

БУЛЫЧЕВА О. А., САФОНКИНА О. С.

**ИНТЕРНЕТ-АНГЛИЦИЗМЫ: РАЗВИТИЕ АНГЛО-РУССКИХ
ЯЗЫКОВЫХ КОНТАКТОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Аннотация. Рассматриваются временные рамки этапов развития англо-русских языковых контактов. В настоящее время в качестве заимствований интернет-англицизмы доминируют в русском языке и их варианты часто различаются на всех его уровнях. Данные различия были выявлены авторами с помощью анализа фонетической, акцентологической, морфемной и орфографической структур, графической формы, а также семантики заимствованных слов.

Ключевые слова: англо-русские языковые контакты, заимствование, англицизм, ассимиляция, вариативность.

BULYCHEVA O. A., SAFONKINA O. S.

**INTERNET LOANWORDS: DEVELOPMENT OF ENGLISH-RUSSIAN
LANGUAGE CONTACTS AT PRESENT TIME**

Abstract. The article considers the stages of the development of English-Russian language contacts. At present the process of borrowing English words into Russian is going on most actively in the Internet sphere. In this connection, the authors focus on studying the phonetic, accentual, morphemic, graphic, and semantic variations of English Internet loanwords in the Russian language.

Keywords: English-Russian language contacts, loanword, Anglicism, assimilation, variation.

История англо-русских языковых контактов насчитывает уже четыре с половиной столетия. В силу определенных экстралингвистических причин степень их интенсивности была различной на разных этапах процесса контактирования. Традиционно выделяют три основных периода интенсификации англо-русских языковых контактов:

- 1) 1553 – 1649 гг. Языковые контакты осуществлялись в устной форме, что подтверждается широкой вариативностью английских заимствований того времени;
- 2) 1696 – 1725 гг. Начало письменных контактов [12, с. 72];
- 3) конец XVIII в. – середина XIX в. (особенно 1820 – 1870-е гг. – этап, который отмечен «наличием англо-русского устного и письменного билингвизма в России» [13, с. 25].

В современных исследованиях выделяется также четвертый период интенсификации англо-русских языковых связей: конец XX в. – начало XXI в.

На протяжении XVI – XX вв. общее количество заимствований из английского языка в русский непрерывно возрастало: XVI – XVII вв. – 52 слова (*сэр, лорд, лондончане, мистер*); XVIII в. – 287 слов (*баржа, бот, бриг, вельбот, мичман, ихуна, катер*); XIX в. – 714 слов

(автограф, джентльмен, полисмен, спортсмен, рекордсмен); XX в. (до 80-х годов) – 1314 слов (бокс, футбол, джинсы, конвейер, комбайн, трактор, пионер).

На современном этапе тесная связь русской и английской культур прослеживается во многих динамически развивающихся сферах жизни. Лингвистами отмечается большой приток англицизмов в следующих сферах:

- культура: *саундтрек* (от англ. soundtrack), *сингл* (от англ. single), *римейк* (от англ. remake), *эшин* (от англ. action), *3D-формат* (от англ. 3D format), *реалити-шоу* (от англ. reality show), *ситком* (от англ. sitcom), *пон-арт* (от англ. pop art), *камбек* (от англ. comeback);
- компьютерные технологии, Интернет-пространство: *веб-камера* (от англ. webcam), *модератор* (от англ. moderator), *браузер* (от англ. browser), *контент-провайдер* (от англ. content provider), *онлайн* (от англ. online), *оффлайн* (от англ. offline);
- экономика: *маркетинг* (от англ. marketing), *промоутер* (от англ. promoter), *мерчендайзер* (от англ. merchandiser), *оффшор* (от англ. offshore), *фьючерс* (от англ. futures), *лизинг* (от англ. leasing);
- бизнес: *адвергейминг* (от англ. advergaming), *брендинг* (от англ. branding), *бренд-менеджер* (от англ. brand manager), *преселлинг* (от англ. pre-selling), *супервайзер* (от англ. supervisor);
- спорт: *фитнес-клуб* (от англ. fitness club), *боулинг* (от англ. bowling), *допинг* (от англ. doping), *трансфер* (от англ. transfer), *овертайм* (от англ. overtime), *коучинг* (от англ. coaching);
- мода, дизайн: *тренд* (от англ. trend), *кастинг* (от англ. casting), *топ-модель* (от англ. top model), *fashion-бренд* (от англ. fashion brand), *принт* (от англ. print), *дизайнер* (от англ. designer) [7, с. 401].

Однако одним из наиболее важных каналов притока англицизмов в русский язык стала сеть Интернет. Отправной точкой развития Интернета в России стал 1990 год. В этом году образовалась американская общественная организация под названием «Гласнет», которая стала одной из первых коммерческих провайдеров Интернета на Земле.

