***Курсовая работа***

**Синтаксические структуры - англицизмы в языке масс-медиа**

2004 г.

С о д е р ж а н и е:

Введение 3

Глава 1. Проблема заимствований в синтаксической парадигматике 6

1.1.Понятие и характеристика синтаксических структур: история вопроса 6

1.2. К объяснению специфики синтаксических структур в языке масс-медиа 11

1.3.Актуальные вопросы лексических заимствований 13

Глава 2. Особенности проникновения англицизмов в язык масс-медиа 17

2.1. Экспансия англицизмов в русскую языковую систему 17

2.2. Стадии процесса заимствования 21

2.3. Функционирование англицизмов в субъязыке масс-медиа 23

Заключение 28

Список литературы 30

# Введение

Наблюдаемые в последние годы перемены в русской лексике связаны преимущественно с социокультурными изменениями, происходящими в обществе. Эти изменения привели к значительным трансформациям в соотношении вариантов языковой нормы. Стремительное развитие информационных технологий выдвинула проблему массовой перекодификации тех пластов словаря (включая и словосочетания, называющие предмет, лицо и т. д.), которые касаются политической, социальной, административной, экономической и прочих сфер. Этот процесс уже получил название «смена лексических парадигм». Разрушаются старые, лексически обусловленные, синтаксические связи и возникают новые.

Характерной особенностью современной лингвокультурной ситуации является преобладание неформальных кодов, наборов нелитературных языковых средств, и в частности, так называемой ненормативной лексики. Получают распространение - прежде всего через масс-медиа – англицизмы, американизмы и их дериваты (митинг, инфляция, импорт, интервью, доллар, консенсус, консалтинг, коучинг, стагнация, киднепинг, окей, браузер многие другие). Обилие производственных, компьютерных и денежно-финансовых терминов ведет к непонятности языка: нововведения и неясность смысла стали частью содержания новых слов. В целом позитивность речи заметно снизилась, что не может не вызывать обеспокоенности лингвистов, поэтому из года в год растет число публикаций по вопросам иностранных заимствований.

Вопрос о месте заимствований в словарном составе русского языка имеет глубокие исторические корни. Интерес к проблеме обозначился в лингвистической науке еще в конце ХIХ века, но особой интенсивности достиг ко второй половине ХХ и в начале ХХI столетия, чему в немалой степени способствовала тенденция к «американизации» русской жизни. Один из наиболее дискуссионных вопросов, волнующих сегодня многих лингвистов - является ли процесс лексических заимствований созидательным, или он отражает тенденцию к снижению языковой компетенции в национальном языке? В пользу негативности процесса свидетельствует, например, тот факт, что согласно исследованиям конца 90-х годов ХХ века, в России было больше учителей английского языка, чем тех, кто изучал русский язык в США.[[1]](#footnote-1) Складывающаяся асимметричность в изучении и употреблении русского и английского языков – серьезная проблема, перерастающая из лингвистической области в политическую. В связи с этим особенно остро встает вопрос о формировании высокой информационно-языковой культуры, о сохранении национальных языковых традиций и культуры речи.

Изучение языка массовой коммуникации актуальная задача для филологов, которые призваны рассматривать масс-медиа в широком контексте, позволяющем понять и объяснить влияние социальных, политических и культурных факторов на функционирование языка в обществе.

Лингвистической наукой установлено, что связь языка и общества предопределяется адаптацией языковой системы к языковому окружению. Время общественного перелома в обществе почти всегда является одновременно и временем перестройки языковой системы. Лексический уровень языка, наиболее мобильный и подверженный изменениям, с одной стороны, и четко структурированный, с другой, в эксплицитной форме отражает происходящие в социальной жизни изменения.

Именно такой подход к лексическим заимствованиям можно обнаружить во многих современных исследованиях. Взгляды на различные аспекты заимствования нашли отражение в работах И.Г.Аверьяновой[[2]](#footnote-2), Н.Д.Агафоновой[[3]](#footnote-3), С.Ю.Адливанкина[[4]](#footnote-4), Е.Г. Борисовой-Лукашенец[[5]](#footnote-5), А.И.Дьякова[[6]](#footnote-6), Т.К. Елизовой[[7]](#footnote-7), О.С. Мжельской, Е.И.Степановой[[8]](#footnote-8), Л.П.Крысина[[9]](#footnote-9), Т.Г.Линник[[10]](#footnote-10), Э.Хаугена[[11]](#footnote-11) и других лингвистов. В работах В.Г.Костомарова[[12]](#footnote-12), И.О.Наумовой[[13]](#footnote-13) и других ученых исследуются вопросы иноязычных заимствований в языке СМИ.

Но, несмотря на определенные научные традиции в изучении иностранных заимствований и активизацию современного научного поиска, нынешняя экспансия англицизмов в русскую языковую систему еще не получила должной оценки и отражения в публикациях.

Не однозначные процессы протекают и в рамках структурной лингвистики. В настоящее время все большее распространение получает взгляд на любое предложение как на единицу, являющуюся членом нескольких пересекающихся парадигм - синтаксической, актуализационной, трансформационной (интерпретационной). Среди исследований данной области лингвистики выделяются работы П. Адамца[[14]](#footnote-14), В. А. Белошапковой[[15]](#footnote-15), М.В.Всеволодовой[[16]](#footnote-16), Г. А. Золотовой[[17]](#footnote-17), П.А.Леканта[[18]](#footnote-18), Н.Хомского[[19]](#footnote-19) и других ученых.

Настоящая работа является лишь начальным этапом в авторском исследовании процесса проникновения англицизмов в русскоязычные масс-медиа с точки зрения структурной лингвистики.

# Глава 1. Проблема заимствований в синтаксической парадигматике

## 1.1.Понятие и характеристика синтаксических структур: история вопроса

Традиция научного изучения синтаксиса восходит к первым опытам классификации и анализа суждений, предпринятым древнегреческими философами. Слово «синтаксис» (др. греч. sintaxis «построение вместе», «военный строй») начали употреблять стоики (III в. до н. э.) для обозначения логической структуры высказываний. У Аполлония Дискола (II в. н. э.) предметом синтаксиса являются уже собственно языковые явления - связи слов и их форм в предложении.

До конца XIX в. в языкознании не было четкого разделения между синтаксическими, логическими и психологическими понятиями. Грамматический анализ предложения проводился в терминах априорных логических категорий - например, не разграничивались логическое «подлежащее» (субъект) и грамматическое подлежащее. Фонетика и морфология рассматривались как изучение языковых форм, а синтаксис - как изучение способов выражения в языке логических единиц и отношений (в современной лингвистике эта проблему относят к ведению семантики). В рамках логического подхода к языку в XVII в. французские ученые А. Арно и К. Лансло, авторы «Грамматики Пор-Рояля», предприняли первую попытку создать объяснительную синтаксическую теорию: языковые факты таковы, какими мы их наблюдаем, потому что они отражают определенные принципы мышления. Во второй половине XIX в. под влиянием философии языка В. фон Гумбольдта возник и получил распространение психологический подход к грамматике, в первую очередь к синтаксису (Х. Штейнталь, Г. Пауль, А.А. Потебня), в котором место логических категорий заняли психологические (такие, например, как «представление»)[[20]](#footnote-20).

