**УДК 81'373.613**

**АНГЛИЦИЗМЫ В РУССКОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ЯЗЫКЕ**

**© Д.В. Андреев[[1]](#footnote-1), Е.В.Рыбакова[[2]](#footnote-2)**

Иркутский национальный исследовательский технический университет,

664074, Российская Федерация, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83.

В статье подробно изучено и раскрыто понятие англицизмов, проанализировано его происхождение и использование в современном мире. Рассмотрены причины появления англицизмов в русском языке. Приведены определения различных научных деятелей. Кроме того, рассмотрено применение англицизмов в профессиональной сфере.

*Ключевые слова: англицизмы, русский язык, английский язык, лексика, профессиональная среда.*

**ANGLICISMS IN THE RUSSIAN PROFESSIONAL LANGUAGE**

**© D. Andreyev, E. Rybakova**

Irkutsk National Research Technical University,

83 Lermontov Str., Irkutsk 664074, Russian Federation

The article explores the concept of Anglicisms in detail and reveals their origin and use in the modern world. It considers the reasons for the appearance of Anglicisms in the Russian language. The article contains definitions of various scholars. In addition, the article considers the use of Anglicisms in the professional sphere.

*Keywords: Anglicisms, Russian, English, vocabulary, professional environment*

Русский язык, как и любой другой язык в современном мире, постоянно находится в контакте с другими мировыми языками. Неизбежно в общем употреблении появляются иноязычные слова, проходит небольшое количество времени, и они уже быстро закрепляются. Более 75 % заимствований в русском языке за последние десятилетия приходится именно на заимствования из английского языка. Некоторые лингвисты английский язык называют языком со статусом *лингва франка* (итал. *lingua franca* – «франкский язык»), т. е. языком или диалектом, который систематически используется для коммуникации между людьми, родными языками которых являются другие языки [1].

Предпосылки для этого обусловлены как историческими причинами (расширение торговых и экономических связей англоязычных стран, значимый вес этих стран в мировой экономике и политике, разработка новейших информационных и компьютерных технологий, появление глобальной сети Интернет), так и потребностями самого языка. Подробнее остановимся на причинах появления английских заимствований в русском языке:

1. Необходимость дать наименования новым предметам, понятиям и явлениям, например, слованоутбук, органайзер, сканер.

2. Отсутствие в русском языке наиболее точного слова – по оценкам лингвистов около 15 % новейших англицизмов появилось именно в связи с отсутствием передающего полный смысл наименования в русском языке, например, спонсор, спрей, дайджест, виртуальный.

3. Более краткое по сравнению с родным языком наименование, исключение описательных оборотов (термопот – термос и чайник в одном; пиллинг-крем – крем, убирающий верхний слой кожи).

4. Субъективное восприятие иноязычного слова как более модного, звучного (презентация – вместо представление; эксклюзивный – вместо исключительный).

5. Более точное и лаконичное значение слова (сэндвич *–* гамбургер, фишбургер, чизбургер, чикенбургер; киллер – профессиональный убийца, убийца-наемник; плеер и проигрыватель – не эквивалентны по своей семантике) [2].

Вернемся к самому объекту исследования, а точнее дифференциации понятия «англицизм». Англицизм, по словарю С.И. Ожегова, это слово или оборот речи в языке, заимствованные из английского языка или созданные по образцу английского слова или выражения.

В энциклопедическом словаре существует следующее утверждение: «особенность английского языка, перенесенная в другой язык». В широком значении «англицизм» понимается как нечто лингвистическое, «поэтому исходным считается язык, а не национальные, этнические особенности того или иного языкового арсенала. На этом основании в группу англицизмов можно включить слова из разных видов английского языка (американский, австралийский, индийский и др.) В узком понимании термин «англицизм» – это только понятия английской лексики» [3].

Получается, что англицизмом можно называть единицу любого языкового уровня, которая перенесена в язык и прошла определенную трансформацию или осталась в своем неизменном виде.

В основном из английского языка заимствуются имена существительные, так как их перенос не связывается со структурными изменениями. Они приходят в русский язык одновременно с грамматической интеграцией. Переход английских прилагательных и глаголов также происходит время от времени, но это явление довольно редкое.

