

## РУССКО-АНГЛИЙСКОЕ ДВУЯЗЫЧИЕ

Кириченко Д.А.

г. Улан-Удэ, МАОУ «СОШ № 1», 10 класс

Руководитель: Цыпылова О.В., г. Улан-Удэ, МАОУ «СОШ № 1»

В нашей стране принято говорить о русско-национальном двуязычии, когда русский язык является родным языком, а человек владеет еще и языком национального меньшинства, и национально-русском двуязычии, когда родным языком является какой-либо национальный язык плюс владение русским языком в качестве второго. Но есть довольно много билингвов, владеющих наравне с русским каким-либо иностранным языком. К ним относятся преподаватели иностранных языков, переводчики, журналисты, дипломаты и т.д. Изучение иностранного языка в школе, университете или на курсах, а также самостоятельно, позволяет многим считать себя двуязычными. Узнав об этом, у меня возникли такие **вопросы**:

1. Как происходит проникновение иностранных слов в русский язык?

2. Какова роль рекламы в распространении англицизмов (английских слов) и их вхождении в русский язык?

3. Какова роль Интернета в этом процессе?

4. Как литература влияет на распространение англицизмов?

5. Имеются ли заимствования в культуре?

Все это повлияло на выбор **темы исследования «Русско-английское двуязычие»**. Выбор данной темы обоснован ее **актуальностью**, тем что в современном русском языке в настоящее время используется много англицизмов. Исследование направлено на поиск ответов на поставленные вопросы.

**Объект исследования** – русско-английское двуязычие.

**Предмет исследования** – особенности развития русско-английского двуязычия и его влияния на нашу культуру.

**Цель** – исследовать развитие русско-английского двуязычия и его влияние на культуру. В соответствии с данной целью в работе предполагается решить следующие **задачи**:

1. Изучить литературу по теме исследования.

2. Проанализировать и классифицировать собранный речевой материал.

3. Определить степень заимствования англицизмов в русском языке.

4. Выявить процесс влияния русско-английского двуязычия на русскую культуру.

5. Провести анкетирование.

6. Сделать выводы.

**Новизна** исследовательской работы заключается в самостоятельном решении поставленных цели и задач, а также введении в оборот нового материала.

**Практическая ценность** исследования заключается в использовании материалов исследования в процессе обучения английскому языку. Данная работа поможет повысить интерес к изучению иностранного языка и будет способствовать расширению кругозора.

Исследование проводилось следующими **методами**:

- сбор материала;
- анкетирование;
- анализ и систематизация материала;
- сравнение полученных данных;
- обобщение.

Источники:

При подготовке работы были использованы различные источники:

– материалы газет и журналов («Молодёжь Бурятии», «Московский комсомолец в Бурятии», «Аргументы и факты», «Elle Girl», «Все звёзды» и др.);

– материалы Интернет-ресурсов: <http://www.gramota.ru>; <http://www.phil.pu.ru>; [http://www.iriss.ru/display\\_epublication](http://www.iriss.ru/display_epublication)

– визуальный источник – наружная реклама в г. Улан-Удэ;

– материалы социологического опроса (приведены в тексте);

– материалы консультаций со специалистами Бурятского научного центра доктором филологических наук Г.А. Дырхеевой и кандидатом филологических наук Н. Даржаевой;

– материалы онлайн-консультации с доктором А. Киселевой из Пенсильванского университета (University of Pennsylvania, USA).

**Обзор литературы**

Среди всех преподаваемых и изучаемых иностранных языков в России первое место занимает английский язык. О русско-английском двуязычии имеется немало информации в книгах и в Интернете. Начнем с того, что в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» сформулировано понятие «многоязычия» (мультилингвизм, полилингвизм) как употребления несколь-

ких языков в пределах определенной социальной общности... Автором статьи Г.А. Зографом [1] подчеркнута, что «многоязычие чаще всего реализуется именно в форме двуязычия».

А.И. Дьяков в статье «Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке» указывает, что «внешние причины заимствования англицизмов «стыкуются» с внутренними». Это заметно в стремлении заменять целый русский описательный оборот одним англоязычным словом. Например, заппер (человек, непрерывно переключающий каналы телевизора), таггер (человек, делающий надписи и рисунки пульверизатором). А.И. Дьяков отмечает, что значительно увеличилось число русскоязычных людей, знающих английский язык. Нередко в речевой ситуации английское слово становится более престижным, чем русское. А употребление англицизма в речи авторитетного лица (или в рекламе) может стать толчком к его использованию в русской речи.