Ф. де Соссюр[[21]](#footnote-21) предпринял разделение языка - абстрактной системы, лежащей в основе речевого поведения, и речи - актуализации, практического осуществления этой системы в процессе ее использования людьми, Ш. Балли разграничил в синтаксисе проявления языка и проявления речи, В.В. Виноградов противопоставил «строительный материал» для предложений (слова и словосочетания) и сами предложения, т. е. единицы коммуникативного уровня, обладающие признаками предикативности и модальности. Эта проблематика сохраняет актуальность до нашего времени: проблеме разграничения номинативного («языкового») и коммуникативного («речевого») аспектов предложения посвящены, в частности, работы А. Гардинера, Н.Д. Арутюновой, В.А. Звегинцева и других авторов. В синтаксической концепции Н.Ю. Шведовой противопоставление предложения и словосочетания выразилось в виде различия абстрактных структурных схем, которые характеризуют предложения, и присловных связей, определяющих структуру словосочетания.

В. Матезиус[[22]](#footnote-22), развивая идеи А. Вейля, Г. Пауля и некоторых других лингвистов XIX в., показал, что в синтаксисе отражаются два разных вида деятельности говорящего, соответствующие двум видам членения предложения - грамматическому (например, разделение на подлежащее и сказуемое) и актуальному - на тему, т. е. исходный пункт сообщения, и рему, т. е. сообщаемое. Автор концепции «структурного синтаксиса» Л. Теньер разработал универсальную модель предложения, опирающуюся на некоторые принципиально важные постулаты: всеобщность и однонаправленность синтаксической связи; наличие в предложении одного грамматического центра (глагола), сочетаемость которого определяет структуру предложения; неединственность способа отображения структурной иерархии в линейную последовательность синтаксических единиц; различие участников ситуации (актантов) и ее «обстоятельств» (сирконстантов).

Настоящий прорыв в изучении синтаксиса произошел после выхода в 1957 году работы Н. Хомского «Синтаксические структуры»[[23]](#footnote-23). С именем Хомского связана не только определенная лингвистическая теория - порождающая (генеративная) грамматика, но и целый переворот во взглядах на изучение языка - переход от преимущественно описательной методологии к методологии объяснительной, то есть ориентированной на теорию.

В первой монографии Хомского было реализовано представление о языке как механизме порождения бесконечного множества предложений с помощью конечного набора грамматических средств, для чего он предложил понятия глубинной (скрытой от непосредственного восприятия и порождаемой системой рекурсивных, т.е. могущих применяться многократно, правил) и поверхностной (непосредственно воспринимаемой) грамматических структур, а также трансформаций, описывающих переход от глубинных структур к поверхностным.

Модель «Аспектов», или стандартная теория, изложенная в книге Хомского «Аспекты теории синтаксиса» (Aspects of the Theory of Syntax, 1965, рус. пер. 1972[[24]](#footnote-24)), представляет собой прежде всего попытку введения в формальную модель семантического компонента так называемых правил семантической интерпретации, приписывающих значение глубинным структурам.

Н. Хомский выделил два понятия: языковая способность (competence) и языковая активность (pеrfоrmanсе). Языковая способность - это нечто вроде потенциального знания языка. Языковая активность - процессы, которые происходят при реализации этой способности в речевой деятельности. Показательно, что, по Н. Хомскому, языковая способность первична, она определяет языковую активность, а не наоборот.

Центральный тезис трансформационной грамматики, ее отличительная особенность состоит в том, что адекватная грамматическая теория должна различать базовую структуру и поверхностную синтаксическую структуру, глубинную грамматику и поверхностную грамматику.

Синтаксический компонент грамматики, или теории языка, представляет собой систему правил, допускающих или предписывающих выполнение определенных действий над элементами определенного типа. Эти терминальные элементы мыслятся как минимальные единицы смысла, атомы, которые язык структурирует посредством синтаксиса. Хомский называет эти минимальные единицы *формативами*.

Точка зрения Хомского довольно распространена, но не общепринята. К числу важнейших синтаксических теорий, наряду с порождающей грамматикой, можно отнести: теорию принципов и параметров, категориальную грамматику, функциональную синтаксическую типологию и синтаксис в модели «смысл текст», проанализировать которые в рамках данной работы не представляется возможным.

В настоящее время все большее распространение получает взгляд на любое предложение как на единицу, являющуюся членом нескольких пересекающихся парадигм - синтаксической, актуализационной, трансформационной (интерпретационной). Формальные и семантические расхождения между членами синтаксической парадигмы связаны с различиями в выражении категорий:

- времени,

- модальности,

- утвердительности-отрицательности,

- невопросительности-вопросительности,

- грамматической перспективы предложения (активность, демиактивность, пассивность, демипассивность).

Составляющие парадигму предложения могут также различаться способом представления семантического субъекта, актуальным членением и некоторыми другими характеристиками, не нарушающими тождества смыслового инварианта. Г.А.Золотова предложила термин *синтаксическое поле предложения*. Она же разработала концепцию синтаксического поля предложения.[[25]](#footnote-25) Исходное, ядерное предложение поля представляет структуру ситуации нейтральным и экономным образом. Предложения ядра, по словам Г. А. Золотовой, должно отличать «единство синтаксического, морфологического и семантического в их структуре»[[26]](#footnote-26) Такие предложения включают только слова изосемических подклассов. Вводя в синтаксическую теорию понятие *изосемии*, Г. А. Золотова пишет: «По признаку соответствия / несоответствия семантики подкласса основной семантике данной части речи разграничим изосемические и неизосемические подклассы слов. Слова изосемических и неизосемических подклассов служат средствами соответственно прямой и косвенной номинации референтов. Под *изосемией* в синтаксисе понимается соответствие между категориальными значениями структурных компонентов предложения и категориальными значениями их денотатов в реальной действительности.[[27]](#footnote-27)

В отличие от Г. А. Золотовой, присваивающей статус подлежащего целому ряду форм косвенных падежей, И. А. Мельчук[[28]](#footnote-28) выделяет *нулевые подлежащие* как в конструкциях с неназванным субъектом, так и в конструкциях с субъектом выраженным. Среди типов русских бесподлежащных предложений, традиционно относимых к «безличным», нет таких, которые характеризовались бы постулируемым для исходных, ядерных синтаксических структур комплексом признаков. Нулевое подлежащее - семантически значимый структурный признак, свидетельствующий о маркированности конструкции.

Таким образом, очевидно, что по вопросу понятия синтаксической структуры в литературе нет единства. Мы полагаем, что *под синтаксической структурой в общем виде следует понимать систему единиц речи, состоящих между собой в различных синтагматических (линейных) и парадигматических (нелинейных) отношениях, объединенных на основе вариативно-инвариантного принципа.* Такая формула позволяет раскрыть функциональную ценность языковых элементов на основе важнейшего методологического принципа трактовки языка как общественного явления.

Предпримем далее попытку объяснить особенности синтаксических конструкций в языке масс-медиа.

## 1.2. К объяснению специфики синтаксических структур в языке масс-медиа

Отмечая глобальные изменения в современном информационном обществе, связанные с непрерывно развивающимися возможностями массовой коммуникации, необходимо иметь в виду, что эти изменения влияют не только на условия жизни, но, прежде всего, на способ мышления, систему восприятия современного человека и его язык.[[29]](#footnote-29)

Будучи проводником новых социальных и культурных явлений жизни масс-медиа внедряют в язык новые понятия, новые грамматические нормы в осмыслении картины мира. При этом все новые понятия подвергаются интерпретации, проходя сквозь призму субъективного авторского мировосприятия и мироотражения.

