

всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (г. Чебоксары, 24 апр. 2020 г.). Чебоксары: Изд. дом «Среда», 2020. С. 205-208.

5. Залавина Т. Ю. Учебно-методическое пособие по французскому языку. Магнитогорск: ГОУ ВПО «МГТУ», 2010. 70 с.

6. Кисель О. В. Инновационные стратегии обучения как средство повышения мотивированности студентов // Актуальные проблемы современного общего и профессионального образования: материалы IV всерос. заоч. науч.-практ. конф. (г. Магнитогорск, 30 нояб. 2019 г.). Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г. И. Носова, 2019. С. 50-54.

7. Кисель О. В. Применение личностно-ориентированного подхода при обучении английскому языку для специальных целей // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования: тезисы докладов 78-й междунар. науч.-техн. конф. (г. Магнитогорск, 20-24 апр. 2020 г.). Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г. И. Носова, 2020. С. 455

8. Лукина О. А., Савва Л. И., Гасаненко Е. А., Солдатченко А. Л. Развитие направленности студента технического вуза на осознание личного образа и потенциала как условия формирования профессионального имиджа // Проблемы современного педагогического образования. 2018. № 59-4. С. 60-64.

9. Пикалова Е. А., Савва Л. И., Гасаненко Е. А. Овладение студентами вуза средствами автодидактики профессионального имидж проектирования // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2016. № 4. С. 64-69.

10. Савва Л. И., Гасаненко Е. А. Историография проблемы формирования профессионального имиджа студента технического вуза // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2015. № 4. С. 131-138.

11. Савва Л. И., Гасаненко Е. А., Шахмаева К. Е. Готовность студентов технического вуза к командной работе как основа профессионального имиджа // Перспективы науки и образования. 2018. № 6(36). С. 56-64.

12. Смирнова В. Р., Савва Л. И., Гасаненко Е. А. Классификация подходов к изучению самоопределения личности в контексте гуманитарных наук // Проблемы современного педагогического образования. 2019. № 62-1. С. 283-287.

13. Шепель В. М. Имиджеология: Секреты личного обаяния. М., 1997. С. 87.

УДК 378.147

*Т. Е. Вавилова (Воронеж, Россия)
Воронежский институт МВД России*

Англицизмы в повседневной речи

В статье рассматривается проблема заимствования иноязычных концептов в повседневную речь. Обозначены причины использования заимствованных слов носителями русского языка, их проникновение в речь, закрепление и развитие. Представлены результаты

опроса курсантов, определившего использование в их речи наиболее распространенных иностранных слов.

Ключевые слова: заимствования, англицизмы, иноязычный концепт, жаргон

Заимствование слов из других языков – это логичный, правомерный процесс, присущий любому языку. Использование слов иноязычного происхождения является естественным следствием языковой коммуникации.

В долгой истории развития русского языка сменялись периоды преимущественных заимствований:

из греческого – время, относящееся к христианизации страны (ангел, епископ, демон, икона, монах, монастырь, лампада);

из тюркских языков – практически на протяжении всей истории существования нашей страны (боярин, богатырь, жемчуг, кумыс, телега, орда);

из голландского – в основном, в период правления Петра I, связанный с развитием мореходства (верфь, гавань, матрос, флаг, флот, штурман, фарватер, полундра);

немецкого (фляжка, залп, фрейлина, гауптвахта, егерь, кастрюля, фейерверк);

французского (гардероб, жилет, пальто, актер, буржуа, батальон, гарнизон, пистолет);

из персидского языка (арбуз, диван, шахматы);

из английского языка – широкое использование англицизмов пришлось на XX век (джинсы, свитер, шорты, хот-дог, чипсы, дефолт).

Вопросами заимствования иноязычной лексики в русский язык в разное время занимались М. В. Ломоносов, Г. Р. Державин, которые ратовали за чистоту и уникальность русского языка, выступали против «нашествия» и «засилья» иностранных слов.

А. А. Потебня, напротив, считал, что заимствования обогащают язык, делают его более многозначным, ярким. «Заимствовать, – говорил он, – значит брать для того, чтобы может быть внести в сокровищницу человеческой культуры больше чем получаешь» [4, с. 224].

Современные ученые-лингвисты уделяют большое внимание изучению проблемы употребления иностранных слов в повседневной речи. Так, Л. П. Крысин говорит об усилении в последнее время процесса заимствования иноязычных слов. Среди различных причин, способствующих массовому проникновению англицизмов в наш язык он называет социально-психологические, когда многие носители языка считают иностранное слово более престижным по сравнению с соответствующим словом родного языка, а также широкое применение терминов, относящихся к компьютерной технике, появлению новых слов используемых в области спорта, моды; экономические и финансовые термины,

которые были заимствованы давно, но обращались преимущественно среди специалистов [3].

Действительно, интенсивность информационных потоков, развитие сети Интернет, международных туристических, спортивных и культурных связей – все это привело к появлению в нашем языке новой заимствованной лексики.

