

ИЗУЧЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ АНГЛИЦИЗМОВ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВУЗЕ

Н.В. Белина, З.А. Киселёва, С.Л. Божик

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

Статья посвящена вопросам изучения современных заимствований в русском языке из английского, знакомства с англицизмами с целью расширения словарного запаса и кругозора студентов. Показаны современные тенденции в языке, рассмотрены различные виды англицизмов и их группы. Особое внимание уделено отбору современных текстов для работы на занятии и составлению лексических упражнений, стимулирующих интерес к изучаемой теме и мотивирующих к дальнейшему изучению современного английского языка. Исследуются лингвистические и экстралингвистические причины заимствования лексических единиц, даны примеры заимствованных англицизмов. Освещены вопросы освоения заимствованных англицизмов в вузовской практике. Выделены три группы англицизмов согласно критерию освоенности. Лингводидактические аспекты изучения англицизмов на занятиях по иностранному языку рассмотрены на примерах текстов и лексических упражнений.

Ключевые слова: заимствования; англицизмы и их типы; модная лексика; актуальные тексты; лексические упражнения; расширение кругозора

Ссылка при цитировании: Белина Н.В., Киселёва З.А., Божик С.Л. Изучение современных англицизмов на занятиях по иностранному языку в вузе // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2017. Т. 8, № 2. С. 89–98. DOI: 10.18721/JHSS.8210

STUDY OF MODERN ANGLICISMS IN UNIVERSITY ENGLISH CLASSES

N.V. Belina, Z.A. Kiseleva, S.L. Bozhik

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russian Federation

The article is dedicated to studying modern borrowings from the English language adopted in the Russian language. Anglicisms are studied for the purpose of expanding the students' vocabulary and range of interests. Special attention is paid to the selection of contemporary texts for class work and making up lexical exercises, which stimulate interest in the subject and motivate further learning of modern English. The article

examines linguistic and extralinguistic reasons for borrowings and gives many examples of borrowed anglicisms. It also covers the issues of learning loanwords in university classes, introduces three groups of anglicisms according to the criterion of mastery and presents linguo-didactic aspects of studying anglicisms in foreign language classes, with texts and lexical exercises as examples.

Keywords: borrowings; types of anglicisms; modern vocabulary; actual texts; lexical exercises; outlook extension

Citation: N.V. Belina, Z.A. Kiseleva, S.L. Bozhik, Study of modern anglicisms in university English classes, St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Humanities and Social Sciences, 8 (2) (2017) 89–98. DOI: 10.18721/JHSS.8210

Введение. Современный студент — это человек, шагающий в ногу со временем. Он хорошо ориентируется в компьютерных технологиях, прекрасно разбирается в разнообразных гаджетах, легко общается в социальных сетях. И непременно владеет «модной» лексикой, заимствованной из английского языка. Но всегда ли правильно и точно современный студент использует новомодную лексику? Знаком ли он с оригиналами заимствований? Что знает о происхождении «модных» слов и словосочетаний?

Современные заимствования из другого языка — это не только обычное языковое явление, но и дань моде, желание нового поколения быть в тренде, не отставать от ускорившегося темпа жизни и сложившихся жизненных реалий. Потребность в заимствованиях возрастает в связи с растущей взаимосвязанностью и взаимозависимостью стран и народов, расширением связей в области экономики, политики, культуры, науки, образования. И, конечно же, в связи с растущей глобализацией, процессом сближения и роста наций и государств мира — процессом всемирной экономической, политической, культурной интеграции и унификации.

Язык, как и человеческое общество, изменяется с течением времени. Возникновение слова и его жизнь в языке связаны с историей самого языка как частью жизни народа-носителя, с развитием его материальной и духовной культуры, природными условиями его обитания, его социальным развитием, контактами с другими народами. Одним из естественных процессов изменения лексико-семантической системы любого языка является заимствование лексических единиц, и на земле нет языка, совершенно свободного от иноязычного

влияния. Заимствованиями считаются такие языковые единицы, которые переходят из языка-донора в язык-реципиент в результате экономических, политических и культурных связей народов, ассимилируются в воспринимающем языке (оформляются по правилам и средствами этого языка) и, как правило, фиксируются в словарях [1].