Текст масс-медиа - это особый вид текста, одно из проявлений «обобщенного пространства Текста» как языковой материи. Текст рассматривается нами как языковая единица высшего уровня. Основополагающей в этом смысле является идея Ю. М. Лотмана о том, что текст - это передача имеющейся информации, и рождается он в семиосфере - «в синхронном семиотическом пространстве, заполняющем границы культуры»[[30]](#footnote-30).

Особый интерес в науке представляет проблема формирования модели текста масс-медиа. Общепринятого перечня социолингвистических критериев, достаточного для формирования модели языка масс-медиа, пока нет, однако есть наблюдения, описания, отдельные характеристики, которые могут быть приняты за основу предполагаемого набора типологических признаков. Так, И. П. Лысакова, занимающаяся социолингвистическим анализом современной прессы, выделяет социолингвистически значимые позиции[[31]](#footnote-31), прослеживая, таким образом, типологические языковые различия изданий. Автор включает сюда семантическую структуру заголовочных комплексов, семантико-стилистическую структуру наименований тематических полос, блоков и т. п., речевую структуру текста, синтаксические особенности текстов. Эти характеристики не достаточно конкретны, требуют уточнения и расширения, хотя, безусловно, должны учитываться в работе над моделью текста масс-медиа. «Взаимодействие синтаксиса, морфологии, словообразования, лексики в процессе речевой деятельности, при доминирующей роли синтаксиса, формирует из средств языка коммуникативный смысл текста»[[32]](#footnote-32) и, тем самым, позволяет выделить черты текстов масс-медиа как языковой организации - собственно лингвистические и социокультурные критерии, указывающие на отношение определенного текста к конкретной социокультурной модели масс-медиа.

Особо актуальна, на наш взгляд, задача моделирования смысловых и структурных связей, участвующие в текстообразовании, с безусловной опорой на прагматику - отношения говорящего и слушающего - автора (адресанта) речи-текста и читателя (адресата).

К основным чертам, характерным для языка масс-медиа сегодня можно отнести:

1) качественное усложнение и расширение сфер речевой коммуникации (прежде всего Интернет, где развиваются новые виды текста и диалогических форм);

2) разнообразие норм речевого поведения отдельных социальных групп, свойственное современной речевой коммуникации, которое находит отражение в языковой действительности масс-медиа;

3) демократизацию публицистического стиля и расширение нормативных границ языка массовой коммуникации, большая вариативность;

4) экспансия некодифицированных сфер языка: просторечия, жаргона, арго, вульгаризмов; проникновение англицизмов в язык масс-медиа;

5) следование узусу и языковой моде.

Интенсивное использование англицизмов порождает качественно новую лингвистическую ситуацию, при которой использование одного английского термина заменяет собой целую синтаксическую конструкцию. В языке масс-медиа, прежде всего в рекламных и новостных текстах, сжатость и повышенная информативность текста имеет большое значение, поэтому англицизмы заняли прочное место в современных СМИ. Иноязычные слова, попадая в наш язык, постепенно ассимилируются, приспосабливаются к звуковой системе русского языка, подчиняясь правилам русского словообразования и словоизменения, в той или иной степени утрачивая, таким образом, черты своего нерусского происхождения. Для понимания алгоритма этой ассимиляции следует обратиться к некоторым актуальным вопросам лексических заимствований.

## 1.3.Актуальные вопросы лексических заимствований

Изучение заимствований более чем какая-либо другая область словарного состава связана с историей народа в его отношениях с другими народами. Экономические, политические, культурные контакты с другими странами, военные столкновения накладывали свой отпечаток на развитие языка. Самые первые заимствования из неславянских языков проникли в русский язык еще в VIII-XII вв. На протяжении столетий русский язык обогащался заимствованиями из скандинавских (шведского, норвежского), германских, тюркских, греческого, латинского, итальянского, французского языков.

Лексическое влияние европейских языков на русский стало особенно ощущаться в XVI - XVII вв. и активизировалось в Петровскую эпоху, в XVIII в. Преобразование всех сторон русской жизни при Петре I, его административные, военные реформы, успехи просвещения, развитие науки - все это способствовало обогащению русской лексики иноязычными словами. Это были многочисленные названия новых тогда предметов быта, военные и морские термины, слова из области науки и искусства. Влияние английского языка оказалось сравнительно устойчивым: из него в русский язык проникали слова в течение всего XIX в. и позднее. Так, к этому источнику восходят слова из сферы общественных отношений, технические и спортивные термины, названия бытовых предметов: лидер, департамент, бойкот, парламент, вокзал, лифт, док, бюджет, сквер, коттедж, троллейбус, рельс, макинтош, бифштекс, пудинг, ром, виски, грог, торт, плед, свитер, пиджак, френч, финиш, спорт, спортсмен, футбол, баскетбол, волейбол, бокс, крокет, покер, хоккей, жокей, бридж, спиннинг и др.

Предварительная оценка состояния проблемы заимствования элементов одного языка (в том числе восприятия культурно-исторических традиций и системы ценностей) другим позволяет утверждать, что она включает в себя сложный комплекс вопросов различного характера. Наиболее актуальными представляются следующие:

- какое языковое явление считается заимствованием;

- причины заимствований;

- виды и типы мигрирующих элементов;

- освоение слова в заимствующем языке и разные стороны этого освоения;

- признаки освоения иноязычного слова, позволяющие считать его заимствованным и другие вопросы.

При исследовании заимствованной лексики возникают и другие, более конкретные вопросы:

 1) адаптация фонетическая, орфографическая, грамматическая, семантическая (например, развитие вторичных значений, сужение и расширение исходного значения);

2) разработка идеографических сфер (сфер функционирования слов);

3) изучение языковых контактов (взаимовлияние систем различных языков) и другие.

В понимании одних ученых заимствование - это элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т.п.), перенесенный из одного языка в другой в результате контактов языковых, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой. С точки зрения других - это любое языковое изменение, распространяющееся в языке посредством творческой имитации индивидами[[33]](#footnote-33). Применение по отношению к «словам-переводам» термина «калькирование» подразумевало их понимание в контексте копирования или имитации иноязычных моделей средствами воспринимающего языка. Объяснение заимствования слов как фонемного копирования иноязычной модели предложено также Э.Хаугеном.

На осмысление в отечественной лингвистике лексического заимствования как внутриязыкового создания большое влияние оказал вывод А.И.Смирницкого, что при заимствовании «слово порывает с системой того языка, в котором оно существовало ранее, и включается в систему другого языка», осмысливается в нем как основа и «оформляется по правилам и средствами этого языка»[[34]](#footnote-34) Трактовки лексического заимствования как «копирования иноязычных моделей» и как «имитационного моделирования иноязычных образцов» даны в работах Ю.А.Жлуктенко и Л.А.Ильиной[[35]](#footnote-35).

Понимание лексического заимствования как перехода или перенесения слов одного языка в другой логично предполагает «ассимиляцию» (или «адаптацию») иноязычной лексики в структуре воспринимающего языка, постепенно приспосабливающую иноязычия к исконным языковым нормам. Отсюда приоритет формального (структурного) освоения иноязычий как критерия их включенности в воспринимающий язык, деление их по этому критерию на «ассимилированные» («заимствованные») и «неассимилированные» (часто равно «иностранные»), выделение в языке узуальных, но неассимилированных иноязычных слов. Последнее логически строго ведет к выводу о существовании в языке иноязычных подсистем.

