

**Иностранные слова:
«лингвистическая мода» или необходимость?**

Анна Хруненко

Программа «Flagship» ориентирована на студентов, владеющих русским языком на уровне B2 – C1, а после года обучения в России достигающих уровня C1 – C2, соответственно. В течение учебного года иностранные учащиеся посещают лекции, семинары, практические занятия, индивидуальные и дополнительные занятия, такие, как дискуссионный клуб, проходят практику в различных некоммерческих организациях и ходят на экскурсии.

Основной целью программы «Flagship» является формирование у студентов навыков самостоятельного поиска, изучения и анализа информации, её осмысление и умение высказывать своё мнение о прочитанном, отстаивать свою точку зрения или принимать сторону «противника», умение вступать в диалог с другими участниками дискуссии, участвовать в полемике, пикироваться, а также на основе сделанных выводов предлагать различные способы решения обсуждаемого вопроса. Полное погружение в язык и культуру страны изучаемого языка способствует культурному обогащению учащихся, формированию у них личности, способной к самореализации, а следовательно, повышению уровня образования в изучаемой ими сфере.

Во время пребывания и обучения в Санкт-Петербурге американские студенты сталкиваются с некоторыми языковыми трудностями, на которые, на наш взгляд, следует обращать особое внимание на занятиях. Так, учитывая многолетний опыт работы в американской аудитории, можно сделать вывод, что заимствованная лексика из родного языка студента, получившая новое или дополнительное значение в русском языке, приводит к недопониманию смысла высказывания у учащегося и препятствует успешной коммуникации.

В последние годы наблюдается увеличение притока иностранных слов в русский язык, особенно из английского языка, что связано прежде всего с активизировавшимися экономическими,

политическими, культурными, общественными связями и взаимоотношениями России с другими странами, в частности, с Америкой. Значение заимствованных слов для большинства русских людей остаётся непонятным. Однако многие носители языка, не имеющие лингвистического образования, считают заимствования, особенно недавно вошедшие в русский язык, модными и поэтому стараются употреблять их в своей речи как можно чаще, не задумываясь о значении новой иностранной лексики. Для большинства употребление недавно вошедших в лексикон иностранных слов является атрибутом «современности», «современного продвинутого человека», «современного взгляда на жизнь», что и порождает уверенность в необходимости использования нового заимствованного слова, ставшего «модным словом».

«Модное слово», по мнению доктора филологических наук, прозаика и критика Владимира Новикова, - это «новый филологический термин, за которым стоит не сухая абстракция, а языковая и жизненная реальность <...> это слово с претензиями, оно часто звучит в устной речи, мелькает в прессе, то и дело доносится из радиоприёмника или телевизора. Оно всё время держится на виду, порой оттесняя своих более тихих собратьев <...> в нём отражаются колоритные особенности нашей жизни, важные сдвиги в общественном сознании <...> это амбициозное слово, которое нужно было бы выделять курсивом в тексте, которое отражает динамику времени, в котором сделаны какие-то заявки, какие-то прогнозы» (Вл. Новиков 2011: 3-4). Таким образом, под «модным словом» понимается не отдельное слово, которое находится в моде среди определённых групп людей, а социальное явление, зафиксированное в английском слове "buzzword".

Изучением причин заимствования иноязычных слов занимались многие лингвисты. Существуют различные классификации причин заимствования иностранных слов, в частности, из английского языка (см., напр.: Л.П. Крысин 1996, М.А. Брейтер 1997). В данных классификациях основной причиной заимствования слов исследователи считают необходимость в наименовании вещей и понятий, но они не подвергают анализу лексические дублеты, появившиеся в языке-рецепторе, или заимствованные слова, обусловленные влиянием иностранной культуры.

В настоящее время наблюдается тенденция к «американизации» русской жизни, которая находит своё отражение в «американизации» русского языка, что выражается в проникновении в него многочисленных американизмов и англицизмов. Увлечение англицизмами стало своеобразной модой и обусловлено, по нашему мнению, созданными в обществе идеалами и стереотипами, образами которых служит идеализированное американское общество, в котором высокие темпы технического прогресса ведут за собой весь мир. Добавляя в свою речь английские заимствования, люди хотят приобщиться к американской культуре и стилю жизни.

