

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 811:111:37

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ОБИХОДНО-БЫТОВАЯ ЛЕКСИКА»

А.И. Дьяков

Аннотация. Рассматриваются англицизмы, функционирующие в русском языке в обиходно-бытовой речи. Наряду с хорошо освоенными заимствованиями анализируются новейшие англицизмы, входящие в узус русскоязычного человека в начале XXI в.; приводятся примеры, иллюстрирующие некоторые их функции в русских текстах.

Ключевые слова: англицизм; английское заимствование; функции; обиходно-бытовая речь.

Заимствование иноязычной лексики как один из способов номинации новых явлений, а также замены существующих наименований в прагматических целях играет важную роль в пополнении словаря русского языка. В конце XX – начале XXI в. особенно интенсивно заимствуются языковые единицы английского языка: морфемы, лексемы, словосочетания и даже фразы, что связано с лингвистическими и экстралингвистическими факторами.

Объектом исследования в настоящей статье выступают заимствования из английского языка. В связи с этим возникает необходимость в дефиниции и дифференциации понятия «англицизм». В энциклопедическом словаре Ф. Брокгауза и И. Ефрона англицизм рассматривается как «особенность английского языка, перенесенная в другой язык» [1. С. 25]. Особенностью языка может быть единица любого уровня. Если в русскую речь переносится интонационная особенность английского языка (падение интонации с последующим повышением или наоборот), то следует говорить о заимствовании английской интонаемы. Если в русский рекламный текст вставляются английские графемы, то речь идет о заимствовании английской (латинской) графемы, если калькируется английская идиома, соответствующая по структуре предложению, следует говорить о заимствовании фразы (*Любопытство сгубило кошку* – *Curiosity killed the cat*) и т.п.

Д.Н. Ушаков описывает англицизм как вид варваризма, а именно «как оборот речи, выражение в каком-н. языке, составленное по образцу английского языка» [2. С. 34]. Согласимся с этим определением, так как и английские «обороты речи» заимствуются русским языком. Приведем примеры данного типа англицизмов, нередко использующихся в

слоганах российских компаний и названиях чего-либо: *сберегая время, раздвигая границы, стремясь к объединению, раздвигая горизонты, открывая новую себя, преумножая возможности* и т.п.

В русском языке не принято использовать свободные деепричастные обороты как отдельные предложения. Деепричастный оборот, за редким исключением, соотносится с подлежащим. Английский язык широко использует слоганы с причастиями (в русском языке они переводятся деепричастиями): *enhancing power* – увеличивая мощь, *opening new page* – открывая новую страницу и т.п.

Недавно появились фразы типа «*Я имею, что сказать*» (I have something to say), «*Есть проблемы?*» (Any problems?), «*Нет проблем*» (No problems), «*Все включено*» (All inclusive), «*Без комментариев*» (No comments) и др. Приведенные фразы являются кальками с английского языка, сохранившими исходную английскую структуру. В лингвистической литературе «англицизм» понимается двояко (в широком и узком значениях).

В широком значении, как считает В.М. Аристова [3. С. 13], «англицизм» – понятие лингвистическое, поэтому исходным считается язык, а не национальные, этнические особенности того или иного языкового ареала. На этом основании в группу англицизмов включены слова из американского, австралийского, индийского и других вариантов английского языка.

В узком понимании термин «англицизм» – это «только слова исконной английской лексики» [4. С. 96]. Семантическим англицизмом будем считать значение английского аффикса (грамматического или словообразовательного), слова, аббревиатуры, фразеологизма, словосочетания, предложения, воспроизведенное русскими средствами – калькой и полукалькой [5. С. 14].

Таким образом, англицизм – это единица любого языкового уровня, перенесенная в русский язык, прошедшая определенную трансформацию или оставшаяся в своем оригинальном облике. Большая часть заимствований из английского языка – имена существительные, так как их перенос в русский язык не связан со структурными изменениями. Эти англицизмы заимствуются в русский язык одновременно с их грамматической интеграцией.

Однако английские прилагательные и глаголы также входят в русскоязычную речь. Аналитизм английского языка и синтетизм русского вступают в противоречие при заимствовании этих частей речи. Грамматические значения русского языка выражаются внутри слова, в то время как в аналитическом английском это происходит за счет порядка слов, интонации, служебных слов. Большое количество заимствованных глагольных англицизмов употребляется в компьютерной сфере или в профессиональных сленгах. Данные заимствования не являются русскими словами, хотя у них есть их формальные признаки (окончания). В этом

случае мы имеем прямое заимствование английских глаголов в русский язык с определенными трансформациями (присоединением глагольных суффиксов), присущими синтетическому русскому языку: *диалить*, *постить*, *рендировать*, *спидить*, *флексить*, *хэдээрить* и т.п.

При заимствовании английских прилагательных также происходит присоединение русских словообразовательных суффиксов (за исключением несклоняемых прилагательных: *секси*, *профи*, *спорти* и т.п.). Заимствование прилагательных в большей мере наблюдается в молодежном жаргоне: *литтловый*, *янговый*, *файновый*, *вайтовый* и пр., а также в научной лексике: *обсценный*, *пертинентный*, *полиморфный*, *радиоактивный*, *резистивный*, *робастный* и др.

Англоязычному влиянию подвергаются многие сферы русской жизни: экономика и финансы, наука, оборона, культура и образование, спорт, отдых и развлечения, общественно-политическая жизнь, экология и т.п. Нами собрано и систематизировано из СМИ, научной и справочной литературы более 12 тыс. английских слов и словосочетаний, функционирующих в русском языке [6]. Рассмотрим подробнее особенности функционирования англицизмов и их дериватов тематической группы «Обиходно-бытовая лексика».