Н.И. Тонкова проанализировала англоязычные заимствования в русской рекламе. Она отмечает, что в рекламе бытовой техники англицизмами называют понятия, ранее не существовавшие в России. Бытовые приборы появились со своими собственными английскими наименованиями: стимер, роостер, триммер, пейджер, миксер, которые раньше не были знакомы носителям русского языка, но они укреплялись по мере распространения техники. От себя могу добавить такие слова, как фен, бойлер, тостер, шейкер, смартфон и другие.

О.Е. Сафонова в своей статье «Английский лингвистический компонент в языковой ситуации современной России» рассматривает различные варианты английского языка, использующиеся в нашей стране. А в статье А.А. Ривлиной говорится о необходимости углубления исследований об особенностях и лингвистических проблемах процесса формирования массового русско-английского билингвизма.

В целом, литературы на тему русско-английского двуязычия довольно много, но объем доклада не позволяет рассмотреть большее количество работ. Познакомившись с литературой, я убедилась в том, что тема, выбранная мною для исследования, очень интересна, актуальна и требует дальнейшей разработки, поскольку процесс заимствования продолжается.

#### **Основная часть**

В последнее время возросло влияние английского языка как средства общения, как языка современных компьютерных тех-

нологий и средств массовой информации. Расширяется международное сотрудничество, углубляются деловые контакты в области экономических и культурных связей, увеличивается возможность общения с населением других стран. С каждым днём растёт число различных текстов на иностранном языке, иностранной литературы, газет, документации. Но переводная литература не успевает за информационным взрывом, поэтому интерес к информации непосредственно из языка-источника усиливается. Знание иностранных языков становится всё более необходимым для получения точной и быстрой информации.

Во Введении поставлены вопросы, на которые необходимо найти ответы.

*Как происходит проникновение иностранных (английских) слов в русский язык?*

Современный мир живёт в условиях глобализации, которая охватывает различные сферы человеческой жизнедеятельности. Она проявляется не только в экономике, но занимает особое место в политической, культурной жизни и правовых отношениях граждан многих стран мира. Здесь особое положение занимает информатизация общества. Средства массовой коммуникации, в том числе сеть Интернет, спутниковая связь, позволяют своевременно и эффективно решать сложившиеся проблемы, заключать сделки и т.п. Английский язык играет важную роль в процессах глобализации.

Именно поэтому в русском языке в последние десятилетия появились многочисленные английские заимствования для обозначения понятий в различных сферах жизни российского общества. Это, прежде всего, заимствования для понятий, ранее отсутствовавших в нашей стране. Например, банкомат, брокер, дистрибьютер, менеджер, дилер, риэлтер, спонсор. Некоторые из этих названий получают дополнительное звучание, которого не было в оригинальном варианте: менеджер – это не просто продавец, а молодой продавец, который может рассказать о товаре. Были привнесены термины в области компьютерных технологий: Интернет, сайт, файл, провайдер, чаты, мейл, сервер, принтер, плоттер, презентация и т.д.; в области экономики и организации производства – менеджмент, маркетинг, промоушн, бренд, дефолт, секвестр и др.; для обозначения предметов материальной культуры: джакузи, ноутбук, диск, чизбургер, фастфуд; для новых музыкальных направлений: рэп, гранж, техно, рейв, хип-хоп, к-поп; для старых понятий с целью придания им большей престижности: фит-

несс (занятия физкультурой), аква-фитнесс (специальный вид физической активности в воде), шоппинг (поход за покупками), бутик – маленький магазин (эсклюзивность и качество товаров совсем необязательны), супермаркет – гастроном самообслуживания и т.д.

В русском языке появились заимствования смешанного типа, принадлежащие к молодёжной культуре: флайер – входной билет со скидкой или рекламный листок, квест (поиск, предмет поисков, поиск приключений) – это развлекательная игра для команды из нескольких человек, которые оказываются запертыми в помещении, фейс-контроль – (дословно «проверка лица») ограничение входа, выборочный отказ в обслуживании посетителей, тату – татуировка, пирсинг – прокалывание ушей, носа, бровей. Большое разнообразие косметики стало причиной заимствования из английского языка слов типа: мейк-ап (make up – макияж), консилер (concealer – карандаш-корректор), пиллинг-крем (peeling-cream – крем, убирающий верхний слой кожи), лифтинг-крем (lifting-cream – крем, подтягивающий кожу), спрей и др.