Принципиально иную логику объяснения формирует понимание лексического заимствования как создания собственными средствами воспринимающего языка лексических единиц по иноязычным образцам. Возникшие под иноязычным влиянием, но созданные средствами воспринимающего языка слова нелогично определять как иноязычия.

Таким образом, можно утверждать, что англоязычные заимствования пришли в русский язык в результате исторических связей русского и английского народов, а также по причине доминирующего положения английского языка в различных сферах международной жизни: экономической, компьютерной, культурной, спортивной и т. д. Англо-американская языковая экспансия в русский язык в конце ХХ – начале XXI вв. вызвана мировыми тенденциями к глобализации. Обратимся далее к анализу особенностей проникновения англицизмов в современные тексты масс-медиа.

# Глава 2. Особенности проникновения англицизмов в язык масс-медиа

## 2.1. Экспансия англицизмов в русскую языковую систему

Проблема языкового заимствования давно вышла за рамки обычного теоретизирования и активно обсуждается не только лингвистами. Нападки на корпус иностранных слов обусловлены тем обстоятельством, что язык рассматривается сегодня не только как основной специфический признак этноса и инструмент его самосохранения, но и как механизм формирования картины мира в аксиологическом аспекте (Ю.В.Бромлей, Ю.М.Лотман, Э.С.Маркарян, Э.В.Соколов). Ценности выступают базовой категорией при построении картины мира (Ю.Н.Караулов), конфигурация ценностей определяет культурный тип той или иной общности и специфику национальных картин мира и находит выражение в языке (А.Вежбицкая, А.Я.Гуревич, В.В.Иванов, О.Б. Сиротинина, А.М. Кормилицына). В русле такого подхода человек-носитель языка рассматривается не как «исполнитель» некой абстрактно-абсолютной «семантики языка», а как активный субъект познания, наделенный индивидуальным и социальным опытом, системой информации о мире, на основе которой он осуществляет коммуникацию.

Экспансии англицизмов в язык масс-медиа, наряду с такими факторами, как развитие информационных технологий и активизация межкультурных коммуникаций, способствует фактор социально-культурного порядка - идеализация американского образа жизни, повышенный интерес к американской культуре, в том числе образованию, бизнес-среде. Знание английского языка считается в высшей степени престижным, новые культурологические подходы отражаются в школьных и вузовских программах, методике преподавания иностранных языков, публикациях специализированных лингвострановедческих словарей, учебников, направлениях научных исследований, активно пропагандируется в печатных СМИ, на радио и телевидении. Незнание английского языка в некоторых сферах вообще не совместимо со статусом профессии, например, программист, веб-дизайнер.

Результатом культурной экспансии становится не только изменение экономической модели потребления, но и перестройка системы ценностных ориентаций, создание массовой культуры, ведущей к идеализации чужого образа жизни, идеологии, мировоззрения, искусства, порождающей чувство неполноценности в отношении к собственной культуре.[[36]](#footnote-36)

Согласно исследованиям Л. П. Крысина[[37]](#footnote-37), причинами заимствования слов могут быть различные по своему характеру - языковые, социальные, психические, эстетические и т. п. факторы, потребность в новых языковых формах, потребность в расчленении понятий, в разнообразии средств и в их полноте, в краткости и ясности, в удобстве и т. д. Сам процесс языкового заимствования рассматривался им в неразрывной связи с культурными и иными контактами двух разных языковых обществ и как часть и результат таких контактов.

Причины заимствований иноязычных слов столь же разнообразны, насколько многолик и многогранен сам процесс межкультурной коммуникации. Однако в составе английских заимствований в современном русском языке принято выделять, как правило, две основные группы, различающиеся основанием заимствований:

1)терминология (язык компьютерного дела, современная экономика, финансовое дело, менеджмент: компьютер, сайт, интернет-провайдер, консалтинг, холдинг, трастовая компания и другие);

2)«дань моде» (презентация, рейтинг, консенсус, брифинг, шоп-тур, киллер и другие).

Четкой границы между этими группами нет, так как многие заимствования, будучи терминами, в то же время мотивированы и престижностью нерусских номинаций (ток-шоу, шоумен, брейн-ринг)[[38]](#footnote-38).

Некоторые лингвисты отмечают «экспрессивность новизны» - одна из стойких причин заимствования англицизмов как более престижных, значительных, выразительных[[39]](#footnote-39). Англицизмы имеют перед русскими синонимами то преимущество, что аттестуют говорящего в социальном плане в определенных сферах более высоко, подчеркивают уровень информированности и претендуют на превосходство определенной группы молодежи, использующей эту лексику.

Поддерживая выводы Л.П.Крысина и Ф.А.Литвина, позволим себе расширить основания заимствований и выделить еще одну группу оснований: сфера речевой или «субъязыковой» идентификации (по терминологии Ю.М. Скребнева).

Концепция стилей (субъязыков) Ю.М.Скребнева[[40]](#footnote-40) базируется на понимании языка как совокупности частично пересекающихся (совпадающих), но, тем не менее, относительно самодовлеющих, законченных систем (речевых сфер). Существуют, например, субъязыки: СМИ, науки, политики, сферы образования, культуры, спорта и т.д. В пользу именно такого подхода говорит, в частности, признание в науке факта социальной дифференциации языка[[41]](#footnote-41). Варьирование социально обусловлено: оно зависит от возраста говорящих, уровня их образования, территориальной принадлежности, профессии и ряда других характеристик.

Если говорить о сфере культуры, то, согласно наблюдениям А.И.Дьякова в связи с распространением в России американских фантастических фильмов, в русском языке появилось два англицизма: *киборгизация* (cyborgization - замена отдельных органов человека кибернетическими устройствами как научно-техническая проблема) и *киборг* (cyborg - человек, подвергнутый киборгизации)[[42]](#footnote-42).

Сложившаяся на базе английского языка терминология вычислительной техники, полагает А.И.Дьяков, легко пополняется новыми терминами английского происхождения. Слова сайт, баннер, браузер и другие используются в речи людей, имеющих дело с компьютерами, которых становится с каждым годом все больше. Следовательно, эти англицизмы из сугубо профессиональной сферы переходят в узус многих русских людей.

Подобный процесс можно наблюдать и в спортивной терминологии (*боулинг* - игра, в которой пущенным по полу шаром необходимо сбить стоящие группой кегли, от англ. bowl «шар; игра в шары»; *дайвинг* - «подводное плавание», от англ. to dive «нырять, погружаться в воду»; *скейтборд* - «катание на доске с роликами», от англ. skate «катание на коньках, скольжение» и board «доска»; *сноуборд* - «катание на доске по снегу», от англ. snow «снег» и board «доска» и т.д.), а также в лексике некодифицированных подсистем языка, таких, как арго наркоманов, проституток, хиппи, музыкантов и других, где преобладают англицизмы или кальки с английских слов.