Несомненно, язык является живым организмом, и, как любому организму, ему необходимо совершенствоваться и развиваться, в том числе и лексически. Это развитие происходит благодаря заимствованию из другой лексики новых слов, фразеологических оборотов и сочетаний. Употребление в современном мире англицизмов является закономерным процессом, который связан с прогрессом во всех сферах жизни общества. В наш безудержный век обилие новых, современных идей, вещей, технологий требует быстрого названия, лексика различных слоев и сфер жизни во всем мире стремится к интернационализации [2].

Лингвистические и экстралингвистические причины заимствования. Примеры заимствованных англицизмов. Выделяют две основные группы причин заимствования лексических единиц: лингвистические и экстралингвистические. К лингвистическим причинам заимствования относятся следующие:

- необходимость заполнения в принимающем языке семантических пустот, связанных с отсутствием самого явления (так, по мере развития банковской деятельности в России в речи россиян закрепились такие понятия, как «банкомат», «кредитная карта», «брокер», «дисконт», «транзакция» и т. д.);

- отсутствие более точного наименования в родном языке, невозможность более полно и точно выразить какое-либо понятие;

- стремление к экономии речевых усилий и языковых средств: англицизмы позволяют выразить мысль короче, максимально сжать информацию, обеспечивая краткость, удобство и ясность;

- расширение синонимичного ряда: англицизмы помогают разнообразить языковые средства, избежать повторов в речи;

- необходимость развести или специализировать понятия.

К экстралингвистическим причинам заимствования можно отнести глобализацию экономики, моду на заимствования, престиж употребления определенных единиц и т. д. [3].

Англицизм — это слово или оборот речи в языке, заимствованные из английского языка или созданные по образцу английского слова или выражения. Часто англицизмы используются для точной передачи информации в текстах, предназначенных для узких специалистов [4].

Существуют различные виды англицизмов:

- прямые заимствования (*спорт, уик-энд*);
- иноязычные термины (*саммит, спикер, сканер, хит, сингл*);

- кальки — слова иноязычного происхождения, употребляемые с сохранением их фонетического и графического облика (*меню, клуб, вирус*);

- гибриды — заимствования, образующиеся путем присоединения к иностранной основе русских приставки, суффикса и окончания (например, *креативный*);

- экзотизмы — обозначения нерусской действительности, употребляющиеся в основном для придания речи местного колорита при описании чужеземных нравов, обычаев, традиций (*лорд, чипсы, хот-дог*);

- композиты — слова, состоящие из двух элементов, образующих одно сложное слово (*шоп-тур, мини-шоп*);

- профессионализмы — англицизмы, употребляющиеся в различных сферах деятельности человека: политике, бизнесе, компьютерных технологиях, спорте и т. д. (*аудитор, модем, керлинг*) [5].

Например, благодаря Интернету появились следующие англицизмы: *пост* (post) — запись, сообщение в Интернете, на форумах или

в комментариях; *лайк* (like) — положительная оценка, когда что-то нравится; *селфи* (selfie) — фотографирование самого себя на смартфон или планшет и автопортрет, выложенный в социальные сети; *онлайн* (online) — подключенный к сети Интернет, находящийся в сети; *оффлайн* (offline) — не в сети, не в Интернете; *юзер* (user) — пользователь компьютера; *браузер* (browser) — программа для просмотра веб-страниц; *линк* (link) — ссылка, активное соединение с другой веб-страницей; *трафик* (traffic) — информационный поток в сети, объем информации, передаваемой через компьютерную сеть за определенный период времени; *контент* (content) — любое информационно значимое наполнение сетевого ресурса; *блогер* (blogger) — человек, ведущий блог, автор сетевого дневника, а также человек, пишущий тексты на новостном сайте; *репост* (repost) — повторная публикация какого-либо сообщения в социальной сети, копирование записи себе на страницу.

Вопросы освоения заимствованных англицизмов в вузовской практике. Согласно критерию освоенности/неосвоенности выделяются три группы англицизмов: освоенные, полуосвоенные и неосвоенные. Освоенные англицизмы — это заимствования, ассимилированные в русском языке фонетически, графически, грамматически, словообразовательно и семантически (например, *маркетинг, блокбастер, триллер* и др.). Для них характерны частотность употребления, социальная значимость, долговременность существования, долгосрочный потенциал существования в речи, непринадлежность к сленгу, полифункциональность. Полуосвоенные англицизмы — это заимствования, которые вошли в русский язык недавно, они неизвестны широкому кругу русскоязычных людей (*селебрити, хэдлайнер, хэдхантинг* и др.). К неосвоенным англицизмам относятся заимствования, находящиеся в процессе вхождения в русский язык (*велнес, тревелинг* и др.) [6].