В эту тематическую группу мы помещаем слова, называющие, в основном, вещи (приборы, предметы мебели, канцелярские принадлежности, продукты питания, предметы одежды, транспортные средства и т.д.) и составляющие предметное окружение современного человека.

Необходимо оговориться, что некоторые из перечисленных ниже слов не новы для русского языка. Они, как правило, интересны новейшими контекстными связями, производными, а также значениями. Кроме того, следует сказать, что вычленение этой группы представляет определенную трудность, так как фактически любой англицизм из сугубо специализированной сферы может войти в каждодневный узус носителя русского языка (что является свидетельством его прочной закреплённости в языке-рецепторе), в связи с актуализацией понятия, предмета или явления, его частотным употреблением в СМИ.

Например, сугубо терминологические лексемы *скрининг* (screening – массовое обследование населения), *ребефинг* (rebirthing – способ снятия стрессов при помощи системы непрерывного дыхания), *хилер* (healer – врач, лечащий путем собственных целительных биотоков), *хоспис* (hospice – больница для неизлечимых), *блистер* (blister – волдырь, упаковка для лекарственных препаратов), *триггеры* (triggers – факторы, вызывающие обострение болезни) могут в результате вышеперечисленных факторов стать известными любому носителю русского языка.

В каждодневный лексикон русскоязычного человека входят англицизмы – названия лекарств: *Гербалайф* (Herbalife – от названия кор-

порации), *Дискавери* (Discovery – открытие, поддержка всех функций организма), *Супер Шилд* (Super Shield – суперзащита от канцерогенов) и др. Эти собственные наименования употребляются в русской речи немотивированно, т.е. пользователь не задумывается над внутренней формой данных номинаций. В эту же группу немотивированно используемых собственных английских наименований можно отнести названия продуктов питания, например *Колд Сизон Ти* (Cold Season Tea – чай для холодной поры), *Бэдтайм Ти* (Bedtime Tea – чай на сон грядущий), шоколад *Альпен Голд* (Alpen Gold – Золото Альп), *Милквэй* (Milky Way – Млечный Путь), пиво *Рэд Бул* (Red Bull – Красный бык), *чипсы Рафлз* (Raffles – кружевные манжеты), сыр *Фэрн дэйл* (Ferndale – долина папоротников) и др. Сюда же можно отнести англицизмы – наименования гигиенических средств: зубных паст *Блэндамет* (Bland-a-med – переход одного цвета в другой), *Аквафреш* (Aquafresh – свежесть воды), жидкости для мытья посуды *Санлайт* (Sunlight – Солнечный свет), наименования предметов косметики: *Кул вэйв* (Cool Wave – прохладная волна), *Грейт вэр* (Great Wear – суперустойчивая губная помада), *Сэйфгард* (Safeguard – надежная защита), шампуней: *Сансилк* (Sunsilk – солнечный шелк), *Ваш энд Гоу* (Wash and Go – вымыл и иди), прокладок *Фил Фрэш* (Feel Fresh – почувствуй свежесть).

Многочисленные наименования марок сигарет, например *Лаки страйк* (Lucky Strike – неожиданная удача), собственные наименования разновидностей приборов и приспособлений: *Лук то гоу* (Look to go) – накладки для волос, *Абтроник* (AbTronic) – пояс для накачивания прессы, *Вандер коллекшн* (Wonder collection) – приспособления для нарезки овощей, *Тоби* (Tobi) – паровой прибор для разглаживания одежды и ее очищения от запаха, *Хэагамми* (Hairgami) – заколки для волос, *Майкро-стар* (MicroStar) – прибор для бритья волос и многие другие также употребляются немотивированно в речи русскоговорящих людей.

Импорт англицизмов – наименований торговых марок в русский язык настолько велик, что русские производители, по соображениям конкурентоспособности собственных товаров, придумывают названия на английском языке. Так появились в продаже газированная вода *Fruitime* (время фруктов) и кукурузные палочки *Every day* (каждый день) новосибирского производства, омское пиво получило название *Bagbeer* (мешок пива), а тюменские производители батареек в уличной рекламе используют наименование *Tyumen Battery*, стараясь привлечь данным «англицизмом» русского происхождения потенциальных покупателей. Функциональная особенность вышеперечисленных номинаций заключается в привлечении покупателя (аттрактивная функция), но происходить это будет при условии владения английским языком, т.е. узнавании внутренней формы названия. Функция англицизмов русского происхождения

состоит также в привлечении потенциального зарубежного покупателя. Кроме того, перечисленные англицизмы-наименования выполняют декоративную функцию в связи с притягательностью английской графики для определенного числа русских потребителей.

Английские наименования некоторых известных марок принимают участие в русском словообразовании, например название *Кока-Кола* является деривационной базой для слов *кокакольный*, *кокакольщик*: «*Миролюбивые хотдого-кокакольщики, проживающие в штате Флорида сидели дома, посматривали Дом-2, ели ананасы и жевали рябчикофф...*» (Ресурс Удава. 2006.06.13).

Виктор Пелевин, играя словами, переделывает данный англицизм-название в стилистических целях в слова *Кока-колокол* и *Пепси-колокол* (Generation «П») (игровая функция). На русской эстраде появилась певица с искусственно созданным сценическим именем *Мюзикола*.

От англицизма *Спрайт* (sprite – фея) – названия напитка, образовано русское прилагательное *спрайтовский*, т.е. относящийся к фирме, реализующей этот напиток: «Спрайтовский первоапрельский прикол» (реклама).

Название шоколада *Сникерс* также явилось производящей основой для русского глагола *сникерснуть*, вошедшего в состав идиоматического словосочетания *сникерснуть горя* (идиомообразующая функция), передающего иронически-насмешливое отношение к описываемому объекту.

