

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Каждый из известных нам языков содержит большее или меньшее количество заимствований из других языков. Развитие общества и стремительное развитие транспортной сети, науки и техники способствуют сближению народов мира, и таким образом межгосударственные связи в различных областях политики, экономики, культуры, техники, спорта становятся все более тесными. А вместе с развитием таких связей в язык приходят заимствования, которые часто так сильно “приживаются” в языке, что нет необходимости находить эквивалент этому слову в родном языке, иногда трудно даже и определить, из какого же языка пришло то или иное слово. Так, в русском языке прижилось слово “компьютер”. Мы редко употребляем вместо этого слова какое-либо другое, как, например, “вычислительная машина”. Для большинства вообще не имеет значения, пришло это слово из английского или латинского языка и что оно изначально обозначало. Взаимное влияние языков открывает широкие возможности для лингвистов. Это и исследование этимологии заимствованных слов, и сравнение языков, и возможность проследить развитие значения заимствований, и выявление семантических связей, которые существуют в истории языка и в истории общества. Последнее десятилетие характеризуется активными политическими, экономическими, культурными изменениями в России и странах бывшего СССР. Распад Советского Союза и существовавшей политической системы открыли ранее тщательно охраняемые границы для иностранного влияния и обеспечили доступ к мировой культуре и экономике. Носители русского языка получили возможности широкого международного и межкультурного взаимодействия с носителями других языков. В результате языковых контактов (непосредственных — при контакте носителей языка и опосредованных — при чтении литературы на иностранном языке) появилась возможность для вхождения заимствований в русский язык, а в результате контактов на научном и культурном уровне заимствовались понятия, которые нуждались в номинации. Эти изменения “окружающей среды”, в которой функционирует и развивается язык, ускорили и значительно активизировали процесс языкового заимствования.

Помимо активного использования иноязычной лексики в речи (*ди-джей, байкер, хоррор, триллер, фьючерсный*), происходит ее моментальное освоение (фонетическое, грамматическое, семантическое) и включение в число наиболее частотных языковых единиц, в словари новых и иностранных слов (*рэкет, имидж, рокер, брифинг, мониторинг, спикер, киллер*). В некоторых случаях вхождение в речь и выпадение из языка заимствований происходит буквально на наших глазах. Так, с

провозглашением приватизации в нашу жизнь вошло заимствование *ваучер* и его производные: *ваучеризация, ваучеризировать*.

Заимствования активно используются в названиях телепередач, например, Брейн-ринг, парадиз-коктейль, Телемикс, Джем-сейшн, Стартинейджер, Шейп-шоу, Кинохитпарад, Поп-магазин, Хит-конвейер и т.п., в названиях многих коммерческих структур, в рекламных текстах.

В целом могут быть выделены следующие причины языковых заимствований:

- отсутствие соответствующего понятия в когнитивной базе языка-рецептора;
- отсутствие соответствующего наименования или его “проигрыш” в конкуренции с заимствованием в языке-рецепторе;
- обеспечение стилистического эффекта;
- установление позитивных (негативных) коннотаций, которыми не обладает эквивалентная единица в языке-рецепторе.

Заимствования широко используются средствами массовой информации для обеспечения стилистического (эмфатического) эффекта, а также в целях привлечения внимания (как правило, в этом случае отсутствует графическая адаптация), например, *Отличная возможность для тех, кто хочет иметь свой бизнес, приносящий cash*.

Заимствования могут также использоваться для обозначения понятий, новых для языка-рецептора, но не присутствующих в языке-источнике, например, новейший англицизм, понятный носителям русского языка, *шоп-тур*, не имеет эквивалентного понятия в английском языке. Отдельные носители языка, средства массовой информации и особенно реклама злоупотребляют заимствованиями. Можно даже говорить о языковой “моде” на заимствования в современном русском языке. Многие носители русского языка, слушающие устную речь или читающие газеты, не понимают значения этих слов или с трудом догадываются о них, отталкиваясь от контекста. Репортажи и статьи некоторых журналистов содержат такое огромное количество англицизмов, что иногда вообще трудно разобрать, о чем идет, собственно говоря, речь.

Каждое из заимствований проникает в язык по определённой причине, и те из них, которые находят свое место в языковой системе, остаются, ненужные — выпадают из системы языка.

К.Г. Воробьев, Е.А. Белицкая

Минск (Беларусь)

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ

Одним из основных понятий, выражающих специфику отношений человека с окружающим его миром, является понятие *картины мира*. Нередко ее сравнивают с призмой, сквозь которую преломляется мир.