За последние несколько лет в русском языке появился целый пласт «новых» слов, обозначающих вполне привычные понятия. Попав в русский язык, заимствования претерпели изменения. Изначально, попадая в речь, они сохраняли свой графический и грамматический образ, но с течением времени приобрели русскую графическую форму (например, *фриланс*,

лайк). Затем на уже измененные слова повлияла грамматика русского языка, создав производные от этих слов (например, заниматься фрилансом, лайкнуть и т. д.) [7].

Многие современные понятия в настоящее время превращаются в тренды. Слово «тренд» (trend) означает «актуальная тенденция, заметное движение в развитии чего-либо; то, что пользуется популярностью». Оно тоже является англицизмом. Трендами стали и здоровый образ жизни, и экологичность, и стремление к успеху. К примеру, тренд современной науки – это нанотехнологии. Тренд современного образования – социальные медиа. Понятие «велнес» (wellness) тоже современный тренд. Это практически непереводаемое на русский язык слово постигла участь любого вызывающего массовый интерес понятия. Его начали активно эксплуатировать маркетологи в рекламных материалах и публикациях. Этот термин означает «быть здоровым во всех отношениях, стремиться к благополучию во всех сферах своей жизни». Дословно переводится как «хорошее самочувствие или благополучие». Сегодня велнес включает в себя и профилактические меры, и методы оздоровления, доступные каждому. По сути это свод необходимых практик по сохранению здоровья для здоровых людей: должен быть баланс физического здоровья, психической стабильности и духовного роста; питанием должна служить здоровая, вкусная пища, пробуждающая эстетические чувства, соответствующая состоянию и потребностям организма на данном этапе; приветствуются разумные тренировки, здоровый внешний вид, умение выстраивать свою жизнь без стрессов и стремление жить в достатке [8].

Всем ли знаком модный термин «велнес»? Сможет ли студент правильно перевести и понять предложение, встретив в тексте подобное незнакомое слово? А сколько слов такого рода встречается в рекламных и публицистических текстах и в Интернете, звучит с экранов телевизоров и кинотеатров?

Современные студенты часто используют в своей родной речи различного рода англицизмы: *фэшн, лук, репост, свитшот, коуч, веб-камера, флэшмоб, вип, дедлайн, колл-центр, дресс-код, фейк, шоу-рум, сникеры, драйв, пиар, чат, тьюнинг, шоумен* и др. Использование таких слов является модным, престижным, приветствуется

в молодежной среде. Но молодые люди не всегда знают правильное значение употребляемых ими слов. Часто они не уверены, как пишется первоисточник, и совершенно ничего не знают о его происхождении. Неправильно понимая значение «модных» слов, учащиеся могут испытывать трудности при переводе англоязычных текстов и неточно интерпретировать какие-то понятия. Поэтому на занятиях по английскому языку в ходе чтения текстов преподавателю следует обращать внимание студентов на оригиналы современных англицизмов, объяснять их истинное значение, а также предлагать учащимся разнообразные задания и упражнения на закрепление такого рода лексики. В результате учащиеся смогут пополнить свой словарный запас в области современного английского языка, узнают, откуда появились известные и неизвестные им заимствования, и расширят кругозор в разных областях знания.

Лингводидактические аспекты изучения англицизмов на занятиях по иностранному языку: тексты и лексические упражнения. Следует отметить, что в последнее время в вузах всё меньше внимания уделяется общеобразовательной цели обучения, призванной расширять кругозор, повышать общую культуру учащихся, предоставлять им знания о жизни и об окружающем мире. Практика показывает, что современные студенты имеют недостаточно широкий кругозор и лексический запас, это проявляется при выполнении разных творческих заданий и упражнений на занятиях по английскому языку.

Становится актуальным изучение современных заимствований из английского языка, включая знакомство с их оригиналами. В этой связи особенно важны подбор современных текстов для работы на занятии и составление интересных лексических упражнений, которые помогут вызвать интерес к изучаемой теме и мотивировать к дальнейшему изучению современного английского языка.

Тексты должны носить проблемный характер, быть оригинальными, познавательными, отражающими современные реалии, интересными для молодежи.