Частотность употребления англицизма *фаст-фуд* (fast-food – быстрая еда), номинирующего заведение быстрого питания, а также пищу быстрого приготовления, стимулировала образование русского прилагательного *фастфудный* (фастфудовский): «За пивом нужно ходить самостоятельно, за едой тоже, а она сугубо *фастфудная*» (Яндекс. 2011).

Русское слово *закусочная* стало часто подменяться англицизмом *снэк-бар* (snack-bar – закусочный бар), так как, по мнению устроителей, английское наименование более престижно, декоративно, привлекает потенциального покупателя. В таких барах продаются *снэки*, *маффины*, *бэйглы*, *крабчипсы*, *лонгеры*, *бекончипсы*, разнообразные *паи* и другие продукты. Названия вышеперечисленных изделий являются нередко экзотичными для русского покупателя, поэтому о полной ассимилированности этих лексем-англицизмов в русском языке говорить пока рано. Их функциональность ограничивается на данный период названием новых предметов, а также дифференцированием разновидностей продуктов питания. Выбор престижных английских слов, употребленных вместо более «скромных» русских эквивалентов, обусловлен тем, что подобного рода английские слова используются в целях создания определенного колорита (дорогие рестораны, привычки богатых гурманов и т.д.). Экзотические названия продуктов питания, такие как *нектарин* (nectarine – гладкий персик), соус *барбекю* (barbecue – особо приготовленное мясо),

лобстеры (lobster – омар), дрессинг (dressing – соус для салата), пикули (pickles – маринованные овощи), чатни (chutney – кисло-сладкий индийский соус) и т.д., способствуют созданию этого колорита (социально-маркирующая функция).

Около 100 английских наименований продуктов и блюд с различной степенью ассимилированности в языке-рецепторе употребляются носителями русского языка.

1. Ранние заимствования, укоренившиеся в русском языке: *бекон, бисквит, бифштекс, ванилин, грейпфрут, джем, кекс, ливер, лярд, пудинг, ростбиф, чеддер* и др.

2. Средние заимствования: *бройлер, йогурт, кетчуп, киви, лобстер, сэндвич* и другие пришли в русский язык в середине XX в.

3. Новейшие заимствования (конец XX – начало XXI в.): *барбекю, биг-мак, бэйгл, гамбургер, мюсли, попкорн, слайсы, тосты, фишбургер, франкфуртер, чизбургер, чикенбургер, чипсы* и др.

Они, как правило, известны широкому кругу русскоязычного населения. Однако есть большая группа англицизмов, номинирующих давно существующие реалии западной кухни, мало известные в России, потенциал их вхождения в каждодневный узуз русскоязычного человека видится отдаленным: *айриш стью, аррорут, бильтонг, веджемайт, граус, джамбобургер, джонатан, клем шаудер, клементин, корн-дог, мак-чикен, минспай, мокк-тертель суп, неммикан, плум-пудинг, ромиштекс, скотч, чатни, трайфл, уипс, фьюжн, хашибраун, хотч-потч, хэгис, чатни, чикен пай, шортбред* и др. Лексемы – наименования продуктов питания молодежного жаргона дублируют уже существующие русские номинации: *баббл гам* (жевательная резинка), *брэд* (хлеб), *джанк-фуд* (калорийная пища), *инстант кофе* (быстрорастворимый кофе), *лолипон* (леденец на палочке), *сифуд* (морская пища), *френч-фрайз* (картошка фри), *чиз* (сыр), *чуингам* (жевательная резинка). Слово «джанк-фуд», называющее калорийную, вредную для здоровья пищу, имеет потенциал стать полноправным заимствованием, так как в русском языке нет однословного эквивалента.

Англицизмы – наименования емкостей: *кеги, zip-топ, контейнер, мультипак, пэт, доги-бэг* и другие также функционируют в русской речи. Заимствования *zip-топ* (жестяная банка с пробкой в виде металлической полоски) и *доги-бэг* (коробочка, выдаваемая в ресторане для выноса пищи своей собаке) не прижились в русском языке в полной мере: традиции выносить пищу из ресторана для животных в русской практике нет, а необходимость в дифференцированном наименовании разновидности банки для жидкости отсутствует.

Некоторые заимствования подгруппы «Пища» имеют долгосрочный потенциал функционирования: *радаппертизация, фуд-арт, этно-*

фуд и другие в связи с новыми тенденциями в этой области. Большинство имеют дериваты: *арроруттовый, беконный, бройлерный, ванилиновый, грейпфрутовый, джемовый, йогуртный, кетчупный, лярдовый, попкорновый, ромовый, слайсовый, фастфудовский, хот-дожный, чупачупсовый*. Отдельные англицизмы этой группы получили новые значения в молодежном сленге: *нацедить фанты* – сходить по-маленькому, *бройлер* – девушка, *чупачупс* – оральный секс. Англицизмы типа *ти-брейк* (47 тыс. сайтов), *файф-о-клок* (3 тыс. сайтов), *фуд-рейв* (270 сайтов), несмотря на то что могут быть заменены русскими эквивалентами *перерыв на чай, обед в пять часов, вечеринка, где обмениваются опытом приготовления пищи*, успешно справляются с коммуникативной функцией, обозначая явления, не прижившиеся достаточно хорошо на русской почве.

Наименование ресторанов *Мак Дональдс* явилось причиной появления прилагательного *макдональдский*. В текстах встречается существительное *макдонализация*, например «*Макдонализация мира*» (Вестник. 1999.04.27).

Производные прилагательные, образованные от названий продуктов питания, часто употребляются в переносном значении, выполняя функцию эмоциональной окрашенности, оценочности и образования стиля: «*Гамбургерные толстопузы Амеры*» (РР).

Производное *гамбургероеды* также содержит негативную оценку описываемого объекта. Негативный оценочный элемент несет производное прилагательное от англицизмов *поп-корн* и *кетчуп*: «Вершиной психоза стало заявление одного из *попкорновых* недорослей» (Комок. 2003.09.20), «Расслаблялись просмотром очередного “*кетчупного*” боевика...» (РР).