Сфера политики: Верховный совет стал устойчиво именоваться *парламентом*, председатель парламента - *спикером*. Прочно вошло в политический оборот слово *инаугурация* - церемония вступления в должность президента страны (от англ. inauguration «вступление в должность»). В городах появились *мэры, вице-мэры, префекты, супрефекты*. Советы уступили место *администрациям*. Главы администраций обзавелись своими *пресс-секретарями* и *пресс-атташе*, которые регулярно выступают на *пресс-конференциях*, рассылают *пресс-релизы*, организуют *брифинги* и *эксклюзивные интервью* своих шефов и т.д.

Активно проникают англицизмы в профессиональную сферу. Например: *секьюрити* - «охрана», от англ. security «безопасность, надёжность; охрана, защита»; *провайдер* - «поставщик», от англ. provider с тем же значением; *риэлтор* - «агент по продаже недвижимости», от «амер. realtor (от англ. realty «недвижимое имущество»); *брокер* - от англ. broker «комиссионер, оценщик; лицо, производящее продажу имущества»; *киллер* - «профессиональный убийца», от англ. killer «убийца» от to kill «убивать» и др.

Что касается собственно лингвостилистических особенностей субъязыка СМИ, то он, по Ю.М. Скребневу, представляет собой относительно самостоятельную, законченную подсистему общенационального языка и пользуется общеязыковыми средствами, отражая тенденции общеязыкового развития. Принимая терминологию Ю.М. Скребнева относительно трактовки субъязыка СМИ, мы соотносим ее с традиционным понятием «стиль» СМИ и выделяем, в свою очередь, особый *субъязык масс-медиа,* где находят отражение все речевые сферы. В свою очередь макросистема (субъязык) масс-медиа распадается на ряд микросистем, известных как газетно-журнальная публицистика, радио, телевидение и Интернет. Каждая из этих микросистем включает в себя ряд общих функциональных параметров, с одной стороны, и определенные специфичные для нее функциональные установки, стилевые черты и языковые признаки, с другой стороны.

Таким образом, в качестве причин заимствований, в том числе в языке масс-медиа, мы усматриваем наряду с основаниями: терминология, «дань моде», экспрессивность новизны, эмоциональность высказывания, и такое очень важное основание как *субъязыковая идентификация*.

## 2.2. Стадии процесса заимствования

Процесс заимствования не происходит спонтанно и единовременно. Вслед за О.П.Сологубом мы рассматриваем процесс заимствований как процесс долговременный, постепенный, предусматривающий ряд этапов и стадий приобретения иноязычным структурным элементом морфемных свойств в русском языке[[43]](#footnote-43).

О.П.Сологуб выделяет несколько таких этапов.

На начальной стадии иноязычные элементы выделяются лишь как регулярно повторяющиеся отрезки в ряде слов. Например, русским языком в последнее время заимствуется большой поток английских слов с суффиксом -инг- (маркетинг, кинднэппинг, холдинг, кастинг, боулинг, лизинг и т.д.). Однако, на русской почве этот отрезок еще не сформировался как полноценный суффикс.

На втором этапе иноязычный структурный элемент уже начинает формироваться как самостоятельная морфема в русском языке, так как слова, включающие данный компонент, уже четко осознаются в языке с точки зрения их состава, структуры. Они еще не получили широкого распространения в русском языке, но тем не менее уже сформировалось их словообразовательное значение, выделяется и четко осознается в русском языке производящая база. Четкую структурную выделимость и значение получил и иноязычный элемент -*мейкер*- (*плеймейкер* (в футболе), *ньюсмейкер, хитмейкер, клипмейкер, имиджмейкер*).

Третий этап характеризуется дальнейшим функционированием иноязычной морфемы в русском языке.

Четвертая ступень освоения иноязычных структурных элементов характеризуется определенной словообразовательной активностью иноязычных морфем в русском языке, когда становятся возможными единичные образования на почве русского языка с участием русских производящих основ, нередко окказионального характера.

На пятой стадии иноязычный структурный элемент уже прочно завоевывает свои позиции в системе русского языка. Это можно сказать, например, о приставке *супер*- (*суперэффективный, суперэластичный, супернегативный, суперрепортаж, супераншлаг, суперкомпьютер - суперновый, супермощный, супержвачка, супермама, супербомба, суперличность, супергерой*).

На шестом этапе морфемы иноязычного происхождения начинают развивать свою словообразующую активность, становиться все более продуктивными, притягивая к себе все большее число основ для образования новых слов, в том числе и на русской почве, тем самым расширяя свое значение и развивая многозначность. Например, суффикс -*ист*- прочно утвердился в русском языке, поскольку является чрезвычайно продуктивной словообразовательной единицей (*журналист, металлист, очеркист, танкист и т.д.)*

В результате иноязычные слова окончательно ассимилируются в русском языке и приобретают все большее распространение в различных речевых сферах, в первую очередь в языке масс-медиа.

## 2.3. Функционирование англицизмов в субъязыке масс-медиа

Мы полагаем, что в структурном плане англицизмы в текстах масс-медиа выполняют главным образом грамматические, тематические, оценочные, прагматические и коммуникативно-функциональные задачи, что определяется характером информации, типом фактуально-временной направленности (фактуальные данные, отношение к событиям или личностям, намерения), типом интеракции (нормальная трансакция, манипуляционная трансакция), типом коммуникативной стратегии и другими факторами.

Характерной приметой выступает использование множества транслитерированных и транскрибированных терминов. В сфере масс-медиа признаки устойчивости в последние два-три года обрели такие конструкции, как: *тариф роуминга*, *деловой имидж, секьюритизация бизнеса; рейтинг влияния, реанимация* *российской экономики*, *ангажированная* *пресса*, *наш* *спонсор, шоковая терапия, видео-шоу*, *шоу-бизнес, ток-шоу*, *хит сезон; дисбурсментский счет, аудиторская проверка, банковские авуары, акт сюрвейера, супервизирование, аутсайдер, диверсификация экспортной базы, ликвидность, банковская интервенция, известный консорциум, холдинг, банк-ремитент, бартер, бенефициар, брокер, брокераж, чартер, валоризация, капитализация, толлинг, дисконт, тендер, клиринг, менеджер, маркетинг, брэндинг, франчайзинг, франшиза, лизинг, мониторинг, мерчандайзер, варрант, котировка, локаут, преференциальные льготы, ноу-хау лицензиара, брокерские операции, консигнационные операции, онкольная операция (on call transaction), опцион, бонусное отчисление, банк, расположенный в оф-шорном финансовом центре, хеджер, фондовый рынок, гудвил, консолидированный бюджет, солидарный, субсидиарный, консигнационный агент, флуктуации рынка, маржинальный доход, лицензия, депозитарий, детеншен, дилер, риэлтер, дистрибьютер, дивиденд, дисконтер, ипотека, презентация, консенсус, рецессия, римесса (remittance), роялти, свинг, свог, тайм-чартер, тарифы, таксатор (tax-collector), тендер, терминал, транзит, трактация, трансферт, фондирование, форфейтинг, фри-аут, хайринг, инжиниринговые* *услуги и другие.*

Наибольшая частотность употребления англицизмов в печатных СМИ наблюдается в экономической сфере:

«*Ритейл* придает устойчивость банковскому *бизнесу*» («Эксперт». 2004. № 25.С.40)

«Хороший *брэнд* стоит 20 миллионов» («Форбс». 2004. № 3. С.53)

«*Пиксели* за *доллары*» («Форбс». 2004. № 3. С.82)