В 1999 г. российские пользователи получили возможность широкополосного доступа в сеть Интернет. К 2016 г. число пользователей Всемирной Сети и скорость подключения к ней выросли в тысячи раз [9, с. 67].

Широко распространено мнение о том, что языком Интернета является английский язык. Данного мнения придерживаются многие современные отечественные и зарубежные лингвисты: Джон Паолилло, Сью Райт и др. Доминирование английского над другими языками в сети Интернет С. Райт, как и Д. Паолилло, объясняет географическим фактором, а

именно местом происхождения разработанных технологий – США и, как следствие, национальным языком первых пользователей Всемирной паутины [13, с. 76]. Дж. Паолилло отмечает еще один фактор преобладания английского в сети Интернет. Так, интерфейсы для языков с нелатинскими алфавитами слишком громоздки, а для некоторых языков их просто не существует [11, с. 52]. Становится очевидным, что те, кто владеют только русским языком «будут заперты в очень небольшом русскоязычном пространстве Сети» [13, с.76].

В связи с развитием информационных технологий словарный состав русского языка начал пополняться реалиями, характерными для сети Интернет. Попадая в русский язык, иноязычная лексика проходит сложный процесс освоения, который затрагивает все его уровни: фонетику, морфологию, акцентуацию, семантику. Сущность данного лингвистического явления состоит в том, что иноязычие теряет свои признаки и способы оформления, присущие языку-источнику и приобретает новые характеристики, свойственные языку-реципиенту [3, с. 293]. Этот процесс получил название ассимиляции. Известный советский и российский лингвист И. В. Арнольд дает следующее определение этому процессу: «Ассимиляцией заимствованных слов называется приспособление их в фонетическом, грамматическом, семантическом и графическом отношении к системе принимающего их языка» [3, с. 231]. В результате усвоенное заимствование «перестает ощущаться как чужеродное и находит свое место в речевом узусе носителей заимствующего языка» [8].

Степени ассимиляции иностранных слов различаются, что обусловлено разными периодами проникновения данных слов, способом заимствования – устным или письменным, а также тем, насколько употребительно это слово [4]. Наличие вариантов у заимствований свидетельствует о поиске плана выражения в языке-реципиенте.

В ходе проведенного нами исследования на материале «Краткого словаря Интернет-языка» Хайдаровой В. Ф. и различных форумов сети Интернет методом сплошной выборки было отобрано 200 единиц англоязычных заимствований, 135 из которых (67,5% от общего количества слов) имели 2 и более вариантов. Общее количество распределенных по группам вариантов составило 430 слов.

В данной работе нами был использован подход к классификации вариантов английских заимствований, основанный на работах Р. Р. Шайхутдиновой, С. В. Мухина, Л. П. Крысина, Д. О. Безруцковой. В этой связи мы выделяем следующие варианты англицизмов в русском языке.

1. Фонетические варианты англицизмов:

гёлскаут – *герлскаут* (от англ. girlscout),

гелфренд – *герлфренд* (от англ. girlfriend),

грей – *грэй* (от англ. gray),

брейн-ринг – *брэйн-ринг* (от англ. *brain ring*),
фан – *фэн* (от англ. *fan*),
сейшн – *сейшен* (от англ. *session*),
франчайзинг – *френчайзинг* (от англ. *franchising*) [12].

Наличие фонетических вариантов обусловлено тем, что при устном воспроизведении того или иного заимствования происходит замещение фонем языка-источника близкими по артикуляционным характеристикам фонемами языка-реципиента. Наиболее часто такие варианты встречаются при прямом и устном заимствовании.

В результате проведенного анализа наиболее частотной была признана оппозиция твердости/мягкости согласных, обнаруженная у 51,5% фонетических вариантов. Данная тенденция может быть связана с различиями в фонетических системах двух языков. Например, в русском языке [л] и [л'] представляют две разные фонемы, в то время как в английском языке они не дифференцируются. В 15,1% заимствований была отмечена оппозиция английского дифтонга [ei] и русских монофтонгов [а], [и], [ы]: *геймер* – *гамер* [ei] – [а], *кейген* – *киген* [ei] – [и], *мэйл* – *мейл* – *мыло* [ei] – [ы]. Русскому языку не свойственны дифтонги, поэтому в большинстве случаев они монофтонгизируются.

2. Графические варианты англицизмов:

Джонсонс Бейби – *Johnson's Baby*,
Вестерн Юнион – *Western Union*,
Макдональдс – *McDonald's* [12].