Вышеперечисленные англицизмы образуют в языке-рецепторе русские названия заведений, где продается эта пища, например: «До присоединения к группе он работал в *гамбургерной*», «Номера у дома нет, но это не тот экзот, где газ, а тот, где *хот-дожная*».

К услугам любителей пива предлагаются многочисленные *пабы*, где посетителям предлагаются *лагер* (lager – светлое пиво) в *кегах* (keg – бочонок емкостью 10 галлонов), а также *софт дринкс* (soft drinks – безалкогольные напитки), продающиеся в *zip-топах*. Замена привычного русского слова *пивная* англицизмом *паб* обусловлена приобретенным за многие годы русским словом *пивная* (*пивнушка*) негативной коннотации, а английское заимствование звучит более культурно, не вызывает ассоциаций с накурненным помещением, грязными столами и пьяными посетителями. Англицизм используется в стихотворной рекламе: «Приходите вы в наш *паб*, там продукция *ВИНАП!*».

Широко используются англицизмы – наименования напитков: *боуль, бренди, виски, грог, джин, джин-тоник, кастерд, кока-кола, кок-*

тейль, лагер, мартини, муссек, пепси-кола, портер, пуниш, ром, скотч, спирт, спрайт, тоник, фанта. Англицизмы этой минигруппы имеют слова – «дублиеры» русских наименований: бир (пиво), вайн, вайна (вино), джус (сок), дринк, дринч (выпивка), софт-дринк (безалкогольный напиток). Они употребляются в молодежном жаргоне и находятся на периферии поля англицизмов. В периферийном сегменте находятся также заимствования – названия типов коктейлей и напитков, известные ограниченному числу молодежи (около 70 названий): Айриш крим, Бишоп, Блэкберри бренди, Булл шот, Лоубол, Манхэттен, Он зе рокс, Флип, Хайбол, Чейзер, шутер, эг-ног, Ягуа и др.

Конец XX – начало XXI в. характеризуется появлением большого количества английских наименований бытовых приборов. Нами найдено около 70 англицизмов – номинаций бытовых приборов и приспособлений, среди которых есть как давно освоенные заимствования типа блендер, гриль, куттер, миксер, ноутбук, плеер, принтер, ростер, слайсер, триммер и другие, так и недавно вошедшие в русский язык слова гриндер, дефростер, климат-контроль, оверхед, спот, спринклер, а также «экзотические»: бэби-бипер (прибор, подающий сигнал во время зачатия ребенка), вотер-бэд (водяная постель), эгпиллер (прибор для нарезки вареных яиц) и др. Лексемы «эгпилер» и «экстрингер» не найдены в Интернете, однако в журнале «Yes!» (2006. № 10) эти заимствования употреблены в русской графике.

Частотностью употребления характеризуется англицизм хай тек (high tech – высокая технология). Актуализация употребления данного англицизма привела к появлению русского деривата хайтековский (хайтековское оборудование, стиль, хайтековская физиономия магазина и т.д.).

Появление новейших товаров для дома явилось причиной заимствования таких новых слов английского происхождения, как сайдинги (siding – виниловые панели), молдинги (molding – матрица, окантовка панели), батенсы (battens – половая доска), тэны (tan – прибор для загара), джакузи (Jacuzzi – ванна с подогревом и турбулентным движением воды), сплит-кондиционеры (split – расщеплять), фитинги (fitting – деталь для соединения труб) и др. Все они выполняют номинативную функцию, ассимилировались в русском языке ввиду продолжительности своего функционирования.

Прилагательное тефлоновый, образованное от искусственного англицизма Teflon, употребляется в качестве метафоры, что свидетельствует о принятии русским языком этого деривата: «Ельцин, увы, у нас тефлоновый» (АиФ. 1998.05.24).

Давно освоенный англицизм кейс (case – чемодан) является компонентом англицизмов-неологизмов брифкейс, бустеркейс и транскейс, выполняя в языке-доноре словообразовательную функцию, он потенциально может служить «строительной базой» новых слов в русском языке.

В словарь делового человека прочно вошли такие англицизмы, как *бэдж*, *классификатор*, *ноутбук* (его разновидности: *айпод*, *айпад*, *аудиобук*, *лэптоп* и *пауэрбук*), *органайзер*, *холстер*, *таймер*, *биперы*, *скремблер*, *интерком*, *шредеры*, *оверхэды*, *плоттеры*, *сканеры*, *тюнер*, *тонер*, *выюкам* и др. Внутренняя форма некоторых таких заимствований является прозрачной для русскоговорящего человека, например *классификатор* и *органайзер*, что облегчает процесс их ассимиляции в языке-рецепторе.

Некоторые из вышеперечисленных слов пришли в русский язык вместе с английскими дериватами, например *пейджер* – *пейджинг*, другие образовали в русской разговорной речи нарочито грубо-шутливые производные: *ксерить*, *ксерануть*, *отксерить*, выполняющие стилеобразующую функцию. Англицизм *факс* (*fax* – фототелеграф) употребляется в составе идиоматического словосочетания *послать по факсу*: «Любовница Глюкину тут же послала *факс* с мольбою, с приложением ксерокопии самой себя в обнаженном виде. Глюкин *послал ее по факсу*, как выразился один юморист, так непристойно, что гордая австриячка обиделась» (Сатирикон-бис. 2007. № 5).