«*Коучинг* особенно востребован в области информационных технологий и сфере услуг» («Финанс». 2004. № 21. с.76)

«Рост доходов населения с нынешних минимальных уровней обещает взрыв розничного *банкинга*» («Финанс». 2004. № 21. с.27)

«Кризис и *аутсорсинг*» («Финанс». 2004. № 21. с.27)

в рекламе:

«Официальный *дистрибьютор* - *фирма* «Партия» («Деньги». 2004. № 13. С.15)

 «Поставки в *лизинг*» («Деньги». 2004. № 13. С.39)

«*Супер* скидки!» («Эксперт Северо-Запад». 2004. № 25. С. 5)

«Находясь в *роуминге* МегаФон, ты можешь отвечать на звонки друзей, коллег и близких по единому тарифу – 25 *центов* за минуту без НДС» («Эксперт». 2004. № 25.С.1)

а также в политической сфере:

«Какой *парламент* мы заслуживаем» («Финановый контроль». 2004. № 26. С.24)

«Через год на *мэрских* выборах Черепкова зарегистрировали кандидатом, но потом были отменены сами выборы» («Эксперт». 2004. № 28-29. С.51)

В отношении вышеуказанных слов можно отметить следующее: они перекочевали из своего состояния терминов экономической и (реже) социальной науки (где применение транслитерированных терминов может быть и вполне обоснованным) в сферу дискурса неспециалистов, на газетные и журнальные строки.

Очевидно, что злоупотребление англоязычной терминологией маскирует отсутствие самостоятельного мышления, принятие информации извне, без критической оценки, пустоту речи, скрывающуюся за оригинальным, не всегда доступным декодированию «фасадом».

Причастность к стилистическому фактору в языке масс-медиа выражается в установке на повышенную степень, или на эмоциональность, причем эмоциональность определенного рода. Создается тональность того или иного эмоционального преувеличения. Часты маркеры: *шоковый, кризис,* подлинный *коллапс* и т.п.

Для исследования английских заимствований в языке сетевых СМИ особенно важными представляются следующие аспекты:

1) выявление специфики виртуального языкового контакта;

2) классификация англицизмов по тематическому признаку;

3) классификация заимствованных элементов по степени ассимиляции русским языком и другие.

Анализ сетевых СМИ[[44]](#footnote-44) показывает, что встречающиеся здесь англицизмы фонетически, грамматически и семантически в разной степени ассимилированы русским языком. Так, слово Интернет до недавнего времени оставалось несклоняемым, а сейчас намечается тенденция к написанию его со строчной буквы. Англицизм *пиар* зачастую бытует в исходной графической форме (*PR*-отдел, *PR*-менеджер). В этой связи можно провести следующее таксономическое различение новых английских заимствований по степени ассимиляции:

1) англицизмы, грамматически оформленные средствами русского языка, наиболее частотные (*киллер, пейджер, менеджер, рейтинг*);

2) англицизмы с ограниченной областью употребления, семантически недостаточно освоенные (*брэнд, медиахолдинг, пресс-релиз, спичрайтер*);

3) англицизмы, имеющие специализированный характер, зачастую несклоняемые (*промоушн, онлайн, секьюрити, юзер*);

4) сохранившие исходную синтаксическую форму английские выражения, нередко предстающие в виде полукалек (*фьючерсная сделка, дисконтная карточка, реалти-шоу, поул позишн*);

5) англицизмы в английской или полуанглийской графике, свидетельствующей о начальном этапе их проникновения в речевой обиход (*PR-сервис, type-in трафик, ID*).

К особенностям языковой организации сетевых СМИ следует отнести увеличение содержательной емкости простых по форме конструкций. Из синонимического ряда средств передачи одной и той же информации, как правило, выбираются самые простые по форме, экономные. Все это приводит к активизации в текстах масс-медиа конструкций, представляющий собой результат семантико-синтаксических процессов номинализации, атрибутизации, адвербиализации и др. Эти конструкции позволяют максимально «сжать» информацию. При структурной простоте, то есть минимумом языковых средств, они способны значительно усложнить план высказывания. Употребление многокомпонентных, громоздких, «тяжелых» конструкций, состоящих из длинных цепочек конденсированных конструкций в Сети принято считать нецелесообразным. Экономичные конструкции к тому же создают непривычные метафорические экспрессивные сочетания, усиливающие воздействие на пользователя.

Еще одним средством экономии речевых средств при передачи информации является так называемого «вертикального» текста путем использования прецедентных феноменов. Они позволяют «сжать» текст за счет отсылки к уже имеющимся у массового адресата знаниям и представлениям.

В целом же можно отметить активность компрессии, конденсации, редукции конструкций, передающих информацию, которые обусловлены как экстралингвистическими факторами, так и внутренними законами языка средств массовой коммуникации.

Ускоренный способ передачи информации обуславливает менее официальный стиль речи, близкий к разговорному, а также определенную размытость жанровых границ. Созданию идеальной почвы для языкового контакта способствует и повсеместное распространение в среде журналистов русско-английского билингвизма, сопровождающегося интерферирующим влиянием английского языка.

# Заключение

Обобщая вышеизложенное, следует сказать, что в рамках структурной лингвистики еще не произошел качественный сдвиг в сторону осмысления экспансии англицизмов в язык масс-медиа как целостного и объективного процесса. Поэтому нельзя признать состояние данной проблематики в науке удовлетворительным.

Мы предлагаем понимать под синтаксической структурой систему единиц речи, состоящих между собой в различных синтагматических (линейных) и парадигматических (нелинейных) отношениях, объединенных на основе вариативно-инвариантного принципа.

В качестве причин заимствований англицизмов в языке масс-медиа, мы усматриваем наряду с основаниями: терминология, «дань моде», экспрессивность новизны, эмоциональность высказывания, получивших отражение в литературе, еще одно основание *субъязыковую идентификацию* (или речевую сферу коммуникантов).

Кажущаяся легкость, с которой некоторые англицизмы проникают в систему масс-медиа, объясняется социолингвистической ситуацией в России, до настоящего времени не созданы условия, позволяющие русскому языковому обществу целенаправленно заниматься языковым строительством. Однако, мы полагаем, что экспансия англицизмов - процесс временный, скорее всего в ближайшие годы динамика проникновения английских слов в русскую языковую систему снизится и приобретет более сбалансированный характер. Но нельзя не учитывать возрастание в России числа пользователей Интернет, вследствие чего распространение компьютерной лексики продолжится.

На фоне снижения уровня общей культуры и культуры речи как составляющей общей культуры необходимо подчеркнуть актуальность дальнейшего многоаспектного анализа и описания языка масс-медиа, уточнения степени его влияния на языковую компетенцию, в том числе на формирование языковой компетенции подрастающего поколения.

Таким образом, многие вопросы существования русского языка остаются актуальными и недостаточно исследованными, в частности, вопросы, связанные с характером проникновения иностранных языковых средств, обусловленного целым комплексом собственно лингвистических, психологических, социальных, национальных и т.п. факторов.