В преподавании иностранного языка в неязыковом вузе часто используются тексты различных жанров газетно-публицистического

стиля. Специфика информации в рамках данного стиля определяется ее предназначенностью для широкой аудитории. В публицистическом стиле имеется большой выбор лингвистических, композиционных и социокультурных особенностей. Так, в лингвистическом плане именно данный стиль оперативно регистрирует возникновение новых слов и выражений, заимствования и специфические сокращения, изобилует интернационализмами [9].

При работе с аутентичным публицистическим текстом на занятии по английскому языку (под аутентичным текстом мы понимаем тексты, заимствованные из коммуникативной практики носителей языка, отражающие естественные ситуации повседневного общения и являющиеся образцом живой разговорной речи) учащимся обязательно встретится современная лексика, вошедшая в их родной язык. Аутентичный текст готовит учащихся к практике устного общения на иностранном языке. За счет насыщенности фактами иной культуры он повышает мотивацию вообще и интерес к слову с культурным компонентом значения в частности. Аутентичный контекст способствует развитию языковой догадки и чувства языка, стимулирует познавательную активность учащихся [10].

Студенты Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого чаще всего работают с аутентичными текстами в ходе подготовки к домашнему чтению. Преподаватели стараются подобрать для учащихся интересные, познавательные тексты, опираясь на изучаемый материал, представленный в учебнике. В *Приложениях* к статье в качестве примера приведен текст об увлечении покупками, в котором присутствуют оригиналы многих заимствованных слов.

В этом тексте рассказывается о том, почему возникает непреодолимая тяга к покупкам и как справляться с этой пагубной привычкой. Читая его, студенты сталкиваются с такими заимствованиями, как *шопинг* (shopping), *шопоголизм* (shopaholism), *селебрити* (celebrity), *герлфренд* (girlfriend). Можно предложить учащимся выписать все встречающиеся в тексте англицизмы, перевести их и попробовать объяснить, в одинаковом ли значении то или иное слово заимствовано в родной язык из языка-оригинала. Так, английское слово «shopping» означает «хо-

дить по магазинам, делать покупки» (в родном языке оно означает то же самое – «посещение магазинов с целью покупки товаров»), слово «shopaholism» – «зависимость от покупок, необдуманное совершение покупок». Слово «селебрити» вошло в русский язык недавно и переводится как «знаменитость» (оно употребляется в основном по отношению к людям, часто упоминающимся в СМИ). Заимствование «герлфренд» переводится как «подружка, возлюбленная» и используется наряду с похожим заимствованием мужского рода – бойфренд (boyfriend).

В аутентичных текстах встречаются уже привычные и широко распространенные (освоенные) в речи англицизмы, такие как *хобби* (hobby) – «увлечение или любимое занятие на досуге» или *имейл* (e-mail) – от словосочетания «electronic mail» – «электронная почта, электронное письмо, электронное сообщение». Можно встретить в них термины, например: *пинг-понг* (ping-pong), или настольный теннис (происхождение этого англицизма и вовсе необычное, звукоподражательное – от ударов мяча о стол); *бестселлер* (bestseller) – «наиболее продаваемая книга»; *блокбастер* (blockbuster) – «очень популярный и успешный продукт в киноиндустрии»; *спонсор* (sponsor) – «человек или организация, которые оказывают финансовую поддержку физическим и юридическим лицам»; *дайвинг* (diving) – «подводное плавание со специальным снаряжением»; *уик-энд* (weekend) – «выходные»; *саммит* (summit) – «переговоры на высшем уровне»; *слоган* (slogan) – «легко запоминающийся рекламный текст»; *Интернет* (Internet) – всемирная компьютерная система и другие англицизмы.