Появившийся в 1990-х гг., но уже перешедший в разряд архаизмов в связи с устареванием технологии англицизм *пейджер* в контексте «Вчера ночью перечитывал *пейджер*. Много думал...» выступает в характерологической функции, создавая определенный юмористический эффект. Подмена данным англицизмом русского компонента во фразеологизме *ударить ниже пояса* служит также созданию юмористического эффекта, выполняя жанрообразующую и стилеобразующую функции: «После этого они наставляют друг дружке фиников под глаза и пытаются на прощание заехать кулаком *ниже пейджера*. Такой туснячок, господда!» (Гугл. 2008). В данном случае можно говорить об идиоμοобразующей функции англицизмов, при этом полученная идиома употребляется с целью создания юмористического эффекта.

Появилось большое количество англицизмов, называющих канцелярские товары: *скоч*, *степлер* (*русское производное* антистеплер – устройство для выдергивания скрепок), *маркеры*, *стикеры*, *блорены*, *флипчарты*, *коллаторы*, *биндеры*, *датеры*, *импринтеры*, *клипборды*, *файлеры* и др. Англицизм *даты* (прибор для проставления даты на документе), недавно вошедший в речь русскоязычного человека, отвечает критерию частотности употребления (около 5 тыс. сайтов), потенциал его существования в русском языке видится долгосрочным в связи с практической необходимостью.

Хорошо освоены русским языком англицизмы – наименования продукции: *буклет*, *ксерокопия*, *мультифора*, *Паркер*, *покетбук*, *постер*, *слайд*, *стикер*, *фломастер*, *фотокопия* и др. Недавние заимствования типа *блорен*, *линер*, *пин-ап*, *посткард*, *сливинг* находятся в процессе

адаптации, одни из них являются «дублерами» русских наименований (посткард – открытка), другие не вошли в узус русского человека, и перспектива их ассимиляции в русском языке неясная (pin-up – фотография девушки, прикрепляемая кнопкой на стене). *Пин-ап*, например, не дифференцируется в русском языке как явление, русскоговорящий человек обходится описательным оборотом или словом «фотка». «Экзотические» наименования упаковок для товаров *слипкейс*, *сиджибук*, *диджипак*, *джевелбокс* известны только узкому кругу специалистов.

В 2011 г. в некоторых российских торговых центрах появились отделы под вывеской «Скрапбукинг», где можно приобрести материал для оформления семейных альбомов и ознакомиться с некоторыми технологиями их создания. Популярное в США явление «скрапбукинг» (scrapbooking – scrap вырезка, ветошь + booking – to book оформлять, заносить в книгу) обозначает: 1. Способ хранения личной / семейной истории в виде оформленного вручную альбома с фотографиями, газетными вырезками, записями и другими памятными мелочами. 2. Вид рукодельного искусства, заключающийся в декорировании семейных альбомов, каждая страница которых представляет собой законченную мысль, выраженную фотоколлажем.

Можно предположить дальнейшее продвижение этого «экзотического» англицизма в узус русскоязычного человека, а с ним и целого ряда транскрибированных английских наименований технологий, связанных со скрапбукингом: *эйриш-фолдинг*, *велтинг*, *дистрессинг*, *журналинг*, *кардмейкинг*, *квиллинг*.

Общеизвестна тенденция подменять французские названия предметов косметики английскими. Так слово *косметика* часто подменяется англицизмом *мейк-ап* (make-up – наносить косметику, макияж): «Этот *мейкап* никогда не течет» (Реклама). Данной же лексемой в некоторых печатных средствах называется косметический ремонт, т.е. мы имеем дело с метафорическим переносом значения данного заимствования: «Закончив с потолком, можно сделать “*мейк-ап*” всему салону, чтобы ликвидировать последствия от табачного дыма» (Все для дома. 2005.01.22). Русское адъективное производное «мейкаповский» – свидетельство высокой степени ассимилированности англицизма в принимающем языке: «Во всей своей мейкаповской красе».

Разновидности макияжа также получают английские названия, часто оформленные английской графикой: «Серж Османский предлагает женщинам сразу три новых линии, т.е. три разных облика: *freedom* (свобода), *star* (звезда) и *ivory* (слоновая кость)» (Tvoj styl. 2004. № 3).

Эти англицизмы используются женской частью населения и аттестуют употребляющего их как хорошо разбирающегося в современных направлениях моды. Международные программы и системы по уходу за внешностью также имеют тенденцию не переводиться на русский язык,

а сохранять оригинальную графику, например салон «Персональ» предлагает консультации по стилю и цветовому типу по системе «*Beauty for all seasons*» (Красота на все сезоны). Функция подобных англицизмов-трансплантантов социально и профессионально маркирующая.

Слово *сексапильный* (sex appeal – сексуально привлекательный) имеет тенденцию заменяться популярной в английском языке разговорной контрактурой *секси* (sexu – сексуальный) по причине краткости и компактности данной лексемы: «Секси одноклассницы» – рубрика на сайте.

В конце XX в. русским языком было заимствовано несколько английских контрактур: *спорти* (sporty – спортивный), *профи* (professional – профессиональный), *демо* (demonstration – демонстрировать).

Широкое распространение в речи женского населения страны получили наименования новых косметических средств ухода за внешностью английского происхождения: *айдефайнер*, *айлайнер*, *бафф*, *боди-белт*, *боди-лайн*, *брашинг*, *вейниш-крем*, *дезодорант*, *кондиционер*, *консилер*, *крем-скраб*, *лифтинг-крем*, *пилинг-крем*, *скраб*, *спонж*, *спрей*, *тестер*, *флосс*, *шампунь*, *эпилятор* и др. Московская фабрика «Свобода» выпускает крем под названием «*Боди лайф*» (body life – жизнь тела), при этом англицизм обладает адресностью к западному покупателю. Появилось новое слово *фейсбилдинг* (face building – искусство формирования личного обаяния при помощи макияжа). В салонах красоты производят *брашинг*, *ваксинг*, *липосакцию*, *лифтинг*, *миолифтинг*, *золотое армирование*, *пилинг*, *тримминг*, *фейслифтинг*, *шейвинг*, *шугаринг*. Лексема *брашинг* встречается на 2 800 сайтах, обозначая не только щетки для расчесывания волос, но и процедуру механического отшелушивания поверхностных слоев кожи. Названия косметических процедур имеют долгосрочный потенциал существования в языке, отвечают принципу универбации языка (*тримминг* – стрижка и приведение в порядок волосяного покрова животных, а также человека, *шугаринг* – удаление волос при помощи сахара и пр.). В этих же салонах вам сделают *боди-арт* (body-art – украшение тела), *нейл-арт* (nail-art – искусство украшения ногтей), *пирсинг* (piercing – прокалывание), *скарификацию* (scarification – нанесение шрамов), *тату* (tattoo – татуировка).