Последние модные англоязычные заимствования, на наш взгляд, можно разделить на 3 группы:

I. *«Англицизмы», пришедшие в русский язык для наименования новой реалии, нового предмета.*

С тематической точки зрения в данную группу входят следующие наиболее часто встречаемые подгруппы слов:

1. Экономическая сфера: оффшоры (offshore), роуминг (roaming), демпинг (damping), аутсорсинг (outsourcing) и др.

2. Информатика (компьютерная техника) и Интернет: апгрейд (upgrade), постинг (posting), блог (blog), блоггер (blogger) и т.д.

3. Спорт: бейсджампинг (base jumping), виндсёрфинг (windsurfing), фитнес (fitness) и пр.

4. Профессии: мерчендайзер (merchandiser), супервайзер (supervisor), фрилансер (freelancer), коуч (coach) и др.

5. Бытовые предметы: шейкер (shaker), роoster (roaster) и т.д.

6. Новинки техники: гаджет (gadget), смартфон (smartphone), айфон (iPhone) и пр.

Следует отметить, что лексемы, входящие в данную группу, являются необходимыми, поскольку в русском языке отсутствуют соответствующие обозначения новых понятий, новых реалий, появившихся в общественной жизни. Однако рассматриваемые иностранные слова многие носители русского языка употребляют в своей речи, чтобы выглядеть умнее в глазах окружающих и не задумываются о смысле сказанного.

II. «Англицизмы», имеющие синонимы в русском языке.

Появление модных заимствований, входящих в данную группу, создаёт лексическую избыточность и может мешать пониманию смысла.

Так, синонимами, существующими в русском языке, могут быть заменены англицизмы, относящиеся к следующим сферам деятельности:

1. Косметология: лифтинг (lifting) – подтяжка, пилинг (peeling) – чистка лица, скраб (scrub) – отшелушивающий крем и т.д.

2. Компьютер и Интернет: клик, кликать (click) – нажимать на кнопку «мыши», юзер (user) – пользователь, онлайн (online) – в сети, оффлайн (offline) – не в сети, логин (login) – имя пользователя в сети и др.

3. Спорт: овертайм (overtime) – дополнительное время, хавбек (halfback) – полузащитник, форвард (forward) – нападающий, голкипер (goalkeeper) – вратарь и пр.

4. Средства массовой информации: шоу-рум (show-room) – выставочный зал, прайм-тайм (prime-time) – лучшее время, масс медиа (mass media) – средства массовой информации и т.д.

Лексические дублеты, по нашему мнению, используются людьми в повседневной жизни как дань моде, для придания своему высказыванию оттенка новизны, современности и непонятности сказанного. Используя англицизмы, люди хотят выглядеть престижно, модно, с первых же слов завоевать уважение собеседника, подчеркнуть превосходное знание английского языка. Многие считают иностранную лексику более «учёной», «красиво звучащей» и не задумываются о целесообразности использования тех или иных «модных слов». Так, слово «шопинг» (shopping), на их взгляд, звучит привлекательнее, чем «поход по магазинам», а лексема «консалтинг» (consulting) лучше, чем «консультирование».

Таким образом, примеры, приведённые в группах I и II, дают возможность сделать вывод, что следует не гоняться за речевой модой, а нужно следить за динамикой речевой моды, «интересоваться ею, присматриваться к словам-новинкам <...> такие слова стоит знать, но употреблять которые в собственной речи надлежит с толком и с осторожностью» (Вл. Новиков 2011: 3-4).

В процессе заимствования часто происходят или изменения в семантике слов, или заимствованное слово получает в русском языке дополнительное значение, необходимое для разграничения

содержательно близких, но всё же различающихся понятий, что вызывает трудности у студентов-иностранцев, в частности участников программы “Flagship”. Новые заимствованные слова, вошедшие в русский язык и получившие дополнительное значение, были выделены нами в III группу.

