

УДК 81'373.45 : 070

ББК 81.03

Ф 91

Фролова О.А.

Преподаватель кафедры русского языка для иностранных учащихся Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета, e-mail: olgaf87@mail.ru

**Роль электронных изданий в пополнении русского языка
иноязычной лексикой
(Рецензирована)**

Аннотация:

Рассматривается процесс заимствования иноязычной лексики в текстах электронных средств массовой информации. Актуальность проблемы заимствования обусловлена интенсивностью этого процесса в настоящий момент. Сетевые издания являются проводником новейшей иноязычной лексики в русский язык, что подтверждает анализ используемой в текстах электронных средств массовой информации лексики и сфер ее употребления. Компонентный метод исследования позволил выявить наиболее частотные и многочисленные группы новейшей иноязычной лексики, соотносящиеся с такими сферами, как «экономика и финансы», «спорт», «туризм», «компьютерные технологии и техника», «искусство», «фэшн-индустрия». В результате установлено, что оперативность сетевых изданий способствует скорейшему проникновению в русский язык иноязычной лексики, чаще всего английского происхождения. Новообразования прочно входят в нашу речь и расширяют лексическую систему современного русского языка, что обуславливает как теоретическую, так и практическую значимость нерегламентированного словотворчества.

Ключевые слова:

Иноязычное слово, электронное издание, электронные СМИ, заимствование, современный русский язык.

Frolova O.A.

Lecturer of the Department of Russian for Foreign Pupils, Institute of Philology, Journalism and Cross-Cultural Communication, Southern Federal University, e-mail: olgaf87@mail.ru

**The role of electronic editions in replenishment
of the Russian language by loan words**

Abstract:

The paper examines loan words in the language of electronic mass media. The paper shows that the problem of the borrowing of foreign words is relevant. A proposition is made that the intensity of the process of borrowing is very high. The goal of the research is to establish whether or not network editions help recent borrowings to penetrate into Russian. The author analyzes loan words used in the texts of electronic media and shows the spheres of this use. The component method was used to identify that most frequent and numerous are groups of modern foreign words, which relate to spheres such as «economy and finance»,

«sport», «tourism», «computer technology and equipment», «art» and «fashion industry». The conclusion is drawn that efficiency of network editions promotes speedy penetration of loan words into Russian. It is inferred that foreign words are mostly words of English origin. New loan words are included strongly into our speech and expand lexical system of modern Russian that causes both the theoretical and practical importance of independent word creation.

Keywords:

Loan word, electronic edition, electronic mass media, borrowing, the Russian modern language.

Развитие Интернета совершило революцию на рынке масс-медиа: появился новый вид СМИ – электронные средства массовой информации, к которым относятся периодические издания, выходящие под постоянным названием на протяжении года, в которых информация представлена в форме электронных (цифровых) данных [1]. Наиболее широкое распространение термин «электронная газета» получил в 1990-е гг., когда электронной газетой фактически стали считать воспроизведенные на экране тексты с относительно оперативной информацией. В это же время в России электронные сети становятся новым видом СМИ [2].

Тенденция к вытеснению традиционного источника получения информации электронными медиа каждый год усиливается [3: 42]. Новый способ доставки информации отличается не только скоростью, но и отсутствием периодичности, свойственной печатным СМИ, - новости в Интернете появляются круглосуточно, причем немаловажным преимуществом сетевых газет является быстрое обновление информации – любое значимое событие мгновенно находит отражение в новостной ленте, в то время как информация, размещенная в печатной прессе, очень быстро устареет. В связи с этим читательская аудитория в поисках самой актуальной информации переключает свой интерес на электронные СМИ. Возможно, популярность интернет-газет связана также и с экономией времени, т.к. обратиться к ним мы можем в любое время и нет необходимости тратить время на их покупку.

Не секрет, что значимость текстов СМИ в общественном сознании очень велика, что обуславливает их влияние на развитие современного языка. Новообразования, привнесенные в язык средствами массовой информации, прочно входят в нашу речь. Расширение лексической системы происходит за счет появления новых слов путем активного иноязычного заимствования и бурного, нерегламентированного словотворчества [4: 192]. По нашему мнению, быстро обновляемые электронные СМИ должны с такой же быстротой воспринимать и сверхновую иноязычную лексику. Отсюда и цель данной статьи - установить, являются ли электронные издания проводником новейшей иноязычной лексики в русский язык. Перед нами стоят следующие задачи: 1) проанализировать используемую в тестах электронных СМИ иноязычность, 2) представить сферы, в которых преобладает новейшая иноязычная лексика. Исследуются тексты сетевого издания, входящего в тройку самых цитируемых по данным информационно-аналитической системы «Медиалогия» за март 2015 г., - www.gazeta.ru.