Что касается мужского населения, то оно пользуется косметикой *афте шейв*, бреется бритвами *тандем*, а также носит щетину, называемую *файв о'clock шэдоу* (five o'clock shadow – послеобеденная тень). Употребляемый в последние годы англицизм *мачо* (macho – крутой мужик) южноамериканского происхождения стал базой для появления русского слова *мачизм*, называющего все, связанное с обликом *мачо* (поведение, стиль одежды, внешность, черты характера): «Все, что я не люблю: хитрость, *мачизм* – все в нем» (ТВ. 12-й канал. 2008.08.16).

Дизайнеры одежды так называемой *Фэшн индустрии* (fashion industry – индустрия моды) предлагают большое количество предметов

туалета и тканей, называемых англицизмами. Лексема *фэшн* (fashion – мода) активно употребляется в качестве компонентов собственных наименований, например фирма «Мэн 'с Фэшн», технология «*фэшн мама*», «*Фэшн кафе*», одежда «*Фэшн зона*», а также входит в состав нарицательных существительных типа *фэшн-дива*, *фэшн-шоу*, *фэшн-культура*, *фэшн-клип*, *фэшн-сфера*, *фэшн-ателье*, *фэшн-пресса*, *фэшн-показ* и др.

Несмотря на то что одно из условий отнесения англицизма к полноценному заимствованию – отсутствие русского дублера, данная лексема является таковой ввиду исключительно высокой частотности употребления (20 тыс. сайтов). Функционирование в русской речи графически неправильной ассимилятивной формы «фэшин» (399 сайтов) неоправданно, так как существует правило транскрибирования английской морфемы – *tion* в русском языке – «шн».

Многие из предметов одежды имели наименования в русском языке, но тенденция такова, что уже освоенные заимствования заменяются «более престижными» английскими наименованиями в определенных группах населения. Например, слово *бюстгальтер* заменяется разговорным англицизмом *бра* (*bra* – бюстгальтер), *плащ-дождевик* – словом *тренчкот* (*trench-coat* – траншейное пальто) или лексемой *ватерпруф* (*waterproof* – водонепроницаемый плащ), *кроссовки* – англицизмами *тренинги*, *сникерсы* и т.д. Эта тенденция связана с тем, что английское слово в большей степени известно участникам коммуникации – носителям разных языков, так как английский язык – язык международного общения. Такие англицизмы выполняют узнавательную функцию, т.е. узнавания объекта речи в иноязычном высказывании.

Частотно используются англицизмы – наименования направлений и стилей в моде: *унисекс* (*unisex* – унификация мужской и женской одежды), *стрит веа* (*street wear* – одежда для улиц), *прогрессив урбан веа* (*progressive urban wear* – прогрессивная городская одежда), *милитари* (*military* – военный), *нео хиппи* (*neohippy* – яркие одеяния «детей цветов») и др.

Наряду с давно освоенными англицизмами – наименованиями тканей (*бостон*, *вельвет*, *вельветин*, *джерси*, *кашемир*, *лавсан*, *мохер*, *нейлон*, *найлон*, *репс*, *синтетика*, *твид*, *шевиот*) в русскоязычной речи активно используются номинации новых тканей, созданных за рубежом (30 наименований): *крэк* (*crack* – треск), *слайс* (*slice* – скользить, гладкий мех), *би-стреч* (*stretch* – растягивать), *спандекс* (*spandex* – синтетическая, эластичная ткань), *сторм фит* (*storm fit* – для плохой погоды), *термо фит* (*termo fit* – морозостойкий материал), *дабл-фейс* (*double face* – двойная поверхность), *нон-айрон* (*non-iron* – не гладящаяся утюгом) и др. Многие англицизмы употребляются в качестве компонентов русских композитов, например *брюки-стреч*, *куртка-крэк*. Некоторые

из них не ассимилировались графически, имеют несколько вариантов написания (*стретч, стреч, стрейч*) и нуждаются в лексикографическом инвариантном фиксировании. Нами найдено 16 англицизмов-архаизмов (*котинг, лонг-лоат, лонг-уорчестер, мogg-кветлинг*), которые помещены в словари заимствованных слов, но не употребляются в каждодневной речи.

Среди англицизмов – названий одежды, употребляемых в русской современной речи, следует назвать такие давно заимствованные слова, как *бикини, блузон, бриджи, гольфы, джемпер, джинсы, кардиган, макинтош, пиджак, пижама, пуловер, свитер, смокинг, стринги, трусы, шорты*. А также новые лексемы: *анорак, бермуды, блейзер, боди, боди-дресс, боди-сьют, боди-шорт, боксеры, бомбер, бэби-долл, каррик, килт, комбидрес, леггенсы, лонгсливы, монокини, нехолдер, парка, реглан, свингер, слаксы, слимы, спенсер, топ, топлесс, тренч, тренкот, френч* и др. Необходимо сказать, что англицизм *слаксы* пришел в русский язык с исходной полисемией, он номинирует: 1. Брюки свободного покроя, чаще из легкой ткани. 2. Летние шлепанцы на платформе.