Исследователи относят к сферам, имеющим значительную часть заимствований, сферы экономики и торговли (прайс-лист, холдинг, дистрибьютор, дилер, брокер, бартер, чартер), социально-политические среды, международно-правовые аспекты и явления (парламент, саммит, консенсус, спичрайтер) и номинации государственного управления (импичмент, спикер, инаугурация, префектура, электорат, имиджмейкер). Также к иноязычным заимствованиям относится сфера культуры (клип, клипмейкер, ток-шоу, диск-жокей, саунд, кастинг), спортивная лексика (допинг, тренинг, армрестлинг) и бытовая (кемпинг, дансинг, шопинг). Конечно стоит отметить IT сферу (имейл, спам, блог, флешка, вирус).

Англоязычными выражениями изобилует корпоративная лексика многих профессиональных сфер, в том числе англицизмы звучат на отраслевых конференциях, поскольку часто не существует адекватной замены слова в русском языке. Как отмечают некоторые современные лингвисты, русский язык существенно сдает позиции под натиском иностранных заимствований. Как выяснили эксперты службы исследований интернет-портала по поиску работников «HeadHunter» [4], англицизмы все чаще входят в профессиональную жизнь россиян. По данным опроса, проводимого данной компанией, если четыре года назад англицизмы использовали в своей речи 77 % сотрудников российских компаний, то на момент исследования уже 86 % признаются, что прибегают к иностранной терминологии в общении с коллегами и клиентами.

Лингвисты разделяют заимствования на оправданные и неоправданные. Неоправданным заимствованием считается слово, которое вводится в язык из иностранного в качестве синонима для определения того или иного понятия, при том что русские слова, определяющие это понятие, уже имеются в наличии. Однако в современной профессиональной сфере бытует множество примеров именно неоправданного заимствования – замена слов «прогноз» на «форкастинг», «звонок» на «колл», «встреча» на «митинг». Частое употребление подобных заимствований в деловой среде ведет к их распространению и закреплению в общей лексике. Со временем все привыкли к таким англицизмам, как «спикер», «релокация», «ритейл», «промоушен», ставшие двойниками слов «докладчик», «перемещение», «розница», «продвижение». Идут ли на пользу русскому языку эти заимствования, рассмотрим далее.

Язык быстро реагирует на изменения в жизни общества. Процесс активизации употребления новейших англицизмов в современном русском языке – социально значимое явление, результат изменения общественно-политических и экономических отношений. В освоении англицизмов русским языком появились различные закономерности языковой эволюции. Так как некоторые сферы современной науки, техники и культуры наиболее развиты в США и других англоязычных странах, и слова, обозначающие эти явления, наиболее активно развиваются в английском языке, то интенсивное заимствование их русским языком, успешное их освоение свидетельствуют о естественности и закономерности данного процесса. Многие процессы, связанные с заимствованиями в лексико-семантической области, непосредственно предопределены доминированием в современном мире в той или иной области. В целом можно отметить, что мировые интеграционные процессы в области экономики, политики и культуры охватывают и область языка [3].

Отметим также, что приток англицизмов усилился с приходом иностранных компаний. Это объясняется тем, что документация, поступающая в российские представительства из штаб-квартир**,** написана на иностранном языке. Кроме того, общение между сотрудниками головного офиса с российскими коллегами происходит на английском. Это является следствием погружения сотрудников в англоязычную среду. Однако иностранная терминология характерна не только для речи сотрудников иностранных компаний. В профессиональной среде все взаимосвязано. Обмен персоналом представительств западных компаний и российских отражается и на языковой сфере – постепенно происходит англизация бизнес-лексики. Привнесенные слова настолько укоренились в профессиональной речи русскоязычного населения, что даже те, кто английским не владеет совсем, используют их в процессе делового общения. Несмотря на богатство, широту и красоту русского языка, по словам наших соотечественников, зачастую бывает сложно подобрать аналоги к некоторым терминам. Англицизмы могут быть куда короче и точнее по смыслу, в то время как русские эквиваленты требуют долгих объяснений и уточнений – так считают 47 % опрошенных компанией «HeadHunter». Нередко сотрудники не могут отказаться от использования иностранных выражений в силу специфики своей деятельности, в том числе потому, что некоторые термины являются общеупотребимыми на международном уровне (3 %), но иногда употребление англицизмов – всего лишь привычка (29 %) [4].