В используемых на занятиях по английскому языку аутентичных текстах можно встретить и много полусвоенных англицизмов, т. е. не слишком распространенных, вошедших в русский язык недавно, например: *кокпит* (cockpit) – «кабина самолета»; *шопер* (shopper) – «консультант по одежде», своего рода имиджмейкер; *смужи* (smoothie) – «сладкий густой фруктовый или овощной напиток с добавлением сока»; *тревеливинг* (traveliving) – «жизнь в путешествии, возможность путешествовать без четких планов и расписаний, без суеты и спешки, почувствовать себя местным жителем в каждом посещаемом месте и увидеть мир та-

ким, какой он есть на самом деле»; *даунишфтинг* (downshifting) – «сознательный отказ от карьеры, выбор менее престижной и оплачиваемой работы, желание жить ради себя или своей семьи» (изначально это слово относилось к автомобильным терминам и означало «переключение автомобиля на более низкую передачу»); *бэкекинг* (backpacking) – «вид путешествия и в то же время стиль жизни, предполагающий самостоятельные экономные путешествия, свободу передвижения, желание побывать в нераскрученных с туристической точки зрения местах», это альтернатива стандартному туризму, чем-то напоминает популярный в нашей стране туристский поход.

Слово «*вау*» (wow), относящееся к иноязычным вкраплениям и позволяющее выразить эмоциональное состояние, имеет лексический эквивалент, но стилистически от него отличается: «*вау*» может быть переведено как «Ого! Ух, ты! Ничего себе!» Еще один не всем знакомый англицизм – *стоповер* (stopover) – «транзитная остановка», т. е. промежуточная остановка в пути, которая длится более суток. Стоповер помогает с пользой провести время в городе транзита: прогуляться по городу и познакомиться с его достопримечательностями.

Конечно же, в аутентичных текстах встречаются и неосвоенные англицизмы, слова, которые находятся в процессе вхождения в русский язык, например: *хоумситтер* (homesitter) – «сторож-смотритель дома или квартиры», специально нанятый человек, который в ваше отсутствие за определенную плату живет у вас дома и присматривает за вашим домом и домашним хозяйством; *трендсеттер* (trendsetter) – своего рода законодатель мод, «инноватор, хорошо улавливающий новые идеи и первым внедряющий их в массовое использование». Абсолютно новый термин – «стэйкейшн» (staycation или stay-at-home vacation) – «отпуск, когда вы никуда не едете, а проводите его дома или недалеко от дома, изучая уже знакомые окрестности и наслаждаясь уже знакомыми достопримечательностями». Как правило, такое проведение отпуска связано с отсутствием денег на поездку в другое место.

Чтобы познакомить студентов с модной лексикой, заимствованной родным языком, преподаватель может составить для них интересные упражнения, которые пополнят сло-

варный запас и помогут учащимся узнать как можно больше оригиналов современных заимствований (примеры упражнений см. в *Приложениях* к статье).

Например, в упражнении 1 по теме «Travel» студентам предлагается соотнести слова в левой колонке с их русскими значениями в правой колонке; в упражнении 2 – найти синонимы; в упражнении 3 – сделать множественный выбор; в упражнении 4 – написать англицизмы по-английски и дать их определения по-русски или по-английски; в упражнении 5 – составить список англицизмов, относящихся к какой-либо конкретной области, написать эти слова в оригинале и дать определения некоторых из приведенных слов.

Одной из сильных сторон разработанных упражнений является то, что они не требуют никакой дополнительной подготовки от студентов, преподаватель может использовать как весь комплекс материалов, так и отдельно взятые задания в группах от начального до продвинутого уровня владения английским языком.

Подводя итог проведенного анализа оригиналов англицизмов с целью полного раскрытия вопроса работы с этим явлением, хотелось бы отметить, что, несмотря на неизбежность процесса заимствования из других языков, среди ученых до сих пор ведется полемика об их необходимости в речи народа-носителя: одни полагают, что это естественный процесс, другие считают, что чрезмерное употребление иностранных слов приводит к засорению речи. Безусловно, данное мнение справедливо. Так, например, человеку неподготовленному, не владеющему иностранным языком, смысл текста, где автор в избытке использует такие слова, как лайк, селфи, юзер, трафик, коуч, флэшмоб, свитшот, хэндмэйд, бренд, рафтинг, шопинг, велнес и другие заимствования, будет не полностью понятен. В последнее время публицистические журналы, газеты, интернет-издания, авторы новостных передач не заботятся о том, понимает ли их читатель или слушатель, и в погоне за трендом, желая звучать современно, используют в своей лексике чрезмерное количество иностранных заимствований, в частности из английского языка [11].

Такие действия вызывают обратную реакцию у лингвистов. Современные противники заимствования лексических единиц, делая ис-

ключение для исторических иноязычных слов, выступают против каких-либо заимствований, требуют искоренить их [12].