Лексема *свингер* заимствована из английского языка не только в значении пальто, но и в значении «семейные пары, обменивающиеся своими партнерами»: «Питерский *свингер форум*. Хотелось бы попробовать втроем, вчетвером и более» (Комок. 2006.02.26). Существует существительное *свингерство*, номинирующее это явление: «У нас *свингерство* есть только в больших городах: Москве, Питере, Новосибирске...», «На Западе *свингерство* благополучно получило распространение во всех слоях общества» (Гугл. 2008).

Отметим наличие многочисленных калек в русскоязычной речи, представляющих собой составные номинации одежды и моды, здесь используются либо исконно русские эквиваленты, либо давно освоенные русским языком иноязычные заимствования. Кальки могут быть полными или синлексами: *пальто-брюки* (pant-coat), *пальто-халат* (bathrobe-coat), *французский карман* (French pocket), *маленькое черное платье* (little black dress), *готовое платье* (ready-to-wear), *небрежный стиль* (casual-look), *прозрачный стиль* (transparent-look) или частичными и соответствовать составным наименованиям: *брюки-шейк* (shake-pants) и др. [7. С. 17]. Некоторые кальки функционируют в русском языке параллельно со своими оригинальными транскрибированными, транслитерированными и даже трансплантированными эквивалентами: *небрежный стиль* – «кежуал», «стиль casual».

В молодежном сленге употребляются следующие англицизмы: *ба-тоны* (пуговицы), *бомбер* (куртка скинхеда), *бра* (бюстгальтер), *брэнд* (фирменная одежда), *вранглеры* (джинсы), *зип, зиппер* (застежка молния), *клезес* (одежда), *ливайсы* (джинсы), *лэйб* (фирменная вещь), *покеты* (кар-

маны), *ринг* (подвязка для волос), *сайз* (размер), *стайл* (стиль), *тишот* (футболка), *трузера*, *трузеры* (брюки), *фирма* (фирменная одежда) и др.

Наряду с ранними заимствованиями, номинирующими обувь (*бутсы*, *веллингтоны*, *мокасины*, *слаксы*), в молодежной среде используются слова *вэнсы*, *гриндера*, *лоуферы*, *флексзон*, *корды*, *скетчерсы*, *скитера*, *слимы*, *слипы*, *сникерсы*, *шুзы*, *угги* и др. Англицизм *шुз* (shoes – туфли) выказывает большую деривационную активность, образуя русские производные *шуза*, *шузы*, *шुзни*, *шузня*, *шузняки*, *шузята*.

Английское словосочетание *Second hand* (вторые руки) употребляется в русском языке как название магазинов, торгующих подержанными товарами, а также для характеристики продукции невысокого качества. Русское прилагательное *секонд-хэнд* (сэкондхэндский) имеет значение «подержанный, уже побывавший в одних руках»: «Хозяева базарного *секонд-хэнд*ского развала, как правило, арабы или вьетнамцы, закупают тряпье контейнерами» (Коммерсант. 2009. № 197).

Активно используются английские аббревиатуры – названия размеров: *XS*, *S* (small, маленький, 44-й размер), *M* (middle, средний, 46-й размер), *L* (large, большой, 48-й размер), *XL* (extra large, очень большой, 50-й размер), *XXL* (52-й размер). Русские продавцы называют их *эльками*, *эмками*, *эксэльками*, т.е. в данном случае мы имеем отаббревиатурные русские образования.

В эту же тематическую группу входят многочисленные англицизмы, называющие предметы и понятия, относящиеся к средствам связи (67 единиц): *айфон*, *айпод*, *база*, *биллинг*, *байпас*, *блюджекинг*, *блютус*, *видеотелефон*, *воки-токи*, *дейтафон*, *евромод*, *клип-кейс*, *концентратор*, *робофон*, *селфоун*, *СИМ-карта*, *слайдер*, *смартфон*, *сателиты*, *транкинговый*, *опцион* и др. Пока функции этих англицизмов ограничиваются лишь номинированием новых реалий русской жизни, пришедших с Запада.

Особенность процесса заимствования конца XX в., а именно его стремительность и кратковременность, можно проиллюстрировать на примере англицизмов *айфон*, *айпод* и *айпад*. Рассмотрим словарные статьи «Словаря английских заимствований русского языка» [6].

АЙПАД (англ. iPad – i сокр. от Internet + pad планшет). Планшет от фирмы Apple, предназначенный для работы в Интернете, просмотра видео и фотографий, чтения книг в дороге, а также CSP-навигации; средство для просмотра почты, общения и развлечений. Айпадовый. *Айпадовые приложения*.

АЙПОД (англ. iPod – i сокр. от Internet + pod приставка). Широко распространенный МРЗ-плеер; по названию торговой марки; цифровой медиаплеер с жестким диском от Apple Computer. Айподовый. *Айподовый домен*.

АЙФОН (англ. iPhone – i сокр. от Internet + phone телефон). Прибор, совмещающий функции телефона, широкоэкранного плеера и Интернет-коммуникатора; гибрид мобильного телефона и карманного компьютера без клавиатуры и кнопок, все управление на сенсорном экране. Айфоновый.

Технологии появились совсем недавно, айподы и айпады, предположительно, в 2010 г., айфоны немногим раньше. Все три англицизма демонстрируют деривационную активность – от них образованы относительные прилагательные, а также обладают высокой частотностью употребления в Интернете: айпад – 1 млн сайтов, айпод – 42 млн, айфон – 96 млн сайтов.

По мере популяризации автомобиля в жизни русскоязычного человека, его словарный запас пополнился англицизмами, ранее не известными широкому кругу потребителей: *сайлент-блок, тюнинг, фастбэк, хэтчбек, лэндровер, родстер, кокпит, трейлер, вэн, стайлинг, эвакуатор, иммобилайзер, эйербэг, климат-контроль, круиз-контроль, овердрайв, инжектор, интер-кулер, спойлер* и др. Хорошо известны собственные наименования некоторых систем, например: «Приобрел противоугонную систему «Блэк баг супер» (Black bug super – черный супержук). Мой «Супержук» обеспечивает защиту незаметно, а его сервис необременителен» (Клаксон. 2009. № 17).