Всё перечисленное привело к появлению новых сфер использования английского языка и распространению пиджина. В Википедии даётся разъяснение: «пиджин (англ. pidgin) – упрощённый язык, который развивается как средство общения между двумя или более группами, не имеющими общего языка». Но в нашем случае мы можем сказать, что пиджин используется также между людьми, владеющими общим языком или даже языками. Появление пиджина способствовало принятию английской лексики при определённых темах разговора, а также проникновению англицизмов в язык средств массовой информации. Например, в газетных или журнальных публикациях можно встретить такие словосочетания: «несколько тинэйджеров», «отправь ему мессидж», «у нас сегодня суперэкшн» и т.д. Конечно, многим не нравится засилие иностранных слов в русском языке, но написанное понятно большинству прочитавших.

*Какова роль рекламы в распространении английских слов и их вхождении в русский язык?*

Реклама как одно из средств массовой информации играет большую роль в распространении англицизмов, способствует их вхождению в общеупотребительную лексику. К примеру, реклама новых видов спорта обращена к молодёжи, более знакомой с видами спорта, популярными на западе: снукер, пул (разновидности бильярдной игры), сквош (вид спорта с мячом и ракет-

кой в закрытом помещении), софтбол (командная игра с мячом, разновидность бейсбола), дайвинг (плавание со специальным снаряжением), серфинг (катание на волне на специальных досках).

В последнее время мы встречаем немало англицизмов в рекламе косметических услуг: шугаринг, пирсинг, лифтинг, пилинг, тату-макияж. Вероятно, рекламисты хотят подчеркнуть, что оказываемые услуги по качеству находятся на уровне мировых стандартов.

Интересно употребление английских слов в названиях фирм в г. Улан-Удэ: «Бест+» (best – лучший), «Рем Сервис», «Смарт Сервис», «Комп Expert» и т.д. В рекламе фирм: рольставни (roll «сворачивать в трубку»), сайдинг для фасадов (вместо привычного: облицовка), сайнмейкинг («заказ наружной рекламы») и т.д.

Обратимся к названиям улан-удэнских магазинов, кафе, гостиниц: «Technopoint» (дисконт-центр); «I love Pizza» (ресторан доставки пиццы), «Roasters» (гриль-бар), «Funky Monkey» (кафе), «Appetite» (столовая), «Вееллога» (пивная), «Coffeeln» (кофейня); «Байкал Plaza», «Reston Hotel», «Clean Hostel», «Оранж Хаус», «Victoria» (гостиницы).

Появились гибриды, включающие и русские, и английские слова и буквы: «Цветочный Bazaar» (магазин цветов), «Мастер'ОК» (магазин строительных материалов), «Берёзка», «Есо Vuuz» (кафе) и другие.

Если взять в руки газету с объявлениями о вакансиях, то можно увидеть множество профессий, уже ставших привычными – риелтер (посредник), мерчендайзер (продавец), инкаминг-менеджер (туроператор), диггер (землекоп), бэбиситтер (няня), догситтер (оказывающий услуги по уходу за собакой) и т.д.

Особый интерес представляет транспортная реклама, выполненная на трамваях и автобусах города. Она рекламирует бытовую технику, бытовую химию, спорттовары, стройматериалы, продовольственные товары, напитки, торговые центры, магазины, банки, лекарства, сотовую и телефонную связь. Здесь также встречается много англицизмов, начиная с напитка Coca Cola, заканчивая техникой LG.

*Какова роль Интернета в распространении англицизмов?*

Интернет приобретает все более значительную аудиторию, превращается в виртуальный университет, круглосуточный литературный салон, арену для дискуссий, электронный магазин, электронный аукцион, банк, офис и т.п. Использование Интернета сталкивается с такими проблемами, как языковой барьер и проблема общения между людьми, говорящими на разных языках.



Развитие компьютерных сетей привело к возникновению электронной языковой коммуникации через сервис World Wide Web (www), публикации в электронных журналах сети Internet, открытые обсуждения (open meeting, forum), переписка по электронной почте (e-mail), чаты (chat– Messenger, Viber, Telegramm), форумы (forum), общение в гостевых книгах (guest book) и другие формы языковой связи, которая осуществляется между людьми с помощью компьютера (computer-mediated communication).