Еще одним типом вариантов, обнаруженных нами в ходе исследования, являются графические варианты англицизмов в русском языке. Сущность транслитерации заключается в воспроизведении графического облика иноязычного слова графическими средствами заимствующего языка. В результате, читаются такие варианты по правилам чтения русского языка. Отметим, что для заимствований в представленной тематике в большей степени свойственно написание кириллическим вариантом. Это свидетельствует о тенденции к «обрусению» англицизмов. Однако, в Интернете встречаются и нетранслитерированные варианты заимствований. Исследователь А. В. Агеева отмечает, что используются такие варианты преимущественно с целью сохранения торговой марки или лейбла (*Windows* – *Виндовз*, *Google* – *Гугл*, *YouTube* – *Ютуб*) [1, с. 20].

3. Акцентологические варианты англицизмов:

мáркетинг – *маркéтинг* (от англ. *marketing*),
грíны – *гриньí* (от англ. *green*),
кóлледж – *коллédж* (от англ. *college*) [12].

По данным исследования на акцентологические варианты английских интернет-заимствований приходится лишь 1,4% общего количества вариантов. Данная группа англицизмов была представлена словами, имеющими расхождения в ударении. Следующие интернет-англицизмы имеют неоднозначную постановку ударения в русском языке: *ко́ммент* – *комме́нт* – *ка́мент* – *каме́нт* (от англ. comment); *Виндо́а* – *Виндо́вз* (от англ. Windows). Малое количество акцентологических вариантов может быть вызвано тем, что большинство англицизмов проходя через процесс ассимиляции утрачивают свои иностранные черты и подчиняются правилам чтения русского языка.

4. Морфологические варианты англицизмов:

киднепинг – *киднапинг* (от англ. kidnapping),

бутса – *бутсы* (от англ. boots),

джинса – *джинсы* (от англ. jeans) [12].

При рассмотрении морфологических вариантов нами были выявлены изменения как в структуре слова, так и в его грамматической семантике (в плане приобретения заимствованиями новых грамматических значений). На словообразовательном уровне у англицизмов наблюдаются процессы аффиксации и усечения. Нами было установлено, что 55,5% морфологических вариантов англицизмов присоединяют аффиксы (суффиксы и приставки), в то же время у 22,2% англицизмов происходит усечение основы: *аватар* – *аватарка* – *авка* – *авик* – *авчик* (от англ. avatar).

В приведенном выше примере при образовании слов использованы следующие суффиксы: -к, -ик. Кроме того, наблюдается усечение основы: *аватар* – *авка* – *авик* – *авчик*.

Кроме того, нами было отмечено, что все интернет-англицизмы, выраженные существительным, приобрели категорию склонения. Например, англицизм *аватарка* склоняется по падежам следующим образом:

И.п. аватарка

Р.п. аватарки

Д.п. аватарке

В.п. аватарку

Т.п. аватаркой

П.п. об аватарке

Нами было отмечено, что у англицизмов-глаголов по сравнению с их английскими аналогами появляются грамматические категории вида, переходности и возвратности. Так, англицизм *апгрейдить* (несовершенный вид) имеет вариант «*проапгрейдить*» (совершенный вид) (заимствование образовано от англ. upgrade).

5. Орфографические варианты англицизмов:

биг-маг – бигмаг (от англ. big mac),
саундтрек – саунд-трек (от англ. soundtrack),
спинофф – спин-офф (от англ. spin-off),
ди-джей – диджей (от англ. DJ) [12].

Орфографическая вариативность затрагивает слитное, раздельное и дефисное написание заимствованных слов и выражений. Так как русский язык относится к языкам синтетического типа, в нем есть тенденция к слитному написанию синтаксически неделимых заимствованных выражений.

Среди исследуемых заимствований были обнаружены следующие орфографические варианты со слитным/ дефисным/раздельным написанием: *копиаст – копи-наст, гестбук – гест-бук – гест бук, веб-дизайн – веб дизайн, вебмастер – веб-мастер, веб-сервис – веб сервис, ноут-бук – ноутбук, пиртупир – пир-ту-пир – пир-то-пир – питупи, спамбот – спам-бот – спам бот, сэдбой – сэд бой, френдлист – френд-лист – френд лист*; наличием/ отсутствием двойных согласных: *баннер – банер, блоггер – блогер, коммент – комент, коннект – конект, логоффиться – логофиться, пассворд-пасворд, спамер – спаммер, фэйрволл-фэйрвол, фолловер – фловер*.

6. Семантические варианты англицизмов.

Слово *лайкать* и его производные *лайкнуть* и *отлайкать*, образованные от английского глагола *to like*, означают «отметить в социальной сети, что сообщение или статья нравятся». Однако, сам глагол *to like* в переводе с английского означает «нравится, любить, симпатизировать, относиться одобрительно». Таким образом, значения англицизма и перевода английского слова не совпадают. Интернет-англицизм не может быть заменен русским аналогом, так как английское слово и его русский синоним имеют различия в коннотациях.

