

Влияние американизмов на современный русский язык

Языковая система, как известно, склонна к изменениям. В первую очередь это отражается на лексическом уровне. Процессы изменений в политических, социальных и культурных областях жизни как бы перестраивают языковую систему. Лексика принимает огромное количество новых элементов, таких как неологизмы, жаргонизмы, сленговые слова и т.д. По словам М.А. Брейтера, лексика языка является «барометром» каких-либо изменений в обществе. В ней отражается общественное сознание, и она сама оказывает влияние на его формирование [2: 49].

Д. Данн, зарубежный исследователь, проследив за изменениями в лексике русского языка, выделил три тенденции. Первая – вестернизация языка, вторая – приемлемое отношение к сленгу и жаргону и третья – возврат к устаревшей лексике. Также Д. Данн отмечает, что иностранное влияние было оказано на русский язык благодаря некоторым изменениям, произошедшим после распада Советского Союза. Развал политической системы и смена строя открыли границы для иностранного влияния, откуда и началось языковое заимствование [3: 127].

Принято выделять лингвистические и экстралингвистические причины заимствований. Лингвистические причины включают в себя отсутствие в языке соответствующего наименования, необходимость разграничить близкие, но все же различающиеся понятия, установку позитивных или негативных коннотаций, необходимость специализации понятий в той или иной сфере человеческой деятельности, тенденцию к устранению омонимии и полисемии, тенденцию к обогащению языка новыми экспрессивными средствами [1: 139]. Экстралингвистическими причинами же называют престижность иноязычного слова в сравнении с ранее заимствованным и обрусевшим, намеренное стремление авторов нарушить языковые традиции, делая высказывание более выразительным [4: 332], научно-техническую революцию, стремительное развитие коммуникационной сети, интенсивную миграцию населения.

Большинство иностранных слов приходит к нам из американского

английского. Первое место по частотности употребления американизмов занимают СМИ и Интернет. Система массовой информации принесла в русский язык такие слова, как *маркетинг, сингл, провайдер, римейк* и т.д. Также присутствие англоязычных слов наблюдается в экономической и политической лексике. Такие слова быстро осваиваются и становятся восприимчивыми для всех: *лоббист, парламент, спикер, копирайтер* и т.д. Невозможно представить и рекламу без иноязычных слов. Такие слова могут называть как продукты, так и товары и услуги: *гамбургер, ремикс, мейкап, блокбастер* и т.д. Мода на иностранные слова стремительно растет, и американизмы способны заменить привычную лексику из соображений престижности. Эти слова несут экспрессивную нагрузку и служат своеобразной приманкой, притом употребляются они далеко не всегда уместно. Это могут быть такие слова, как: *ноу-хау, сандей, фри* и так далее. Нельзя не согласиться с С.А. Тиминой в том, что американизмы вошли и в наш повседневный быт: *роуминг, шопинг, стейк, трафик*. Компьютерная индустрия использует американский как официальный язык, обозначая им следующее: *браузер, кулер, сайт, файл*. И, наконец, иностранные слова не обошли и сленговую лексику, которая все чаще и чаще используется в литературе и кино: *бойфренд, драйв, фанатеть* и т.д. [5: 116].

Американизмы довольно быстро освоились в русском языке. Это объясняется тем, что американизмы легко принимают грамматические формы и окончания русского языка (напр., *агрейдить, пиарить*), они входят в состав множества слов в качестве составляющего элемента (напр., *дизайн – студия, део – арт*), встречаются в устойчивых словосочетаниях (напр., *поколение некст, шоп тур*).

Вторжение англоязычных слов приобретает мировые масштабы. Этот процесс не считается чем-то негативным для некоторых людей, другие же готовы принять иностранные слова лишь в ограниченном количестве, поскольку по-другому язык перестанет быть конкретным языком. Из-за чрезмерного вторжения иностранных слов, некоторые государства ограничили их употребление. Среди европейских стран борется за чистоту языка, в первую очередь, Франция. Также беспокоятся о своем языке в Италии и Швейцарии. Британцы тоже недовольны «американизацией» английского языка [6]. В связи с этим появилась наука *лингвоэкология*, предназначенная для «охраны» родного языка.

Американский английский приобрел свое влияние после Второй мировой войны. Развитие США во всех сферах обеспечило распространение и популяризацию «американского». И именно американский английский теперь оказывает наибольшее влияние на современные языки.

Интенсивное заимствование иностранных слов русским языком сдержать практически невозможно, поэтому можно лишь констатировать эту тенденцию. Но так или иначе развитие активного использования американизмов зависит, в том числе, от самих носителей языка.

Библиографический список

1. Аристова В.М. Англо-русские языковые контакты. Л., 1978.
2. Брейтер М.А. «Киллер» или «убийца» (попытка системного подхода к описанию современной русской лексики) // Вестник ЦМО МГУ. Часть 2. М., 1998. С. 49.
3. Данн Д. Церковнославянские элементы в языке средств массовой информации // Записки кафедры славянской филологии филологического факультета Печского университета им. Януса Паннониуса. Pecs, 1995. С. 127.
4. Максимова Т. В. О социолингвистическом аспекте активного заимствования англицизмов русским языком // Материалы XII научной конференции профессорско-преподавательского состава Волгоградского государственного университета. Волгоград, 1995, С. 332.
5. Тимина С.А. Американизмы в современном русском языке // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. Вятский государственный гуманитарный университет. Киров. 2005. № 13. С. 114-118.
6. McCrum Robert. They're talking our language // The Observer // Guardian Unlimited. March 18. 2001.