Выводы. Как уже отмечалось, язык – это живой организм, он, как губка, берет то, что ему необходимо, и избавляется от уже ненужных и не функционирующих элементов. Можно привести интересный пример. Эпоха правления Петра I в лингвистике также ознаменовалась как период больших заимствований. В то время говорили не «победа», а «виктория», не «удовольствие», а «плезир», не «путешествие», а «вояж», не «вежливость», а «политес» [11]. В лексиконе современного человека мы вряд ли услышим такие замещения. Следовательно, слова не выдержали испытания временем и больше не функционируют в языке.

На наш взгляд, вопрос о заимствованиях состоит не в том, хороши они или нет, а в том, насколько их смысл правильно донесен до слушателя или читателя. Отсутствие такого объяснения приводит к автоматическому использованию слов, без полного их понимания. В этом состоит задача педагога и преподавателя, в особенности преподавателя иностранного языка высшей школы, где контингент учащихся – взрослые молодые люди: предоставить возможность студентам разобраться и понять, к чему они апеллируют и что на самом деле имеют в виду, используя то или иное «модное» слово/словосочетание в своей речи.

Таким образом, процесс заимствования в языке – это процесс естественный и неизбежный, это результат культурных, социальных, экономических изменений и международного сотрудничества. Заимствованная лексика пополняет словарный запас родного языка, описывает новые явления, помогает более полно и точно выразить какое-либо понятие.

Задача преподавателей иностранного языка – использовать самим и научить студентов использовать такие языковые явления грамотно и с пониманием. Работа, направленная на изучение оригиналов современных англицизмов на занятиях по английскому языку в приведенных ниже, а также в аналогичных упражнениях и текстах, не только поможет студентам звучать модно, современно, быть в тренде происходящих событий, но и расширит их кругозор, повысит культурный уровень.

Приложения

Текст

Страсть к покупкам

“Shopaholism” is a recognized addiction along with, for example alcoholism. Sometimes the desire to copy celebrity lifestyles leads people to excessive spending. So-called WAGS – football players’ wives and girlfriends shock ordinary people with their spending habits...

Why do we love shopping so much? Shopping helps to reduce stress levels. People shop to reward or comfort themselves [13].

If your wardrobe is full of clothes or shoes you’ve never worn, you may have a shopping addiction. Many people go shopping when they’re in a bad mood. What happens when your shopping habits get out of control?

Упражнение 1

Match the words in the left-hand column with their Russian definitions in the right-hand column:

1. downshifting (дауншифтинг)	a) жизнь в постоянном, самостоятельном путешествии, кочевой образ жизни на современный лад; готовность уехать с постоянного места жительства ради долгих, успешных путешествий и увидеть мир таким, какой он есть на самом деле
2. traveliving (тревеливинг)	b) путешествие с рюкзаком; это своего рода стиль жизни, предполагающий самостоятельные экономные путешествия, свободу передвижения и желание побывать в нераскрученных с туристической точки зрения местах
3. backpacking (бекпекинг)	c) образ жизни, который выражается в сознательном отказе от карьеры, в стремлении жить ради семьи, обрести смысл жизни, оздоровиться физически и духовно, сменить обстановку, вести более простую жизнь где-нибудь вдали от цивилизации
4. hitchhiking (хитчхайкинг)	d) присмотр за домом/квартирой и домашним хозяйством с проживанием в период временного отсутствия хозяев; предполагает путешествие в другой город/деревню или страну и пребывание там какое-то время, пока хозяева находятся в отъезде
5. homesitting (хоумситтинг)	e) путешествие автостопом (бесплатное пользование попутными машинами)
<i>Answers (ответы):</i> 1c; 2a; 3b; 4e; 5d	

Упражнение 2

Find Russian synonyms for the following words /
Найдите русские синонимы к следующим словам:

1. lifehack (лайфхак)
2. freelancer (фрилансер)
3. biopic (байопик)
4. promotion (промоушн)
5. deadline (дедлайн)
6. boss (boss)
7. тьютор (tutor)
8. пати (party)
9. менеджер (manager)

Answers (ответы):

1. совет, прием, способ
2. внештатный сотрудник
3. фильм-биография
4. продвижение
5. крайний срок
6. начальник
7. наставник, личный куратор учащегося
8. вечеринка, тусовка
9. управленец, руководитель

Упражнение 3

Choose the correct variant / Выберите правильный вариант:

1. *startup* (стартап)
 - a) новый бизнес/проект, только что созданная компания, находящаяся на начальной стадии развития
 - b) начальная школа
 - c) инновации в области косметологии
2. *surfing* (серфинг)
 - a) путешествие на лодке
 - b) катание по волнам на специальных досках
 - c) катание с горки
3. *crowdfunding* (краудфандинг)
 - a) финансирование инновационных проектов богатыми спонсорами
 - b) создание финансового отдела
 - c) народное финансирование проектов и идей, сбор денежных средств на добровольных началах, как правило, через Интернет.
4. *smoothie* (смузи)
 - a) мягкое мороженое
 - b) густой напиток из смешанных в блендере или миксере ягод, фруктов или овощей с добавлением сока
 - c) безалкогольный газированный напиток

5. *jetlag* (джетлаг)

- a) синдром смены часового пояса, изменение привычного хроноритма
- b) отдых в другом климате
- c) долгий перелет

6. *cleaning* (клининг)

- a) уборка в квартире собственными силами
- b) очищение организма
- c) профессиональная уборка, которую делают специализированные компании

7. *casting* (кастинг)

- a) прослушивание, пробы, отбор претендентов на роль/конкурс/ в шоу
- b) принадлежность к определенному сословию
- c) спортивные соревнования

Answers (ответы):

1a; 2b; 3c; 4b; 5a; 6c; 7a.

Упражнение 4

Write the following anglicisms in English and give their definitions in Russian or in English.

Рафтинг, хедхантинг, ньюсмейкер, хедлайнер, мейнстрим, геймер, спонсор, прайм-тайм, риелтор, провайдер, секонд-хенд, коворкинг, прайс-лист, маркетинг, холдинг, бестселлер, гаджет, дисплей, рейтинг, кемпинг.

Example:

Мейнстрим – mainstream – мода на определенные вещи, поведение; преобладающее направление в какой-либо области; тенденции, популярные в обществе.

Прайм-тайм – prime-time – самое удобное, лучшее время, когда у экранов собирается наибольшая аудитория.

Упражнение 5

Make a list of anglicisms relating to any particular area and write all these words in the original. Give Russian definitions of some of the words:

1. Anglicisms relating to the fashion industry:
 - трендсеттер – trendsetter (тот, кто устанавливает направление, тенденцию в моде)
 - бренд – brand
 - дресс-код – dress-code
 - сэйл – sale
 - имидж – image
 - тренчкот – trench coat (плащ-дождевик)
 - лейбл – label

хэндмейд – handmade
 фэшн шоу – fashion show
 2. Anglicisms relating to sport:
 скейтборд – skateboard
 рафтинг – rafting
 керлинг – curling
 фристайл – freestyle
 фитнес – fitness

виндсерфинг – windsurfing
 армрестлинг – arm wrestling
 плей-офф – playoff (олимпийская система – в спортивных соревнованиях – система розыгрыша, при которой участник соревнования выбывает из турнира сразу после проигрыша)
 овертайм – overtime (дополнительное время, назначаемое для определения победителя)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Бойко С.А.** Англицизмы в современном русском языке: что и зачем заимствуется // Изв. Иркут. гос. экон. акад. 2012. № 2. С. 232–235.
2. **Горошко О.Н., Труфанова В.П.** Заимствование англицизмов в современном русском языке // Наука и современность. 2014. № 29. С. 221–226.
3. **Балакина Ю.В., Висилицкая Е.М.** Англоязычные заимствования экономической тематики в вербальной лексиконе русской языковой личности в период глобализации // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2014. № 2. С. 29–34.
4. **Косенко Е.И.** К вопросу об англицизмах в современном русском языке // Вестн. Ленингр. гос. ун-та им. А.С. Пушкина. 2015. № 4, т. 1. С. 137–140.
5. **Домченко Е.А.** Заимствования как процесс изменения языка // Молодой ученый. 2016. № 10. С. 1209–1212.
6. **Дьяков А.И., Золотарева Е.А.** Адаптационная модель англицизмов // Науч. исслед.: от теории к практике: матер. IX Междунар. науч.-практ. конф. Вып. 3 (9). Чебоксары: Изд-во ЦНС «Интерактив плюс», 2016. 348 с. С. 245–255.
7. **Чеклецова Е.И.** Современные заимствования из английского языка в речи представителей молодежной культуры // Урал. филол. вестн. Сер. Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2015. Вып. 1. С. 175–182.
8. **Коттина А.** Быть здоровым во всех отношениях. Здоровье в тренде // Женские секреты. 2016. № 7-8. С. 11–12.
9. **Андронкина Н.М.** Обучение немецкому языку как специальности на материале текстов публицистического жанра «интервью» // Традиции и инновации в методике обучения иностран. яз. СПб.: Каро, 2007. 286 с. С. 52–69.
10. **Трубицына О.И.** Использование юмористических текстов на уроке немецкого языка в средней школе // Традиции и инновации в методике обучения иностран. яз. СПб.: Каро, 2007. 286 с. С. 204–218.
11. **Плюсы** и минусы заимствования. URL: <http://www.hintfox.com> (дата обращения: 19.01.2017).
12. **Причины** и последствия заимствования иностранных слов для развития русского языка. URL: <http://www.km.ru> (дата обращения: 19.01.2017).
13. **Are you in need of some retail therapy?** // Moneywise. 2007. № 9. С. 12–13.