# Список литературы

1. Аверьянова И.Г. Функции иноязычной культурно-маркированной лексики в произведении. // Семантика слова и предложения. Днепропетровск, ДГУ, 1983. С. 3 - 9.
2. Агафонова Н.Д. Узуальные иноязычные вкрапления в современный русский язык. - КД. Ростов н/ Д, РГУ, 1995.
3. Адамец П. К вопросу о синтаксической парадигматике // Ceskoslovenska rusistika XI, 1966, № 2.
4. Адамец П. Актуальное членение, глубинные структуры и перифразы // Papers on Functional Sentence Perspective. Praha, 1974.
5. Адливанкин С.Ю. К вопросу о явлении заимствования в области словообразования // Уч. зап. Пермского университета. - 1965. - Т. 137. - Вып. 1.
6. Белошапкова В. А., Шмелева Т. В. Деривационная парадигма предложения // Вестник МГУ, сер. Филология, 1981, № 2.
7. Березин Ф.М. История лингвистических учений.- М., 1975.
8. Бонфанте Дж. Позиция неолингвистики // В.А.Звегинцев. История языкознания ХIX – XX вв. в очерках и извлечениях. Ч.I . – М., 1964.
9. Борисова-Лукашенец Е.Г. О лексике современного молодёжного жаргона (англоязычные заимствования студенческом сленге 60-70 гг). // Литературная норма в лексике и фразеологии. М., Наука, 1983. С. 106 - 120.
10. Верещагин Е.М. Тактико-ситуативный подход к речевому поведению (поведенческая ситуация "Угроза"). //Русистика, № 1, 1990.
11. Володина М.Н. Язык СМИ - основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003. С. 23-24.
12. Всеволодова М. В. Теория функционально-коммуникативного синтаксиса: Фрагмент прикладной (педагогической) модели языка. М., 2000.
13. Долинин К.А. Ролевая структура коммуникации и разговорная речь. В: Теория и практика лингвистического описания разговорной речи. Вып. 7. Часть 1. Горький, 1976.
14. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке. //Язык и культура. - Новосибирск, 2003. - С. 35-43.
15. Елизова Т.К. Заимствование английской лексики в русском языке в 60-70 гг. XX века. - АКД. Ростов н/Д, 1978.
16. Ерасов Б. С. Социальная культурология. М., 1997.
17. Жлуктенко Ю.А. Лингвистические аспекты двуязычия. - Киев, 1974.
18. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999.
19. Зернецкая О. В. Новостийные медиа в политическом дискурсе // Методология исследований политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 2. Минск, 2000. С. 137-145.
20. Золотова Г. А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. М., 1973.
21. Золотова Г. А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса. М., 1982.
22. Ильина Л.А. Методологические проблемы исследования процесса лексического заимствования // Лексика и фразеология языков народов Сибири. – Новосибирск, 1984.
23. Караулов Ю.Н. О некоторых особенностях современного состояния русского языка и науки о нем // Русистика сегодня. - М., 1995, №1. с 5-23.
24. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М., изд-во МГУ, 1971.
25. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи (из наблюдений над речевой практикой масс-медиа). М., Педагогика-Пресс, 1994.
26. Крысин Л.П. О новых иноязычных заимствованиях в лексике современного русского литературного языка. // Вопросы культуры речи, Выпуск 5, М., 1964. С. 71 - 90.
27. Крысин Л.П. К определению терминов «заимствование» и «заимствованное слово». // Развитие лексики русского литературного языка. М., Наука, 1965. С. 104 – 116.
28. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. М., Наука, 1968.
29. Крысин Л.П. О речевом поведении человека в малых социальных общностях. В: Язык и личность. Отв. ред. Д.Н. Шмелев. М., 1989; Он же: О перспективах социолингвистических исследований в русистике. //Русистика. - 1992, № 2.
30. Лекант П. А. Виды предикации и структура простого предложения // Лингвистический сборник. М,, 1975, вып. 4.
31. Линник Т.Г. Проблемы языкового заимствования // Языковые ситуации и взаимодействие языков. - Киев, 1989.
32. Литвин Ф. А. Почему шум? (Действительно ли русский язык нуждается сегодня в срочных мерах по спасению) // Язык и коммуникация: изучение и обучение. - Вып. 2. - Орел: ОГУ, 1998. - С. 116.
33. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек - текст - семиосфера – история. - М.: «Языки русской культуры», 1999.
34. Лысакова И. П. Социолингвистический анализ журналистского текста // Социология журналистики: Очерки методологии и практики: Пособие для студентов вузов по специальности «Журналистика» / Под. ред. С. Г. Кор-коносенко. - М.: ТОО «Гендальф», 1998.
35. Матезиус В. О так называемом актуальном члении предложения / Пражский лингвистический кружок: Сб. /Сост. М.А.Кондрашова.-М., 1967.
36. Мельчук И. А. О синтаксическом нуле // Типология пассивных конструкций: Диатезы и залоги. Л., 1974.
37. Мжельская О.С., Степанова Е.И. Новейшие англицизмы в русском языке. // Новые слова и словари новых слов. Л., 1983. С.125 - 139.
38. Наумова И.О. Фразеологизмы английского происхождения в современной публицистике. // РЯШ, 1989, № 6. С. 65-68.
39. Розен Е.В. Новые слова и устойчивые словосочетания в немецком языке. - М., 1991.
40. Скребнев Ю.М. Очерк теории стилистики. - Горький, 1975.
41. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. – М., 1956.
42. Сологуб О.П. Усвоение иноязычных структурных элементов в русском языке //Наука. Университет. 2002. Материалы Третьей научной конференции. - Новосибирск, 2002. - С. 130-134.
43. Соссюр Ф., де. Труды по языкознанию.- М., 1977.
44. Хауген Э. Процесс заимствования. // Новое в лингвистике. Вып.6, М., Прогресс, 1972. С. 344 - 382.
45. Хомский Н. Синтаксические структуры. - В кн.: Новое в лингвистике. Вып. II. М., 1962.
46. Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса. М., 1972.
47. Walter G. S., Abalakina-Paap M. Russia and the West: Intercultural Relations // Handbook of Intercultural Training. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 1996. P. 366-382.
1. Walter G. S., Abalakina-Paap M. Russia and the West: Intercultural Relations // Handbook of Intercultural Training. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 1996. P. 366-382. [↑](#footnote-ref-1)
2. Аверьянова И.Г. Функции иноязычной культурно-маркированной лексики в произведении. // Семантика слова и предложения. Днепропетровск, ДГУ, 1983. С. 3 - 9. [↑](#footnote-ref-2)
3. Агафонова Н.Д. Узуальные иноязычные вкрапления в современный русский язык. - КД. Ростов н/ Д, РГУ, 1995. [↑](#footnote-ref-3)
4. Адливанкин С.Ю. К вопросу о явлении заимствования в области словообразования // Уч. зап. Пермского университета. - 1965. - Т. 137. - Вып. 1. [↑](#footnote-ref-4)
5. Борисова-Лукашенец Е.Г. О лексике современного молодёжного жаргона (англоязычные заимствования студенческом сленге 60-70 гг). // Литературная норма в лексике и фразеологии. М., Наука, 1983. С. 106 - 120. [↑](#footnote-ref-5)
6. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке. //Язык и культура. - Новосибирск, 2003. - С. 35-43. [↑](#footnote-ref-6)
7. Елизова Т.К. Заимствование английской лексики в русском языке в 60-70 гг. XX века. - АКД. Ростов н/Д, 1978. [↑](#footnote-ref-7)
8. Мжельская О.С., Степанова Е.И. Новейшие англицизмы в русском языке. // Новые слова и словари новых слов. Л., 1983. С.125 - 139. [↑](#footnote-ref-8)
9. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. М., Наука, 1968; Он же: К определению терминов “заимствование” и “заимствованное слово”. // Развитие лексики русского литературного языка. М., Наука, 1965. С. 104 – 116; Он же: О новых иноязычных заимствованиях в лексике современного русского литературного языка. // Вопросы культуры речи, Выпуск 5, М., 1964. С. 71 - 90. [↑](#footnote-ref-9)
10. Линник Т.Г. Проблемы языкового заимствования // Языковые ситуации и взаимодействие языков. - Киев, 1989. [↑](#footnote-ref-10)
11. Хауген Э. Процесс заимствования. // Новое в лингвистике. Вып.6, М., Прогресс, 1972. С. 344 - 382. [↑](#footnote-ref-11)
12. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М., изд-во МГУ, 1971; Он же: Языковой вкус эпохи (из наблюдений над речевой практикой масс-медиа). М., Педагогика-Пресс, 1994. [↑](#footnote-ref-12)
13. Наумова И.О. Фразеологизмы английского происхождения в современной публицистике. // РЯШ, 1989, № 6. С. 65-68. [↑](#footnote-ref-13)
14. Адамец П. К вопросу о синтаксической парадигматике // Ceskoslovenska rusistika XI, 1966, № 2; Адамец П. Актуальное членение, глубинные структуры и перифразы // Papers on Functional Sentence Perspective. Praha, 1974. [↑](#footnote-ref-14)
15. Белошапкова В. А., Шмелева Т. В. Деривационная парадигма предложения // Вестник МГУ, сер. Филология, 1981, № 2. [↑](#footnote-ref-15)
16. Всеволодова М. В. Теория функционально-коммуникативного синтаксиса: Фрагмент прикладной (педагогической) модели языка. М., 2000. [↑](#footnote-ref-16)
17. Золотова Г. А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. М., 1973. [↑](#footnote-ref-17)
18. Лекант П. А. Виды предикации и структура простого предложения // Лингвистический сборник. М,, 1975, вып. 4. [↑](#footnote-ref-18)
19. Хомский Н. Синтаксические структуры. – В кн.: Новое в лингвистике. Вып. II. М., 1962; Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса. М., 1972; Хомский Н. Язык и мышление. Язык и проблемы знания. Благовещенск, 1999. [↑](#footnote-ref-19)
20. Березин Ф.М. История лингвистических учений.- М., 1975. [↑](#footnote-ref-20)
21. Соссюр Ф., де. Труды по языкознанию.- М., 1977. [↑](#footnote-ref-21)
22. Матезиус В. О так называемом актуальном члении предложения / Пражский лингвистический кружок: Сб. /Сост. М.А.Кондрашова.-М., 1967. [↑](#footnote-ref-22)
23. Хомский Н. Синтаксические структуры. - В кн.: Новое в лингвистике. Вып. II. М., 1962 [↑](#footnote-ref-23)
24. Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса. М., 1972. [↑](#footnote-ref-24)
25. Золотова Г. А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. М., 1973; Она же: Коммуникативные аспекты русского синтаксиса. М., 1982. [↑](#footnote-ref-25)
26. Золотова Г. А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса. М., 1982, С. 178. [↑](#footnote-ref-26)
27. Золотова Г. А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса. М., 1982, С.127. [↑](#footnote-ref-27)
28. Мельчук И. А. О синтаксическом нуле // Типология пассивных конструкций: Диатезы и залоги. Л., 1974. [↑](#footnote-ref-28)
29. Володина М.Н. Язык СМИ - основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003. С. 23-24. [↑](#footnote-ref-29)
30. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек –текст - семиосфера – история. - М.: «Языки русской культуры», 1999. с. 2, 4. [↑](#footnote-ref-30)
31. Лысакова И. П. Социолингвистический анализ журналистского текста // Социология журналистики: Очерки методологии и практики: Пособие для студентов вузов по специальности «Журналистика» / Под. ред. С. Г. Корконосенко. – М.: ТОО «Гендальф», 1998. с. 236. [↑](#footnote-ref-31)
32. Караулов Ю.Н. О некоторых особенностях современного состояния русского языка и науки о нем // Русистика сегодня. – М., 1995, №1. с 5-23. [↑](#footnote-ref-32)
33. См. например: Бонфанте Дж. Позиция неолингвистики // В.А.Звегинцев. История языкознания ХIX – XX вв. в очерках и извлечениях. Ч.I . – М., 1964. [↑](#footnote-ref-33)
34. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. – М., 1956, С.234-235. [↑](#footnote-ref-34)
35. Жлуктенко Ю.А. Лингвистические аспекты двуязычия. - Киев, 1974; Ильина Л.А. Методологические проблемы исследования процесса лексического заимствования // Лексика и фразеология языков народов Сибири. – Новосибирск, 1984. [↑](#footnote-ref-35)
36. Ерасов Б. С. Социальная культурология. М., 1997. С. 433-434. [↑](#footnote-ref-36)
37. Крысин Л.П. К определению терминов «заимствование» и «заимствованное слово». // Развитие лексики русского литературного языка. М., Наука, 1965. С. 104 - 116; Он же: О новых иноязычных заимствованиях в лексике современного русского литературного языка. // Вопросы культуры речи, Выпуск 5, М., 1964. С. 71 – 90. [↑](#footnote-ref-37)
38. Литвин Ф. А. Почему шум? (Действительно ли русский язык нуждается сегодня в срочных мерах по спасению) // Язык и коммуникация: изучение и обучение. - Вып. 2. - Орел: ОГУ, 1998. - С. 116. [↑](#footnote-ref-38)
39. Розен Е.В. Новые слова и устойчивые словосочетания в немецком языке. - М., 1991, С. 152. [↑](#footnote-ref-39)
40. См.: Скребнев Ю.М. Очерк теории стилистики. - Горький, 1975. [↑](#footnote-ref-40)
41. Долинин К.А. Ролевая структура коммуникации и разговорная речь. В: Теория и практика лингвистического описания разговорной речи. Вып. 7. Часть 1. Горький, 1976; Верещагин Е.М. Тактико-ситуативный подход к речевому поведению (поведенческая ситуация "Угроза"). //Русистика, № 1, 1990; Крысин Л.П. О речевом поведении человека в малых социальных общностях. В: Язык и личность. Отв. ред. Д.Н. Шмелев. М., 1989; Он же: О перспективах социолингвистических исследований в русистике. //Русистика. - 1992, № 2 и др. [↑](#footnote-ref-41)
42. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке. //Язык и культура. - Новосибирск, 2003. - С. 35-43. [↑](#footnote-ref-42)
43. Сологуб О.П. Усвоение иноязычных структурных элементов в русском языке //Наука. Университет. 2002. Материалы Третьей научной конференции. - Новосибирск, 2002. - С. 130-134. [↑](#footnote-ref-43)
44. Новостные агентства, газеты, журналы, порталы телевидения: Vesti.ru, Gazeta.ru, Известия, Интерфакс, Итоги.Ru, Коммерсант, Комсомольская правда, Compromat.ru, Lenta.ru, Независимое обозрение, Pravda.ru, РБК, РИА-Новости, Utro.ru, Эксперт; Вести РТР, НТВ, ОРТ, РТР, СТС и другие. [↑](#footnote-ref-44)