В Интернете встречается много английских вкраплений как на латинице, так и на кириллице. Например: «Привет! Пришли мне file plz». Некоторые заимствования из английского языка употребляются на русском: зафиксировать (англ. to fix), юзать (англ. to use). Есть группа профессиональных слов и словосочетаний, которые можно отнести к жаргонным: батон (кнопка мышки), гроб (корпус компьютера), айболит (антивирусная программа Aidstest) и т.д. Некоторые исследователи отмечают, что «английский язык для программистов и пользователей из России стал лишь материалом для безграничного языкового творчества»: ичка (ICQ), куст (custom install), усер (user), филе (file).

Подростки и молодежь являются главными носителями современного сленга. Сленг – это также разновидность языка, прежде всего лексики, модной в молодёжных субкультурах. Язык молодёжи отличается непринужденностью, стремлением к нестандартному самовыражению. Это видно из приветствий и обращений: hey, hi; из прозвищ и названий: Bunny, Maus; из употребления наречий: totally, honestly, literally, absolutely.

Язык молодежи характеризуется преимущественно устной формой выражения, но часто обнаруживается и в письменной речи. Можно наблюдать употребление молодёжного языка в сети Интернет, а именно в чатах и на форумах, в социальных сетях и смс-сообщениях. В процессе письменного общения практически каждый участник коммуникации дополняет свое высказывание определёнными символами. Широкое распространение в Сети получило использование смайлов, передающих эмоции участников общения и своеобразных сокращений целых фраз. Например:



«I love you» – Пу; «For you» – 4you; «Пожалуйста» – plz и т.д.

*Как литература влияет на распространение англицизмов?*

Англоязычные вкрапления часто встречаются и в художественной литературе.

Возьмем, к примеру, перевод романа Сидни Шелдона «Мельницы богов», выполненный Т.А. Перцевой. В переводе дано приглашение на коктейль и ужин, которое завершается такой фразой: «RSVP по телефону 5556593», что означает «Просьба дать ответ об участии в мероприятии». Можно привести много примеров заимствований иностранных слов, в частности, английских, в русских переводах произведений художественной литературы.

В настоящее время можно говорить о возникновении в русском языке под влиянием английского новой словообразовательной модели, когда образуются сложные лексические единицы на базе двух независимых существительных, заимствованных из английского языка: бизнес-леди, рок-клуб, гей-бар, ток-шоу, дог-шоу. Поначалу они встречались в литературе, а позже закрепились в русском языке.

*Имеются ли заимствования в культуре?*

Заимствования в языке ведут за собой и заимствования в культуре. Мы позаимствовали не только отдельные слова, но и вещи, которые они обозначают. Мы также хорошо знакомы с многими англоязычными праздниками и традициями и перенесли их на родную почву (День Святого Валентина, Хэллоуин). Нами заимствуются не только предметы и понятия, слова их обозначающие, но и их значение. Говоря о Рождестве, вспоминаем Рождество католическое как особое время праздников и каникул, в отличие от русского Рождества, отмечавшегося раньше лишь один день.

В культурную сферу проникают бестселлеры, вестерны, триллеры, хиты, блокбастеры. «Деньги» в сознании большинства россиян стали ассоциироваться с долларами и евро, а не с национальной денежной единицей – рублем.

### Выводы

Изучение литературы, сбор собранного речевого материала и его анализ позволяют сделать следующие выводы. Английский язык как язык международного общения усиливает свое влияние, как во всем мире, так и в России. Как следствие взаимодействия русского и английского языков резко возросло число заимствований по сравнению с заимствованиями из других языков, возросли английские вкрапления в русской речи. Резкое увеличение англицизмов в русской речи свидетельствует о возрастающей тенденции не только процесса заимствования, но и процесса активизации русско-английского билингвизма. Думаю, что в будущем в нашей стране произойдет переход от стадии использования английского языка

в качестве иностранного к овладению им в ранге второго или третьего языка.

Проведённый социологический опрос во многом это подтверждает. Молодёжь с трудом может представить повседневную жизнь без английских заимствований. Большинству из опрошенных было сложно отличить исконные слова от заимствованных, что говорит о глубококом проникновении англицизмов в русский язык. Опрос также показал, что есть оправданные заимствования, которые заполняют собой пустые ниши в языке, они обозначают те понятия, для которых слов в языке ещё не придумано. Но есть и неоправданные заимствования. Увлечение англицизмами стало своеобразной модой, оно обусловлено созданными в обществе стереотипами и идеалами. Употребление большого количества неоправданных заимствований приводит к засорению русского языка. К негативным явлениям следует отнести появление «дублетов»: консалтинг – консультирование, шоп – магазин и др.