III. *«Англицизмы», получившие дополнительное значение в русском языке.*

В данную группу входят модные слова, заимствованные в последние годы, такие, как: гламур (glamour), гламурный (glamorous); фьюжн (fusion), брутальный (brutal), креативность (creativity), креатив / креативчик (creation), креативный (creative), креатор / криэйтор / креативщик (creator), креативить (to create).

Использование и понимание модных иноязычных лексем, рассматриваемых в данной группе, вызывают особые затруднения у иностранных студентов, поскольку в русском языке существуют, как может показаться на первый взгляд, их аутентичные эквиваленты.

В Большом англо-русском словаре В.К. Мюллера выбранные для анализа лексемы имеют следующий перевод:

Гламур (glamour) означает «шарм», «обаяние», «очарование» (В.К. Мюллер 2010: 307).

Гламурный (glamorous) переводится как «обаятельный», «очаровательный» (там же).

Брутальный (brutal) имеет значение «грубый», «жестокий» (там же: 87).

Фьюжн (fusion) толкуется в словаре как «слияние», «объединение» (там же: 295).

Креативность (creativity) переводится как «творчество» (там же: 162).

Креатив / креативчик (creation) имеет следующее толкование в словаре: «создание, творение» (там же).

Креативный (creative) рассматривается в словаре как «творческий, созидательный» (там же).

Креатор / криэйтор / креативщик (creator) характеризуется словарём как «творец, создатель» (там же).

Сленговый глагол «креативить» (to create) переводится как «создавать, творить» (там же).

Однако каждая из приведённых лексем получила дополнительное значение в русском языке, отличающееся от

исходного, и активно используется в языке наряду со значениями, зафиксированными в двуязычных словарях.

В данной статье мы остановимся более подробно на разграничении понятий «брутальный», «творческий» и «креативный», поскольку англоязычные заимствования «брутальный» и «креативный» являются самыми употребительными на современном этапе развития русского языка и рассматриваются, на наш взгляд, уже как модное клише, избитый штамп, без которого невозможно представить ни одно высказывание.

Приведём примеры выражений, содержащих лексическую единицу «креативный»: *креативный менеджер, креативный редактор, креативный кондитер, креативный юрист, креативный человек, креативная личность, креативный маркетинг, креативный минимализм, креативный мыслительный процесс, креативный успех, креативная реклама, креативное интенсивное обучение английскому языку, креативный коньяк, креативный наркотик, креативный отдел, креативный пример, креативные способности, креативное действие, креативное творчество* и т.д. (по материалам Интернет-сайтов).

Проанализировав предложенные высказывания, можно сделать вывод, что новейшее модное слово «креативный» и производные от того же иностранного корня используются в разных сферах деятельности, а незнание семантического значения данного слова приводит к созданию абсурдных выражений, например: *креативный коньяк, креативный наркотик* и др., что усложняет понимание русской речи у иностранных студентов.

На первый взгляд учащимся кажется, что иностранная лексическая единица по значению тождественна исконно русскому слову «творческий», поэтому в продуцируемом ими высказывании данное «модное слово» может быть заменено на прилагательное «творческий» без изменения смысла. Взяв за основу идею выдающегося русского лингвиста Льва Владимировича Щербы о том, что в языке нет слов-дублетов (абсолютных синонимов), а есть наше плохое знание языка (Л.В. Щерба 1974: 9), можно предположить, что появление прилагательного «креативный» не случайно, оно вошло в русскую речь в определённый момент и стало использоваться для обозначения нового феномена, который нельзя было определить исключительно словом «творческий».

Прилагательное «креативный» возникло в сфере рекламного бизнеса, дизайна для наименования творческой составляющей

рекламной коммуникации, а впоследствии стало часто употребляться в повседневной жизни, где получило своё значение, отличающееся от того смысла, что содержится в английском слове “creative” (творческий, созидательный).

Понятия «творческий» и «креативный» не являются синонимичными, взаимозаменяемыми, несмотря на то, что в основе своей имеют одно и то же действие – создание нового.

Впервые прилагательное «креативный» было зафиксировано в 2007 году в Современном словаре по общественным наукам и определялось как «творческий, ищущий и создающий что-то новое» (Современный словарь по общественным наукам 2007: 204).