В случае, когда в родном языке еще не сформировалось название предмета или отсутствует описание какого-либо события, например, флэш-карта, веб-камера, или при появлении новых объектов – результатов технического развития – возникают термины, определяющие эти объекты: компьютер, принтер, сканер – происходит естественное, на наш взгляд, заимствование иноязычной лексики.

Иноязычные заимствования можно истолковывать как реновацию понятий, возникающих в результате осмысления поступающей информации, отображающей новейшие знания и опыт. Это приводит к образованию в языке неологизмов, которые впоследствии могут и часто выступают в качестве заимствованных понятий. Однако довольно часто заимствование иноязычных терминов происходит при наличии концептов, у которых уже существуют названия в родном языке [2, с. 22], например бойлер – кипятильник, паркинг – стоянка, гламурный – очаровательный и пр.

Естественно, язык, как живой организм, изменяется в соответствии со временем. Ему свойственно упрощаться, с тем чтобы быть более гибким, мобильным. В связи с этим повышенную обеспокоенность вызывает то, что в повседневной речи современной молодежи все чаще встречаются заимствования из англоязычного сленга и молодым людям легче выразить свои мысли и ощущения при помощи иностранного языка: хештег – слово образовано от английского *hashtag* – *hash* (знак «решетка») + *tag* (метка); баттл – поединок (*battle*); подкаст – аудио- или видеофайлы, созданные и периодически публикуемые в Интернете (*podcast*); хейтер – тот, кто ведет себя агрессивно, ненавидит кого-то (от *hate*).

Общеизвестно, что около трети населения земного шара говорит на английском языке, а еще больше людей его изучают. Большинство названий в сфере современных информационных технологий основывается на английском языке. На международных конференциях предлагаемая для обсуждения информация также чаще звучит по-английски, международные переговоры и саммиты преимущественно ведутся на английском языке, т.е. практически вся международная коммуникация осуществляется на английском языке.

Каковы же факторы заимствований иноязычной лексики в повседневную жизнь?

Причины появления «новых» слов в русском языке различны. В первую очередь, заимствования связаны с развитием, как уже говорилось, информационных технологий, требующих давать названия новым объектам, реалиям,

например, Интернет, ноутбук, сканер, сайт, принтер и пр., т.е. предметы появились и им надо дать имя, обозначить.

Как следствие, расширение сети Интернет привело к появлению целого ряда английских слов, вошедших в современную речь: селфи (self – сам), лайк (like – нравится), фейк (fake – подделка, фальшивка), ноутбук (notebook – блокнот, записная книжка), прайм-тайм (prime – лучшая часть; time – время), юзер (user – пользователь), пост (post – опубликовать информацию) и др.

Большую роль в проникновении заимствований в русский язык играет современная реклама. Рекламодатели, часто копируя англоязычную рекламу, приносят в русский язык и иноязычную лексику. Речь идет не только о технической лексике, но и об обычных реалиях, имеющих русскоязычный аналог: колл-центр – организация, занимающаяся обработкой сообщений, фрилансер – самозанятый работник, месседж – сообщение, пилинг – метод очищения кожи, менеджер – управляющий, копирайтер – человек, грамотно составляющий тексты, секонд-хэнд – магазин, торгующий одеждой, бывшей в употреблении, и пр.

Велико также влияние моды на появление и распространение иноязычных заимствований. Так, в нашей повседневной речи стала использоваться лексика: боди (body – тело, нижняя одежда), джинсы (jeans – брюки), клатч (clutch – обхватить => дамская сумочка без ручки), леггинсы (от leg – нога => обтягивающие брюки), свитер (sweat – потеть), стреч (stretch – растягиваться), шорты (short – короткий).

Бурное развитие бизнеса, в свою очередь, привело к проникновению в язык множества англицизмов, которые со временем прочно обосновались в нашей речи: бренд (brand – марка), брокер (broker – посредник), дедлайн (deadline – крайний срок), диверсификация (diverse – различный), менеджмент (management – управление), пиар (public relations – связи с общественностью), прайс-лист (price – цена; list – список), фрилансер (a freelancer – самозанятый сотрудник).

Много заимствований пришло в наш обиход из области спортивных мероприятий, названий различных видов спорта: футбол, дайвинг, боулинг, фитнес, байкер, сноуборд, голкипер и пр. Со временем эта терминология прочно вошла в родной язык и воспринимается не как чужой детерминант, а понятна и доступна каждому говорящему.

Конечно, использование англицизмов можно отнести к отсутствию соответствующего термина в русском языке, а также необходимостью выразить при помощи заимствования полисемичные описательные обороты, например, сингл – единственная песня на диске; ремейк – новая (улучшенная) версия; кофе-брейк – короткий перерыв, блокбастер – обозначение очень популярного, успешного продукта в кино- или театральной индустрии. Таким образом, одним словом выражается содержание, суть, смысл того или иного термина или действия [1, с. 7].