БЕЛИНА Наталья Викторовна – Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; tdf3@mail.ru

КИСЕЛЁВА Зоя Арсеновна – Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; zoia@rambler.ru

БОЖИК Святослава Любомировна – Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; svyatoslava@yahoo.com

Статья поступила в редакцию 24.01.2017 г., принята к публикации 11.05.2017 г.

REFERENCES

- [1] S.A. Boyko, [Loanwords in modern Russian: what is borrowed and why], News of Irkutsk State Economic Academy, 2 (2012) 232–235.
- [2] O.N. Goroshko, V.P. Trufanova, [Borrowing of anglicisms in Modern Russian], Science and modernity, 29 (2014) 221–226.

- [3] Yu.V. Balakina, E.M. Visilitskaya, [English-language loanwords of economic topics in the verbal lexicon of the Russian language personality in the period of globalization], *Bulletin of Voronezh State University. Linguistics and Intercultural Communication*, 2 (2014) 29–34.
- [4] E.I. Kosenko, [Issues of anglicisms in modern Russian], *Bulletin of the Leningrad State University named after A.S. Pushkin*, 4 (1) (2015) 137–140.
- [5] E.A. Domchenko, [Loanwords as a matter of language change], *Young Scientist*, 10 (2016) 1209–1212.
- [6] A.I. Dyakov, E.A. Zolotareva, [Adaptation model of Anglicisms], in: *Nauchnye issledovaniya: ot teorii k praktike. Materialy IX Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konf. [“Scientific research from theory to practice”]. Proc. of the Intern. scientific and practical conf.*, no. 3 (9), TsNS «Interaktiv plyus» Publ., Cheboksary, 2016, pp. 245–255.
- [7] E.I. Chekletsova, [Modern loanwords from the English language in the speech of representatives of youth culture], *Urals Philological Bulletin. Language. System. Personality: the linguistics of the creative*, 1 (2015) 175–182.
- [8] A. Kottina, [Be healthy in all respects. Health in trend], *Women’s secrets*, 7-8 (2016) 11–12.
- [9] N.M. Andronkina, [Learning the German language as a specialty on the material of the texts of the journalistic genre “interview”], in: *Traditsii i innovatsii v metodike obucheniya inostrannym yazykam [Traditions and innovations in the teaching of foreign languages]*, Karo, St. Petersburg, 2007, pp. 52–69.
- [10] O.I. Trubitsyna, [Use of humorous texts in a German language lesson in high school], in: *Traditsii i innovatsii v metodike obucheniya inostrannym yazykam [Traditions and innovations in the teaching of foreign languages]*, Karo, St. Petersburg, 2007, pp. 204–218.
- [11] [Pros and cons of linguistic borrowing]. Available at: <http://www.hintfox.com> (accessed 19.01.2017).
- [12] [The causes and consequences of borrowing foreign words for the development of the Russian language]. Available at: <http://www.km.ru> (accessed 19.01.2017).
- [13] Are you in need of some retail therapy? *Money-wise*, 9 (2007) 12–13.

BELINA Natal’ya V. – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; tdf3@mail.ru

KISELEVA Zoya A. – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; zoya@rambler.ru

BOZHNIK Svyatoslava L. – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; svyatoslava@yahoo.com

Received 24.01.2017, accepted 11.05.2017.

© Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2017