Изучив семантику выбранного для анализа прилагательного «креативный» в «Самом новейшем толковом словаре русского языка XXI века» под редакцией Е.Н. Шагалова (2011), «Толковом словаре современного русского языка» С.И. Ожегова (2011), а также в «Новейшем словаре иностранных слов» (2009), в «Словаре иностранных слов» под редакцией К.Б. Васильева (2010) и в «Большом словаре иностранных слов» (2011), можно заключить, что все значения лексемы «креативный» совпадают. Приведём ниже её суммарное значение.

Креативный – «творческий, созидательный, новаторский, ищущий и создающий что-либо новое».

Прилагательное «творческий» в указанных толковых словарях рассматривается как «относящийся к мыслительной, созидательной деятельности, имеющий инновационные элементы».

Таким образом, проанализировав описание данных лексических единиц в словарях, следует отметить, что прилагательные «креативный» и «творческий» имеют тождественные значения.

Однако английское слово “creative” имеет разные смысловые оттенки в русском переводе, на что нужно обращать особое внимание на занятиях по русскому языку в иностранной аудитории.

Когда мы говорим о человеке на английском языке, что он “creative”, то мы вкладываем в эту лексему всю совокупность значений: и творческий, и креативный, и созидательный. В современном же русском языке, чтобы назвать человека “creative”, нам приходится подбирать прилагательное, соответствующее описываемой ситуации.

Так, основное отличие слов «креативный» и «творческий», по нашему мнению, состоит в следующем:

Креативный – это свойство, качество личности, имеющей нестандартное, мышление, нестандартный подход к выполнению поставленной задачи; это способность взглянуть на вещи с необычной точки зрения, рассказать об обычном «уникальным» языком.

Прилагательное «творческий» указывает на процесс и имеет духовную основу. Творчество зависит от таланта и мастерства человека, а креативности, на наш взгляд, можно научиться.

Творческие люди (художники, писатели, фотографы и др.) реализуются через различные виды творчества, для них главным является сам процесс, а не конечный результат. Креативные люди (маркетологи, дизайнеры, люди бизнеса и т.д.) мыслят нестандартно, нацелены на результат, и их «творчество» материально окрашено.

Таким образом, как нам кажется, объединяющей семой для рассматриваемых прилагательных является слово «созидательный» - «создающий что-нибудь новое». А лексемы «креативный» и «творческий» являются не взаимозаменяемыми словами, а взаимодополняющими понятиями, причём одно не исключает другого.

Рассмотрим следующий пример.

Заимствованное слово «брутальный» в Современном толковом словаре русского языка трактуется как «грубый, жестокий» (Ефремова 2000: 52) и имеет резко отрицательную окраску. В данном значении прилагательное «брутальный» сохранилось в словосочетаниях «брутальное поведение», что означает грубое поведение, направленное против других, и предполагает управление окружающими и угнетение другого человека, и «брутальный поступок» как «нагло-жестокий поступок».

В последнее время в русском языке слово «брутальный», «брутальность» получило положительную окраску, в котором отсутствует сема «грубый, жестокий». Так, выражение «брутальный мужчина» характеризует мужественного, сильного, волевого мужчину, с особым мужским очарованием, который имеет твёрдость в характере. Называя мужчину «брутальным», мы делаем ему комплимент, подчёркиваем, что он «человек слова».

Изменение в семантике слова «брутальный», которое имеет теперь положительное значение, отражается в использовании

анализируемой лексической единицы со следующими существительными: *брутальный мачо, брутальный красавец, брутальный праздник, брутальный сайт, брутальный ангрейд, брутальный брутал, брутальный лидер, брутальный браслет, брутальный смартфон* и др. (по материалам Интернет-сайтов).

Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что активно вошедшие в речь русского человека «модные слова» с иностранным корнем и их производные, объединённые нами в группу III, отличаются от исходных значений английских слов, что необходимо объяснять студентам-иностранцам, владеющим русским языком на уровне C1 – C2.