Есть примеры, когда неоправданное употребление иностранной лексики вместо родного языка не только засоряет русский язык, но и утяжеляет его. Это использование специализированного сленга в среде неспециалистов этой области. Так, слово из фармацевтической среды «инлайсензинг» абсолютно не понятно людям, далеким от фармацевтики, а значит оно «приобретение прав на продажу препаратов на территории России под собственным торговым знаком». Есть и прочие заимствования, распространенные и жизнеспособные в определенной профессиональной среде, более емкие и понятные специалистам этой среды, и совсем не понятные людям, не работающим в данной отрасли.

Другим аспектом использования заимствований в профессиональной сфере является практика называть должности, используя их английский вариант. Публикация объявлений о найме на английском языке тоже становится обычным делом. Кадровики видят в этом свою логику, так сокращения КАМ – key account manager (менеджер по работе с ключевыми клиентами), BDM – business development manager (менеджер по развитию бизнеса), HR – human resources (специалист по управлению персоналом) и тому подобные заменяют громоздкие словосочетания. Если учесть, что деловое общение в современном мире занимает много времени и требует быстроты передачи информации, подобные замены кажутся вполне правомерными.

Иностранные слова, используемые в профессиональной сфере, неизбежно закрепляются и входят в состав лексики языка. Многие лингвисты соглашаются, что употребление таких слов следует считать необходимым. По прогнозам ученых, количество заимствований из английского языка, характеризующеепонятия, не имеющих аналогов в России, будет только увеличиваться как в профессиональных областях, так и в других сферах жизнедеятельности. Чтобы быть объективным в оценке всех этих заимствований, нужно учитывать их особенности. Не стоит сравнивать освоенные языком заимствования с теми, которые появились в последние годы. В составе заимствованных англицизмов есть немало давно вошедших в русскую речь, однако есть и англицизмы, использующиеся в речи как единственные наименования распространенных предметов, поэтому от них вероятно русский язык уже не избавится.

Вопрос о целесообразности использования заимствований в профессиональной речи нельзя решить однозначно. Бесспорно, иностранная терминологическая лексика незаменима, лаконична и точна для передачи информации в специальных текстах, но может оказаться непреодолимым барьером для понимания научно-популярного текста неподготовленным читателем. Англицизмы давно проникли в профессиональную сферу и помогают лучше понимать друг друга в рамках одной отрасли. С одной стороны, дальнейшее проникновение в обиходную речь иноязычных слов может поставить под угрозу самобытность и уникальность русского языка, с другой – ни один язык не может существовать изолированно. Все течет, все меняется, возможно через десяток лет лингвисты будут ломать голову над заимствованиями из китайского языка.

**Библиографический список**

1. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: пособие для иностранных студентов-русистов. Владивосток: Диалог, 1992. 150 с.

2. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке // Язык и культура. Новосибирск, 2003. С.121–125.

3. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2007. 864 с.

4. HeadHunter – российская компания интернет-рекрутмента [Электронный ресурс]. URL: http://hh.ru (20.12.2017).

1. Андреев Дмитрий Валерьевич, студент группы ТВм-17, институт архитектуры и строительства, e-mail: abaikal@mail.ru

   Andreyev Dmitry, a student of Architecture and Construction Institute, e-mail: abaikal@mail.ru [↑](#footnote-ref-1)
2. Рыбакова Елена Валерьевна**,** кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков для технических специальностей № 1, e-mail: [2309.07@mail.ru](mailto:2309.07@mail.ru)

   Rybakova Elena, Candidate of Pedagogics, Associate Professor of Foreign Languages Department for Engineering Specialties №1 of Linguistics and Intercultural Communication Institute, e-mail: 2309.07@mail.ru [↑](#footnote-ref-2)