Наблюдаемые на сегодняшний день изменения в словарном составе русского языка главным образом связаны с социокультурными переменами в жизни общества. Сегодня использование иностранной лексики характерно для многих сфер нашей жизни. Рассмотрим иноязычную лексику на примере текстов различных по тематике:

- *коллектор*. Эта лексема находит применение в разных сферах нашей жизни

ни, она употребляется в технике, физике и др. И главным образом обозначает что-либо собирающее (от нем. *Kollektor* < лат. *colligere* собирать), например, это широкий канал, труба для отвода жидкостей и газов или рабочий геологической партии, собирающий и хранящий образцы горных пород [5]. В начале XXI в. с развитием кредитной банковской системы у этой лексемы появляется новое значение, пока еще не закрепленное словарями: *коллектор* – лицо, представляющее коллекторское агентство, основной деятельностью которого является сбор просроченной задолженности (как правило, по банковским кредитам). Коллекторские услуги представляют собой комплекс действий, направленных на мотивирование должников к погашению задолженности в пользу кредиторов, а также взыскание такой задолженности в принудительном порядке.

В газетных текстах мы находим следующие примеры: *Прокуратура Москвы разрешила коммунальным компаниям передавать информацию о должниках коллекторам* (<http://www.gazeta.ru/business/>, 14.11.2014), *Уполномоченный по правам человека в России Элла Памфилова сообщила о «тревожной ситуации», которая вызвана деятельностью коллекторских агентств... По официальным данным, за первый квартал 2015 года банки продали долгов коллекторам на 185 млрд руб.* (<http://www.gazeta.ru/business/>, 06.05.2015);

- *дабл-дабл* – от англ. *double-double* - «двузначная результативность баскетболистов в двух показателях в одном матче». Например, 15 передач, 12 блокшотов (по материалам сайта Википедия). В данном случае нам пришлось воспользоваться сайтом Википедия, т.к. термин *дабл-дабл* в словарях еще не зафиксирован: *Дабл-дабл Райса помог «Химкам» переиграть «Астану»* (<http://www.gazeta.ru/sport/>, 13.12.2014);

- *сейв* - от англ. *save*, «спасать». Отражение вратарем опасного удара, кото-

рый мог привести к голу (по данным сайта Википедия). Термин *сейв* на сегодняшний день также не закреплен в словарях: *...за несколько секунд до этого голкипер «ястребов» Антти Раанта, заменяющий в воротах травмированного «первого номера» Кори Кроуфорда, совершил решающий сейв...* (<http://www.gazeta.ru/sport/>, 06.12.2014);

- *трансфер* - от англ. *to transfer* - «переносить, перемещать». Этот термин используется в разных сферах: банковской, туристической, психологической, спортивной и др. На сегодняшний день в словарях зафиксировано понимание термина *трансфер* лишь в области финансов и психологии. Трансфер в понимании спортивных команд представляет переход игроков из одной команды или спортивного клуба в другой. При этом выплачивается вознаграждение игроку или клубу за трансфер (по данным сайта Википедия): *«Спартак» и «Интернасьонал» достигли договоренности о трансфере Барриоса* (<http://www.gazeta.ru/sport/>, 13.12.2014).

В туристической же среде понятие *трансфер* означает перевозку пассажира (туриста или делового путешественника) из аэропорта, вокзала или другого условленного места к гостинице или другому заранее согласованному месту (по материалам сайта Википедия): *Мы пытаемся применить европейский опыт использования туристских информационных центров, поскольку в Европе эти центры облегчают жизнь туристам: они комплексно и бесплатно дают информацию о трансфере, размещении, компаниях и маршрутах* (<http://www.gazeta.ru/lifestyle/>, 20.11.2014);

- *гестхауз/гестхаус* – от англ. *guesthouse* - «гостевой дом». Гостевые дома (гестхаусы) представляют собой бюджетный вариант размещения для туристов, который напоминает дешевый отель. Гестхаус является частным домовладением, которое сдается в аренду. В основном гостевые дома представ-