Изучение новой заимствованной лексики, её значение и употребление – актуальная задача обучения иностранных учащихся. На занятиях по русскому языку студентам необходимо объяснять, с какой целью при изложении мысли используется заимствованное слово вместо родного, почему, например, «консенсус» предпочтительнее «согласия» в определённых ситуациях общения. Преподаватель должен уметь профессионально истолковать основные причины неоднозначно оцениваемого процесса заимствования иностранных слов, рассказать о социально-психологических условиях, в которых происходит данный процесс. Нужно научить студента правильно и уместно пользоваться заимствованной лексикой, поэтому на занятиях по русскому языку следует обращать внимание студентов не только на значение заимствованных слов, но и на их сочетаемость, системно-языковые отношения с синонимами, антонимами, а также на тематическое включение иноязычных слов в родственные лексические группы.

Работу над заимствованиями необходимо постоянно проводить на занятиях по русскому языку, знания которых, несомненно, помогут обогатить и расширить словарный запас учащихся. Это могут быть задания различного характера, способствующие не только распознаванию заимствованной лексики, но и её активному использованию как в устной, так и в письменной речи.

Приведём некоторые примеры упражнений, направленные на работу с заимствованными словами в иностранной аудитории.

Задание 1. *Замените следующие понятия иноязычными словами.*

1) средства массовой информации; 2) болельщик; 3) специалист, проводящий операции по купле-продаже; 4) краткий срок, к которому должно быть выполнено то или иное задание; 5) обновление, модернизирование чего-либо; 6) любое информационно значимое или содержательное наполнение информационного ресурса.

Задание 2. *Напишите предложения с данными ниже иноязычными словами. Оправдано ли, на ваш взгляд, употребление следующих заимствований в современном русском языке?*

1) роуминг; 2) демпинг; 3) блокбастер; 4) прайм-тайм; 5) пазл; 6) копирайтер.

Задание 3. *Дайте толкование следующих иностранных слов и определите, к каким сферам они принадлежат.*

1) саммит; 2) дайджест; 3) шоп-тур; 4) брифинг; 5) блог; 6) паркинг.

Задание 4. *Замените заимствованные слова русскими эквивалентами.*

1. Созданием имиджа селебрити занимаются профессионалы. 2. Последнее время популярность шоу-румов растёт с каждым днём. 3. В список вошли все лауреаты и номинанты премии «Золотая машина» за приквел, сиквел и ремейк. 4. Здесь Вас ждёт модный шопинг, интересные и эксклюзивные презенты, сезонные распродажи, промо-акции, event-мероприятия, супер развлечения и много других интересных вещей. 5. Аскетичная брутальная люстра для высоких потолков идеально подойдёт для кухни и прихожей. 6. На должность ресепшениста назначается лицо, имеющее среднее профессиональное образование и опыт офисной работы не менее трёх лет.

Задание 5. *Прочитайте фрагменты текстов. Найдите в предложенных для анализа текстах заимствованные слова, выпишите их и определите значение данных слов. Выскажите своё мнение о необходимости использования иностранных лексем в следующих текстах.*

Текст 1

Facebook и «Вконтакте» позволяют мгновенно видеть френдленту, посылать приватные и публичные сообщения, выходить на друзей

своих друзей, отыскивать интересующих нас персон, общаться в чате в режиме online. В России у Facebook около 5 миллионов пользователей (по материалам журнала "Psychologies", июнь 2012).

Текст 2

Эксклюзивный шоу-рум Andrew Martin в Москве представляет коллекцию мебели и предметов интерьера знаменитого и всегда оригинального английского бренда, а также удивительные интерьерные аксессуары и артефакты со всего света (по материалам сайта www.deluxinterior.ru).

Задание 6. *Согласны ли вы с тем, что заимствованные слова, имеющие аналоги в русском языке, загрязняют речь носителей языка? Обоснуйте свой ответ.*

Задание 7. *Напишите эссе на одну из предложенных тем:*

1. Роль англицизмов в современном русском языке.
2. Может ли русский язык обойтись без заимствованных слов?