7. Варианты отношений атрибутивности:

Кристи – Кристис (от англ. Christy's),
Макдональд – Макдональдс (от англ. McDonald's),
Джонсон – Джонсонс (от англ. Johnson's) [12].

Варианты, связанные с передачей в английском языке отношений атрибутивности представляют названия магазинов, сетей супермаркетов, ресторанов и прочих заведений, названных в честь их создателей. Особенность данных вариантов заключается в том, что ассимиляции подвергаются имена собственные.

Вариантов с передачей отношений атрибутивности среди заимствований указанной тематики выявлено не было. Это может быть связано с тем, что имена собственные для обозначения того или иного нового явления в Интернете не употребляются, например, большинство сайтов не носят имен своих создателей.

Кроме того, нами была выделена отдельная группа, в которую вошли заимствованные из английского языка аббревиатуры и акронимы. Многие из них описывают техническую сторону Всемирной Сети (*АЙПИИ – АЙ-ПИИ – АЙ ПИИ – айпишник – IP – IP-адрес (от англ. IP – Internet Protocol); ГАН (от англ. GAN – Global Area Network); СЕРП (от англ. SERP – Search Engine Results Page); УРЛ – URL (от англ. URL – Uniform Resource Locator)*). Однако некоторые служат для выражения эмоций и мнения пользователей Интернета: *ИМХО – ИМНО (от англ. ИМНО – In My Humble Opinion); лол – лолка (от англ. LOL – Laugh[ing] Out Loud); омг – omg – омайгад (от англ. OMG – Oh, my God!)*.

Таким образом, среди исследуемых заимствований было обнаружено 99 фонетических вариантов, 171 морфологический вариант, 78 орфографических вариантов, 76 графических вариантов и 6 акцентологических. В процентном соотношении от общего количества слов, имеющих два и более вариантов, количество фонетических вариантов составило 23%, морфологических – 39,8%, орфографических – 18,1%, графических – 17,7%, акцентологических – 1,4%. Вариантов с передачей отношений атрибутивности среди выделенных заимствований выявлено не было. Таким образом, было установлено, что преобладающая доля Интернет-англицизмов приходится на морфологические варианты. Данный факт обусловлен большой разницей в грамматической системах двух языков – английского и русского. В этой связи можно говорить о тенденции к «обрусению» иностранных слов.

В ходе нашего исследования мы пришли к выводу, что интернет-англицизмы обладают разной степенью ассимилированности в русском языке: одни из них уже стали общеупотребительными, другие – принадлежат к сленговой лексике. Особенностью языка сети Интернет является то, что он динамичен и находится в постоянном развитии. В связи с постоянным расширением интернет-пространства, мы предполагаем, что роль интернет-англицизмов в русском языке будет только увеличиваться.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеева А. В. Вариантность как универсальная закономерность освоения иноязычной лексики // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2011. – № 6 (2). – С. 19-22.
2. Аристова В. М. Англо-русские языковые контакты. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1978. – 151 с.
3. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 376 с.
4. Вольнова Д. Н. Иностранные заимствования как один из источников словарного состава английского языка // Современные научные исследования и инновации. – 2014. – № 12

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2014/12/39354>.

5. Габдреева Н. В. Иноязычная лексика в русском языке новейшего периода: монография. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2014. – 328 с.
6. Горбунова Е. Н., Гущина Е. В. Исторические предпосылки и условия заимствования англицизмов в русский язык // Языковые и культурные контакты. – Вып. 2. – Саратов, 2008. – С. 71-75.
7. Захватаева К. С. Роль английского языка в процессе современного англо-русского языкового контактирования // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2012. – № 3 (1). – С. 400-403.
8. Зотова В. В. Пути заимствования англоязычной лексики в русскоязычной блогосфере // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по мат. XXXVII междунар. науч.-практ. конф. – № 6(37). – Новосибирск: СибАК, 2014. – С. 64-71.
9. Крупник А. Б. Самое главное о... Интернет. – Спб.: Питер, 2006. – 127 с.
10. Мухин С. В. Соотношение понятий ассимиляции и натурализации заимствований // Вестник МГЛУ: Теория и практика лексикологических исследований. Сер. «Лингвистика». – 2007. – Вып. 532. – С. 140-148.
11. Паолилло Д., Пимьента Д., Прадо Д. и др. Измерение языкового разнообразия в Интернете: сборник статей. – М.: МЦБС, 2007. – 118 с.
12. Шайхутдинова Р. Р. Англо-русские языковые контакты конца XX – начала XXI вв. в сравнительном освещении: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Казань, 2008. – 211 с.
13. Wright S. Introduction // IJMS. – 2004. – Vol. 6, No. 1// [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unesco.org/shs/ijms/vol6/issue1/art1/>.