ляют собой здания с двумя-тремя этажами с небольшой свободной внутренней площадью и прилегающей территорией. В таком доме насчитывается 20-30 комнат. Как правило, хозяин дома сам проживает в этом же доме. Основными местами сосредоточения гостевых домов считаются экзотические направления и страны – Бали, Гоа, Таиланд, страны Карибского бассейна. Также они довольно часто встречаются на российском черноморском побережье (по материалам сайта www.turistke.ru): *Несколько раз мы ошибались с выбором гестхауза и останавливались в душных неуютных местах с несвежим бельем* (<http://www.gazeta.ru/lifestyle/fotoputeshestvia/>, 22.09.2014);

- *лагать* (этот глагол образован от существительного *лаг* (англ. *lag* – «задержка, запаздывание»), которое используется для обозначения задержки в работе компьютерного приложения, когда оно не реагирует на пользовательский ввод вовремя) – медленно работать, работать с перебоями (по материалам сайта Википедия): *Но все же есть у интерфейса один огромный недостаток: он слишком неторопливый. И дело даже не столько в том, что он лагает и тормозит, нет. Он просто работает неспешно, как человек, который долго надевает пиджак: сначала один рукав, затем второй, потом еще застегивает... Хотя ничто не мешает ему накинуть его на плечи и пойти* (<http://www.gazeta.ru/tech/>, 13.12.2014);

- *скриншот* - англ. *screenshot* – «снимок экрана». Изображение, полученное компьютером и показывающее в точности то, что видит пользователь на экране монитора или другого визуального устройства вывода (по материалам сайта Википедия): *Другая возможность – мгновенный вывод скриншотов на второй экран... В итоге можно будет просматривать все скриншоты, отправленные на этот экран, переключаясь между ними стрелочками внизу экран* (<http://www.gazeta.ru/tech/>, 03.12.2014);

- *питчинг* – от англ. *pitch* - «выставлять на продажу». Презентация кинопроекта с целью нахождения инвесторов, готовых финансировать этот проект (по материалам сайта Википедия): *В Минкультуры начался питчинг — презентация и защита проектов игрового авторского и экспериментального кино, претендующего на господдержку, сообщает ИТАР-ТАСС* (<http://www.gazeta.ru/culture/>, 28.05.2014);

- *спин-офф* – от англ. *spin-off*, сокр. от *commercial spin-off* - «коммерческая раскрутка». Художественное произведение (книга, фильм, компьютерная игра, комикс), являющееся производным по отношению к другому, уже существующему произведению и эксплуатирующее его популярность, признание или коммерческий успех за счёт использования каких-либо элементов – персонажей, событий или тем – игравших в произведении-предшественнике второстепенную роль. При выпуске спин-оффов предполагается, что они будут лучше, чем совершенно новые произведения, восприняты аудиторией, уже знакомой с персонажами и ситуационными аспектами (по материалам сайта Википедия): *У «Пингвинов Мадагаскара» ситуация с финансами близка к ужасной. Спин-офф популярной мультсериис с не менее популярной четверкой пингвинов на данный момент заработал во всем мире \$119 млн при 132-миллионном бюджете* (<http://www.gazeta.ru/culture/>, 07.12.2014);

- *свитшот* - от англ. *sweatshirt* – «толстовка, фуфайка». Кофта без молнии, с капюшоном на кулиске и карманом в стиле «кенгуру» на животе (по материалам сайта Википедия): *Сочетанием спортивного свитшота, к примеру, с атласной вечерней юбкой сегодня уже никого не удивит* (<http://www.gazeta.ru/lifestyle/>, 20.02.2014);

- *тренч/тренкот* – от англ. *trench coat*, букв. ‘траншейное пальто’. Модель дождевого плаща с неизменными атрибу-

тами: двубортный, с погонами и отложным воротником, манжетами, кокеткой, поясом и разрезом сзади. Обычно тренч выполнен из водонепроницаемого материала: шерстяной или хлопчатобумажной материи с водонепроницаемой пропиткой, иногда кожи (по материалам сайта Википедия): *Нередко дизайнерские и технологические разработки военного времени шагают в мирную жизнь и остаются там надолго — взять хотя бы такие вещи, как кардиган, тренч или дафлкот, изначально придуманные для комфорта солдат и офицеров* (<http://www.gazeta.ru/lifestyle/>, 20.02.2014);

