

УДК 811.161.1

**УПОТРЕБЛЕНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ
«ВНЕШНИЙ ВИД ЧЕЛОВЕКА» В РУССКОЙ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ
БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЕЖИ****Л. Д. ЛЕОНОВА****(Представлено: канд. филол. наук А. В. КОРОТКИХ)**

Рассмотрены вопросы, связанные с употреблением англицизмов лексико-семантического поля «внешний вид человека» в разговорной речи молодежи. Роль и влияние англицизмов в жизни людей, источники их употребления и отражения на пластах лексики и адаптации русского языка. В процессе исследования языковой материал был отобран следующим образом: собственноручная запись живой разговорной речи молодых людей разного пола, использование видео, фото и текстового материала из социальных сетей (Instagram, Facebook, Pinterest), но это не рекламные тексты и изложения написанные профессионалами, а именно письменная разговорная речь, личная переписка (голосовые и текстовые сообщения SMS).

«Англицизм» – это лингвистический термин, называющий одну из разновидностей заимствований в каком-либо языке. В «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахмановой указано: «Англицизм *англ.* anglicism... Слово, выражение (или синтаксическая конструкция), заимствованное из английского языка и воспринимаемое как чужеродный элемент <...>» [1].

Термин «англицизм» содержится и в адресованном широкому кругу читателей «Толковом словаре русского языка» С.И. Ожегова: «Англицизм – это слово или оборот речи в каком-нибудь языке, заимствованные из английского языка или созданные по образцу английского слова или выражения» [2, с. 60].

Приток заимствований в русский язык из английского (или американского английского) особенно увеличился в 1990-е годы. Общественно-политические перемены в СССР, а потом в суверенных русскоязычных государствах – России, Беларуси – повлекли за собой перемены и в других жизненных сферах: в науке, экономике, в художественной культуре, в этике. Иноязычная терминология стала широко употребляться для описания политической жизни страны, привыкающей к новым понятиям: *стикер, консенсус, имидж, пиар*... Многочисленные заимствования насытили речь науки и техники: *дисплей, джойстик, файл, мониторинг*... С финансово-коммерческой деятельностью связаны слова *холдинг, бизнес, аудитор, бартер*... О массовой художественной культуре говорят, используя слова *триллер, бестселлер, хит, попса* и т.д. За счёт заимствований значительно расширился русскоязычный словарь, служащий для описания внешности человека: одежды, причёски, украшений, макияжа. В русскую речь вошли слова *мейкап (make up) – макияж; консилер (concealer) – карандаш-корректор; пилинг (peeling-cream) – крем, отшелушивающий верхний слой кожи.*

Стоит отметить, что английский язык выступает посредником при заимствовании из французского языка, поэтому в примерах есть слова, которые заимствованы сначала английским языком из французского, а потом из английского языка русским. Например, *самбре*.

Англицизмы стали появляться во многих языках мира потому, что люди стали больше путешествовать, появился Интернет, усилился культурный обмен между странами, английский язык стал международным языком общения.

В России и Беларуси стало модно употреблять англицизмы: так молодежь стремится приобщиться к западной культуре.

Современные лингвисты называют источники англицизмов в русском языке [4]:

1) Реклама. По мнению Т.Н. Лифшиц, англицизмы в рекламе «способствуют появлению иллюзии уникальности», т.е. создают впечатление неповторимости, значимости рекламируемого товара или услуги (например, слова *стикер, ростер, триммер*).

2) Традиционные СМИ: газеты, журналы, статьи, радио и ТВ передачи.

3) Интернет. У молодежи популярные социальные сети Pinterest, Instagram, Facebook и многие другие. Возрастание числа пользователей Интернета привело к распространению компьютерной лексики: *e-mail, байт, флешка*. Увеличению числа англицизмов в русском языке способствуют компьютерные игры, ставшие частью жизни людей.

4) Кинематограф. Популярность англоязычных фильмов, сериалов способствовало широкому употреблению слов *хоррор, блокбастер, вестерн, прайм-тайм, терминатор*.

5) Популярная музыка. Восприятие США как центра музыкальной моды повлекло появление таких слов, как *хит, ремейк, саунд-трек, постер*.

6) Спорт. Например, слова *боулинг, дайвинг, байкер, шейпинг, фитнес*.

7) Мода. Различные журналы, показы мод, обзоры. Например, слова *тренд, шоппинг, имидж*.

Из данного перечня видно, что англицизмы вошли в многочисленные пласты лексики, связанные с самыми разными сторонами жизни человека и общества. Англицизмы можно обнаружить во всех функциональных стилях современного русского языка, а также в просторечии (например, модное американское ругательство).

В речи современных молодых людей, независимо от их принадлежности к тем или иным социальным группам (школьники, студенты, молодые специалисты; горожане или жители деревни) без труда можно заметить большое количество англицизмов, входящих в лексико-семантическое поле «внешний вид человека».

К семантическим группам данного поля относятся лексемы, называющие косметические средства и одежду, аксессуары, макияж, пирсинг, прически, также лексемы, служащие для описания и оценки внешнего вида в целом или отдельных его частей.