Предложенная система упражнений, на наш взгляд, может быть использована как на занятиях по письму, лексике, грамматике и языку СМИ, так и на занятиях по устной речи и чтению с иностранными учащимися, в частности, со студентами программы "Flagship" при изучении темы «Русский язык».

Процесс заимствования вечен, без заимствованных слов трудно приобщиться к мировой культуре. Заимствованная лексика из английского языка является ярким признаком сегодняшнего языкового развития русского языка. Новыми англицизмами часто заменяются уже «обрусевшие» французские слова, например, вместо «экран» теперь говорят «дисплей», слово «аниматор» пришло на смену слову французского происхождения «мультипликатор». Как и в большинстве стран мира, США в сознании россиян, особенно молодёжи, всё более укореняются в качестве центра, который производит модные и привлекательные технические средства, создаёт образцы и стандарты жизненного уровня, эталоны культуры, вкусы, манеры поведения и общения, поэтому носители русского языка всё чаще используют в своей речи англицизмы, которые не всегда оправданы. Иноязычные слова, употребляемые без необходимости, загрязняют язык, делают речь

непонятной. Однако разумное использование заимствованных слов в русском языке, например, для замещения лакун, существующих в наименовании новых предметов, понятий и явлений, связанных с быстрым развитием и распространением информационных технологий (например, сканер, файл, сайт, Интернет и др.) или с появлением спортивных занятий, ставших модными в последнее время (например, боулинг, фитнес и т.д.), обогащает речь, придаёт ей большую точность. Неоправданное употребление слов англоязычного происхождения часто требует специальной расшифровки, семантизации средствами родного языка. Подобная лексика, как нам кажется, засоряет русский язык и может быть легко заменена русскими аналогами (например, хэндмейкер, девелоперский, блокбастер, шоу-рум, тинейджер, продакшн, фешенебельный и др.).

Как отмечает Вл. Новиков, «слова приходят и уходят, а красота языка сохраняется во все времена» (Вл. Новиков 2011: 6). При выборе слова следует быть особенно осторожным, у говорящего должно сохраняться чувство меры и стиля, а «модные слова» стоит употреблять лишь в том случае, если они уместны в разговоре, отражают описываемую ситуацию и не лишают высказывание всякого смысла. «Модные слова, как модная одежда, – при отсутствии вкуса смотрится гораздо хуже классических фасонов» (там же), об этом нужно помнить и присматриваться к словам-новинкам, прежде чем активно и без необходимости использовать их в своей речи.

Литература

1. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов.– Владивосток: Диалог, 1997. – 156с.
2. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык конца XX столетия. – М.: Просвещение, 1996. – 391с.
3. Щерба Л.В. Опыт общей теории лексикографии // Избранные труды по языкознанию и фонетике. – Л.: ЛГУ, 1974. – 187с.

Словари

1. Булыко А.Н. Большой словарь иностранных слов. 35 тысяч слов. 3-е изд., испр., перераб. – М.: Мартин, 2011. – 704с.

2. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка. В 3х томах. Том 1. – М.: АСТ, Астрель, 2000. – 1168с.
3. Мюллер В.К. Большой англо-русский словарь. В новой редакции / Complete English-Russian Dictionary: New edition. – М.: Цитадель-Трейд, Вече, 2010. – 832с.
4. Новейший словарь иностранных слов. 2-ое изд., испр. – М.: Айрис-Пресс, 2009. – 512с.
5. Новиков Вл. Словарь модных слов. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2011.– 256с. – (Словари для интеллектуальных гурманов).
6. Ожегов С.И. Толковый словарь современного русского языка. 27-е изд., испр. – М.: Оникс: Мир и образование: Астрель, 2011. – 1360с.
7. Словарь иностранных слов / Под ред. К.Б.Васильева – СПб.: Авалонъ: Азбука-классика, 2010. – 384с.
8. Современный словарь по общественным наукам / Под общ. ред. О.Г.Данильяна, Н.И.Панова. – М.: Эксмо, 2007. – 528с. – (Образовательный стандарт XXI века).
9. Шагалова Е.Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века: ок.1500 слов. – М.: Аст: Астрель: Полиграфиздат, 2011. – 413с.