- дафлкот – от англ. *duffle coat*. Однорядное пальто прямого силуэта длиной три четверти из плотной шерстяной ткани с капюшоном. Помимо капюшона отличительными чертами дафлкота являются оригинальная застёжка на четыре крупные деревянные или костяные пуговицы «моржовый клык» через петли из кожи или текстильного шнура, чтобы было удобно застёгивать и расстёгивать пальто в перчатках, подкладка в клетку-шотландку, а также боковые глубокие накладные карманы прямоугольной формы с клапанами (по материалам сайта Википедия): *Одной из ключевых тем будущего сезона стал дафлкот (пальто-бушлат с большими навесными петлями и крупными пуговицами, перекочевавшее в повседневный стиль из военно-морской амуниции) в самых различных вариациях – от удлиненных пальто до стилизованных под дафлкот коротких пиджаков и курток* (<http://www.gazeta.ru/lifestyle/>, 12.03.2014).

Приведенные примеры – это лексика, характерная для сферы экономики и финансов, спорта, туризма, компьютерных технологий и техники, искусства, моды и красоты (сфера фэшн-индустрии).

Конечно, иноязычность встречается не только в вышеперечисленных областях. Мы же постарались показать те сферы, в которых употребляется новейшая иноязычная лексика.

Проанализировав данные примеры, можно сделать следующие выводы:

1. Большое количество иноязычных лексем, используемых в текстах электронных СМИ, на сегодняшний день не зафиксировано в словарях русского языка. Это дает нам возможность говорить, что оперативность сетевых изданий способствует скорейшему проникновению в нашу речь новейшей иноязычной лексики.

2. В силу того, что сегодня наша жизнь тесно связана с зарубежьем, иноязычная лексика преобладает во многих сферах русского языка. Достаточно представительными в количественном отношении являются группы новейшей иноязычной лексики, которые относятся к таким областям, как «экономика и финансы», «спорт», «туризм», «компьютерные технологии и техника», «искусство», «фэшн-индустрия». Следует отметить, что в сферах туризма и фэшн-индустрии интенсивность процесса заимствования на сегодняшний день очень велика.

3. Актуальная иноязычная лексика в большинстве своем является словами английского языка, что соответствует сложившемуся в русистике представлению об английском языке как об одном из основных источников заимствования.

Исследуя современные СМИ, нетрудно заметить, что проблема заимствования иноязычной лексики на сегодняшний день очень актуальна. Уместность употребления иностранных слов должна быть тщательно продумана, ведь перегруженные словами иноязычного происхождения тексты могут быть непонятны читателям, а в некоторых случаях вызвать негативную реакцию.

Примечания:

1. Официальная терминология. Академик.ру: словари и энциклопедии на Академике. URL: <http://official.academic.ru/30355/> (дата обращения 25.04.2015).
2. Мишина Л.А. Связи с общественностью. URL: <http://www.be5.biz/ekonomika/m009/28.htm> (дата обращения 25.04.2015).
3. Ляпун С.В., Сайфутдинов Р.А. Он-лайн версии печатных СМИ в аспекте медиалингвистики // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2014. Вып. 3. С. 41-45.
4. Беданоква З.К. Рекламный текст как отражение активных процессов в лексической системе русского языка // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2006. Вып. 1. С. 192-194.
5. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. 2008. URL: [https://slovari.yandex.ru/~книги/Толковый словарь иностранных слов/](https://slovari.yandex.ru/~книги/Толковый_словарь_иностранных_слов/) (дата обращения 25.04.2015).

References:

1. The official terminology. Akademik.ru: dictionaries and encyclopedias on Akademik. URL: <http://official.academic.ru/30355/> (the date of access 04.25.2015).
2. Mishina L.A. Public relations. URL: <http://www.be5.biz/ekonomika/m009/28.htm> (the date of access 04.25.2015).
3. Lyapun S.V., Saifutdinov R.A. The online versions of the print media in terms of medialogistics // Bulletin of the Adyghe State University. Ser. Philology and the Arts. 2014. Issue 3. P. 41-45.
4. Bedanokova Z.K. The advertising text as a reflection of active processes in the lexical system of the Russian language // Bulletin of the Adyghe State University. Ser. Philology and the Arts. 2006. Issue 1. P. 192-194.
5. Krysin L.P. The explanatory dictionary of foreign words. 2008. URL: [https://slovari.yandex.ru/~книги/Толковый словарь иностранных слов/](https://slovari.yandex.ru/~книги/Толковый_словарь_иностранных_слов/) (the date of access 04.25.2015).