Но молодое поколение, в том числе, и учащиеся, не могут не использовать английские слова в своей речи, поскольку некоторые из этих слов уже давно проникли в русский язык. Я убеждена, что многие «сорные» слова постепенно отомрут. Так происходило и происходит во многих языках.

#### Список литературы

1. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке // Язык и культура. – Новосибирск, 2003. – С. 35–43.
2. Жукова И.Н. Словарь терминов межкультурной коммуникации / И.Н. Жукова, М.Г. Лебедево, З.Г. Прошина, Н.Г. Юзефович. – М., 2013.
3. Земская Е.А. Активные процессы в русском языке последнего десятилетия XX века // <http://www.gramota.ru>.
4. Зограф Г.А. Многоязычие / Г.А. Зограф // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой. – М., 1990.
5. Кабаки В.В. Язык мой, камо грядеши? Глобализация, «глобанглизация» и межкультурная коммуникация / В.В. Кабаки // Язык в парадигмах гуманитарного знания: XXI век. – СПб., 2009. – С. 78–97.
6. Кирилина А.В. Глобализация в аспекте лингвистики / А.В. Кирилина, Е.С. Гриценко, А.О. Лалетина // Вопросы психолингвистики. – 2012. – № 1 (15). – С. 8–37.
7. Крысин Л.П. «Дивный новый мир» российской рекламы: социокультурные, стилистические и культурно-речевые аспекты // <http://www.gramota.ru>
8. Ривлина А.А. О некоторых особенностях и лингвистических проблемах процесса формирования массового русско-английского билингвизма / А.А. Ривлина // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – Хабаровск. – 2013. – № 1 (37). – С. 61–66.
9. Сафонова О.Е. Английский лингвистический компонент в языковой ситуации современной России // Теоретическая и прикладная лингвистика. Вып. 2. Язык и социальная среда. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – С. 68–77.
10. Смирнов Ф. Научные стили речи в компьютерном дискурсе // Мир персонального компьютера. – 2004. – № 4.
11. Тонкова Н.И. Англицизмы в современной российской рекламе – состояние и перспективы // Англистика в XXI веке. 22–24 ноября 2001 г. // <http://www.phil.pu.ru>
12. Чиршева Г.Н. Кодовые переключения в общении русских студентов / Г.Н. Чиршева // Язык, коммуникация и социальная среда. – Вып. 6. – Воронеж, 2008. – С. 63–79.

13. Шапошников В.Н. Иноязычная стихия современной русской речи // <http://www.gramota.ru>.

## Приложение

### Социологический опрос

Совместно с преподавателем Цыпыловой Ольгой Валерьевной было проведено анкетирование среди учащихся 9–11 классов.

Участникам были предложены следующие вопросы:

1. Как вы относитесь к употреблению английских слов?

2. Используете ли вы в своей речи английские слова? Почему?

3. В каких сферах жизни вы их употребляете чаще всего?

4. Замените следующие английские слова на их русский аналог: тест, смартфон, ноутбук, сквош, чат, менеджер, форум, роуминг, тостер, триллер.

5. Вам удобнее было бы использовать заимствованные английские слова или их русские аналоги?

6. Всегда ли использование заимствованных слов оправдано? Почему?

7. Устраивает ли вас употребление иностранных слов английского происхождения в СМИ? Почему?

8. Помогает ли вам изучение английского языка в понимании иностранных слов в повседневной жизни? Каким образом?

Получены следующие результаты:

80% опрошенных относятся к этому положительно, 10% нейтрально, 10% затруднились ответить.

100% опрошенных употребляют в своей речи английские слова, указывая на то, что это делает их речь более выразительной и лаконичной.

80% опрошенных указали бытовую сферу (общение с друзьями), 20% – в учебном процессе.

Полностью с заданием справились 20% опрошенных, 40% смогли заменить большинство слов, остальные объяснить, 20% справились с заданием частично.

100% опрошенных указали англицизмы.

90% опрошенных считают использование английских заимствований оправданным, мотивируя это модой на английский язык. 10% не оправдывают их использования, объясняя это тем, что в русском языке есть аналоги данных слов.

90% опрошенных это устраивает, потому что англицизмы позволяют четко и лаконично объяснить суть публикаций. Остальные 10% ответили отрицательно, так как употребление иностранных слов делает речь менее понятной.

100% ответили положительно.