Стоит отметить, что для молодого поколения немаловажным остается и дань моде, поскольку знание и употребление англоязычной лексики в обычной ситуации считается в высшей степени престижным, повышает самооценку говорящего в глазах окружающих. Используя англицизмы, молодые люди хотят выглядеть модными, современными, завоевать уважение собеседника, показать уровень образованности, одним словом, произвести должное впечатление.

Заемствованные слова звучат порой солиднее и придают, например, обычным профессиям определенный вес [5, с. 180]. Так, секьюрити (security – защита, охрана) звучит значительнее, солиднее, чем просто охранник, а менеджер клининговой (clean – чистить, убирать) компании более позитивно, престижно, чем обычный уборщик.

При подготовке данной статьи нами были опрошены 43 курсанта 2 курса юридического факультета. Мы предложили ответить на следующие вопросы:

- Какие современные заимствования из английского языка вы знаете?
- Употребляете ли вы англицизмы в повседневной речи?
- Какие англицизмы вы употребляете в речи чаще других?

По результатам данного опроса было выявлено 103 слова, самыми популярными оказались: компьютер (88% опрошенных), Интернет (79%), джинсы (74%), селфи (64%), респект (56%), футбол (51%), постить (51%), менеджер (39,5%), секьюрити (38%), маркетинг (37%), хот-дог (34%), фастфуд (34%), свитшот (26%), бренд (24%), драйв (24%), хакер (15%), блокбастер, хайп, скейт – все по 12% от числа опрошенных.

Таким образом, итоги опроса, вызвавшего заметный интерес к предмету обсуждения, показали, что курсанты, в целом, положительно относятся к заимствованиям, которые помогают общаться со сверстниками на понятном для них языке, лучше понимать друг друга, хотя часто высказывается мнение, что употребление некоторых из заимствований неоправданно.

В основном, опрашиваемые выделили четыре категории слов, употребление которых считают уместным. Прежде всего это слова, связанные с компьютерными технологиями и их производными (83,5%). Другие группы англицизмов употребляются в связи с названиями профессий (36,1%), тенденциями в модельном бизнесе (41,3%). Пожалуй, самым часто употребляемым является молодежный сленг (43,8%), не имеющий аналогов в русском языке, либо требующий пространных пояснений.

Несомненно, в самих иноязычных заимствованиях нет ничего дурного, без них сегодня невозможно представить современную речь. Мы живем в глобальном мире, поэтому взаимная коммуникация будет способствовать и обоюдному проникновению и влиянию языков. Взаимопроникновение языков очевидно и естественно, этот процесс все время в развитии.

Конечно, только при правильном понимании значения иностранного слова и только при условии его уместного употребления в речи заимствования

смогут обогатить наш язык, повысят культуру речи говорящего. Безусловно, знание иноязычной лексики расширяет кругозор любого человека, помогает ему лучше ориентироваться в современных реалиях.

Литература

1. Володарская Э. Ф. Заимствование как универсальное лингвистическое явление // Вопросы филологии. 2010. С. 5-8.
2. Касьянова Л. Ю. Заимствование концептов как релевантный фактор обновления концептосферы языка. // Вестник Тамбовского государственного университета. 2008. № 6(62). С. 18-24.
3. Крысин Л. П. О русском языке наших дней [Электронный ресурс] // Изменяющийся языковой мир. Пермь, 2002. URL: <http://philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm> (дата обращения: 04.03.2020).
4. Потенция А. А. Заимствования в английском языке. М.: Наука, 1976. 264 с.
5. Чеклецова Е. И. Современные заимствования из английского языка в речи представителей молодежной культуры // Уральский филологический вестник. Серия: язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2015. № 1. С. 175-182.

УДК 372.881.111.1

*Е. Н. Воробьева (Вологда, Россия)
Вологодский институт права и экономики ФСИН России*

Использование аутентичных аудиоматериалов при формировании профессиональной иноязычной компетенции курсантов

В статье рассматриваются вопросы использования аутентичных аудиотекстов в процессе формирования профессиональной иноязычной компетенции курсантов ведомственного вуза. Автор представляет опыт использования материалов учебного комплекса “English File” британского издательства “Oxford University Press” при изучении темы «Общая характеристика уголовного и уголовно-исполнительного права стран изучаемого языка».

Ключевые слова: профессиональная иноязычная компетенция, уголовное право стран изучаемого языка, аудирование, аутентичные материалы.

Курс иностранного языка для специальности 40.05.02 «Правоохранительная деятельность» имеет практико-ориентированный характер и построен с учетом междисциплинарных связей, в первую очередь, с дисциплинами профессионального цикла. В соответствии с содержанием компетенции ОК-11 (способность к деловому общению, профессиональной коммуникации на одном из иностранных языков) можно выделить, в частности, следующие профессиональные компетенции, которыми должен обладать курсант ведомственного ву-