1) Слова, называющие косметические средства (*патчи, баттер, ВВ/СС-крем, пилинг*). Пример употребления: *Баттер с земляничкой идеально увлажняет кожу. Познакомившись однажды с патчами, вы уже не сможете с ними расстаться.*

2) Слова, относящиеся к одежде и называющие ее (*бомпер, футболка, кроссовки, тренч, худи, боди, ботфорты, хайтопы, леггинсы, блузка, джинсы, свитшот, блейзер*). Пример употребления: *Голубая блузка прекрасно сочетается с моими джинсами. Красивое облегающее боди – это мастхэв в любом гардеробе.*

3) Слова, называющие аксессуары (*вотчи, шоппер, клатч*). Примеры употребления: *Любая модница знает, что клатч – это идеальное дополнение образа. Папа подарил мне вотчи.*

4) Слова, относящиеся к макияжу и называющие косметику (*спонж, glitter, хайлайтер, бронзатор, мейк, мейкап, кейс помад, блестки, бокс, шиммер, праймер, тинт, стопмейк, корректор*). Пример употребления: *Чтобы сделать мой мейкап более изящным, я использую хайлайтер, бронзат и glitter. Любая женщина будет рада боксу косметики.*

5) Слова, относящиеся к пирсингу (*микродермал, клипсы, брекеты, бридж, лабрет*). Пример употребления: *Моя подруга хочет сделать микродермал. Мне подарили клипсы.*

6) Слова называющие прически и окрашивания (*сомбре, брондирование, нюд, пикси*). Пример употребления: *Сегодня мне сделали брондирование. Стрижка «Пикси» – смелый выбор для деловых и уверенных в себе женщин.*

7) Слова, называющие и описывающие внешний вид человека в целом или отдельных его частей (*имидж, лук, гранж, тренд, бренд, кульный, фэин, перфект, бэйбифэйс, гламурный, лаконично, бьюти, смокиайз, бодишейминг, криповый, крутой, классный*). Пример употребления: *Наконец-то я добилась модного лука! Smokey eyes – классика в мире бьюти, поэтому звезды частенько отдают предпочтение именно ей.*

Несмотря на то, что мы говорили об англицизмах в разговорной речи, любой человек так или иначе использует слова, которые стилистически окрашены. Можно рассматривать разговорную речь как функциональную разновидность языка, наблюдать определенные ситуации, в которых она используется (диалог, монолог, полилог), но можно говорить о разговорной речи и с точки зрения стилистической ангажированности, окрашенности слова. Поэтому из вышеперечисленных примеров заметно, что отдельные слова в разговорной речи людей имеют стилистическую дифференциацию. Например, слова, которые используются только в разговорной речи (*лук, бьюти, мастхэв, кульный, фэи*), жаргонные слова специалистов (*смокиайз, нюд, пикси, микродермал, шиммер*) и те, которые являются общепотребительными (*футболка, кроссовки, патчи, блузка, джинсы, клатч*), с исходом времени они потеряли свою окраску и стали нейтральными.

Англицизмы фонетически, грамматически, морфологически и семантически в разной степени ассимилируются русским языком. Например, в русской речи в большинстве случаев закрепляется не транскрибированное, а транслитерированное произношение заимствований (сравните: *longsleeve* /lɒŋzli:v/, русское лонгслив, *sweatshirt* /'swetʃɜ:t/, русское свитшот, *swatch* /swɒtʃ/, русское сватч). Английские слова, попадая в русскую грамматическую систему, приобретают падежные формы и склонение (*хайлайтер, хайлайтера, хайлайтером; тренч, в тренче, с тренчем*). От заимствованных слов начинают образовываться новые слова по продуктивным словообразовательным моделям русского языка. Например, английское *custom* стало русским *кастом*, от него образовано *закастомить*.

Так, поглощая и перерабатывая англицизмы, непринужденный молодежный язык стремится уйти от скучного мира взрослых, родителей, учителей.

Язык – явление живое. Что-то в нём появляется, что-то исчезает, а что-то приживается, остается навсегда. Каждое поколение вносит в язык свою лексику. Временем доказано, что всё лишнее и ненуж-

ное отсеивается из языка самостоятельно. Это касается как заимствований, так и исконно русских слов. Самое главное – знать смысл произносимых слов и употреблять их вовремя и к месту.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1969. – 607 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://classes.ru/grammar/174.Akhmanova/source/worddocuments/a.htm>. – Дата доступа: 06.11.2019.
2. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / Под ред. проф. Л.И. Скворцова / С.И. Ожегов. – 28-е изд., перераб. – М.: Мир и образование, 2014. – 1376 с.
3. Липилина, О. Англицизмы или русские слова, заимствованные из английского / О. Липилина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.study.ru/article/lexicology/anglicizmy-ili-zaimstvovaniya>. – Дата доступа: 06.11.2019.
4. Лившиц, Т.Н. Специфика рекламы в прагматическом и лингвистическом аспектах / Т.Н. Лившиц. Диссертация на соискание ученой степени канд. филол. наук. – Специальность 10.02.01 – Русский язык. – Таганрог 1999. – 354 с.