Среднестатистический носитель русского языка знаком с наименованиями марок и классов транспортных средств (36 единиц): *Бентли, Бьюик, Крайслер, Кадиллак, Ленд Роувер, Линкольн, Плимут, Понтиак, Роллс-Ройс, Студебеккер, Форд, Хаммер, Харлей-Дэвидсон* и др. В связи со стремительно увеличивающимся классом русских автомобилистов, даже такие «экзотические» англицизмы – наименования видов шин, как *бриджстоун, гудйер, гудридж, данлоп, мишлен, тойо кунер*, или видов кузова: *брейк, брик, бром-гам, брум, вэн, дропхид, дропхэд, истейт кар, комби, лифтбэк, монобокс, моно-пост, седан, тарга, фастбэк, хардтоп, хэтчбек, хэнсом-кэб, хэтчвэн, эстэйт кар* стали проникать в узус русскоязычного человека.

Говоря о жанро- и стилеобразующих функциях англицизмов, следует привести отрывок стихотворения Юрия Гринько, напечатанного в «Литературной газете» 19 марта 1997 г., которое опирается на реминисценцию из известной песни М. Исаковского, намек на стихотворение Н.А. Некрасова:

«Ой, туманы мои, растуманы,
Над полоской несжатой грачи!
Вытесняют картошку бананы –
И вкусней, и красивше звучит...
Быть нам вровень со всею Европой –
Без славянских затей и химер.

Супермаркеты, офисы, шопы,
Субпрефект, дистрибьютор и мэр,
Презентации, фьючерсы, баксы,
Аудит, менеджмент, пресс-релиз,
Ноутбуки, модемы и факсы...
Обалденный земной парадиз!...»

Употребление освоенных английских заимствований в сатирических и пародийных целях – явление широко распространенное. Войдя в традиционный жанр русской песни с ее набором выразительных средств (интонация, поэтика, напевность), они вносят новое сатирическое звучание, что происходит из-за комбинации русской напевности и традиционных зачинов с экзотическим обликом англицизмов, характеризующихся неблагозвучием (дистрибьютор) для русского человека. Такие сочинения можно расценивать и как выпад против активного движения англицизмов в русский язык. Англицизм – название товара *Спрайт* также выступает в жанрообразующей функции в следующем контексте: «И Родина щедро поила меня Березовым *Спрайтом*, березовым *Спрайтом*» (В. Пелевин. Generation «П»).

Ограниченность пространства статьи не позволяет охватить все сферы обиходного использования англицизмов. Так, например, в повседневной речи русскоязычного человека часто употребляются хорошо известные английские заимствования из тематической группы «Компьютер» (*лэптоп, баннер, сайт, файл*), здесь можно было рассмотреть функциональные особенности англицизмов и других тематических групп: «Отдых и развлечения», «Культура», «Спорт», «Окружающая среда», «Сексуальная жизнь» и др.

Таким образом, англицизмы и их дериваты, помимо функции номинирования с различными (положительный или отрицательный) знаками оценки, выполняют стиле-, тексто- и жанрообразующие функции. Кроме того, они принимают участие в создании идиом с иронической окраской (идиомообразующая функция): *сникерснуть горя, ударить ниже пейджера, отослать по факсу, жуй Орбит* (Молчи!), *быть в туп-тоне* и др. Англицизмы служат для узнавания известных в мире вещей и понятий в процессе коммуникации носителей разных языков (узнавательная функция).

Важнейшей функцией англицизмов является синонимо-дифференцирующая – не просто гамбургер, а чисбургер, краббургер, чикенбургер. Множество приведенных выше примеров говорит о словообразовательной функции англицизмов. Наблюдая использование англицизмов в русскоязычном высказывании, мы можем говорить о функциональном синкретизме англоязычных заимствований, например номинативная функция осуществляется одновременно со стилеобразующей, идиомообразующей и т.п.

Литература

1. **Брокгауз Ф., Ефрон И.** Иллюстрированный энциклопедический словарь М. : Эксмо, 2006. 986 с.
2. **Ушаков Д.Н.** Толковый словарь русского языка. Электронное изд. ver. 2. (С)Си ЭТС. 2009.

3. *Аристова В.М.* К истории англо-русских литературных связей и заимствований // Семантические единицы в категории русского языка в диахронии. Калининград, 1997. С. 12–19.

4. *Мельникова А.И.* Изучение англицизмов в курсе «Современный русский язык» // Русский язык в школе. 1991. № 2. С. 95–101.

5. *Аристова В.М.* Морфологическая структура английских слов в русском языке // Англо-русские языковые контакты. Л. : Изд-во ЛГУ, 1978. С. 44–47.

6. *Дьяков А.И.* Словарь английских заимствований русского языка. Новосибирск, 2010. 588 с.

7. *Матосян Я.С.* Основные тенденции формирования и функционирования номинаций понятийной сферы «одежда и мода» в русском языке XX–XXI вв. : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2008.

PECULIARITIES OF THE FUNCTIONING OF ANGLICISMS BELONGING TO A TOPIC GROUP «EVERYDAY COLLOQUIAL VOCABULARY»

Dyakov A.I.

Summary. The article deals with anglicisms which are functioning in the extraoccupational colloquial Russian language. Together with well assimilated English loan-words the newest borrowings which entered the speech of a Russian-speaking person at the beginning of the XXI century are being analyzed, the examples which illustrate some of their functions in Russian texts are given.

Key words: anglicism; English loan-word; functions; extraoccupational colloquial speech.