остаются известными специалистам в конкретной области экономики, политики, науки, техники. По мере роста употребительности иноязычных языковых единиц в определенных терминологических системах расширяется сфера их функционирования в целом: благодаря российским массмедиа заимствованные языковые единицы терминологического характера проникают в общелитературный русский язык и становятся понятными другим носителям русского языка.

Период между первым появлением нового слова (окказионализма) и его регистрацией в словаре, поскольку оно стало фактом языка, может быть достаточно длительным, а может быть совсем коротким. Это зависит, прежде всего, от того, имеются ли в русском языке семантические аналоги заимствованной единицы, которые какое-то время могут употребляться в русском языке параллельно с иноязычным неологизмом, или же заимствованная единица обозначает совершенно новое, неизвестное в России прежде понятие, предмет, явление.

Главным посредником в перемещении новых заимствованных слов и фразеологизмов из терминологической сферы в общелитературный язык являются средства массовой информации.

Иноязычное влияние в условиях глобализации, безусловно, играет положительную роль в развитии русского языка, обогащая его новыми единицами. В то же время нельзя не отметить некоторую избыточность в употреблении американизмов современными россиянами, предпочтительность в использовании иностранного слова вместо его русского аналога.

Определенную озабоченность вызывает использование иностранных слов не только в качестве терминов или наименований понятий, новых для российской действительности, но и проникновение их 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. Ср.: «КОФЕ ХАУС»; «WINE HOUSE»; «WINE & BEER»; «FISH и CHICKEN»; «FARШ. МЯСНАЯ ЛАВКА. БУР-ГЕРНАЯ»; «FASHION HOUSE АУТЛЕТ»; «ХАУС БЫТА»; «SHEAR & SHIS», «ВАЙН и БИР»; «БИР и ФИШ МАРКЕТ» и т.д.

Нелепыми в рекламных объявлениях о приеме на работу представляются названия некоторых рабочих вакансий, например, менеджеры по клинингу (уборщицы) или менеджеры по продажам (продавцы). Концентрируясь на необычности, экстравагантности и привлекательности рекламы, создатели рекламных текстов нередко пренебрегают общими законами и принципами русского языка, по которым создаются грамотные и выразительные тексты, соответствующие сложившимся нормам речевой культуры.

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, занижая субъективные оценки родного. Привыкаемость населения к повседневному присутствию многочисленных элементов чужого языка в культурной среде, «стирание» межъязыковых лексических различий служит унифицированию естественной культурной и ментальной дифференциации этносов, что прямо угрожает национальной культуре.

Т.А. Фетисова