

3. Jones Leo, Alexander Richard. New International Business English. – Cambridge University Press, 2000. – 176 p.
4. Trappe Tonya, Tullis Graham. Intelligent Business Coursebook. – Longman, 2005. – 176 p.; Johnson Christine Intelligent Business. Skills Book. – Longman, 2005. – 112 p.; Cotton David, Falvey David. Market leader. Intermediate-advanced Coursebook. Business English. – Longman, 2003. – 176 p.; Numrich Carol. Raise the Issues. An Integrated Approach to Critical Thinking. – In cooperation with National Public Radio. – 2002 – 238 p. тощо.

Сидорова Е. Ю. Специфика “case study approach” в украиноязычной студенческой аудитории.

В статье анализируются проблемные аспекты использования “case study approach” в курсе профоринтированного английского языка для украиноязычных студентов продвинутого уровня. Особое внимание уделяется коммуникативному потенциалу данного подхода, раскрываются его содержательные характеристики, указывается на этноспецифические параметры.

Ключевые слова: английский язык, case study approach, вербальный, кросскультурный характер, коммуникативный, переговоры, бизнес.

Sidorova O. A cross-cultural case study approach in the Ukrainian-speaking environment.

The article is devoted to the main aspects of implementing case study approach in teaching ESP for Ukrainian students of advanced level. A special attention is given to a communicative potential of this method. What is more, contextual characteristics of this approach are revealed and ethnocentric parameters are clearly defined opened up and described.

Keywords: English language, case study approach, verbal, cross-cultural character, communicative, negotiations, business.

Филатова И. И., Скрябина Т. А., Гречанова А. Ю.
Луганский государственный медицинский университет

АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ И ТРУДНОСТИ ИХ ДЕКОДИРОВАНИЯ ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ

В современном русском языке наблюдается резкое увеличение числа заимствований-англицизмов (американизмов). Декодирование иностран-ных слов представляет трудность как для носителя языка, так и для англоязычных учащихся.

Ключевые слова: заимствование, англицизм, язык газеты, декодирование, восприятие иноязычной лексики, русский язык как иностранный, мотивированное употребление.

Вопрос об использовании в русском языке иностранных слов обсуждается лингвистами, писателями без малого три столетия. Почти все исследователи сходятся во мнении, что заимствование иноязычной лексики является одним из способов пополнения словарного состава языка. Разногласия возникают по поводу объёма заимствований, их действительно оправданного употребления в русской речи.

Период конца XX – начала XXI века характеризуется резким увеличением числа иноязычной лексики, буквально хлынувшей в русский язык. Соответственно возрос и интерес исследователей к данной проблеме. Разные аспекты изучения заимствованной лексики представлены в работах Л. Крысина, О. Бондарец (социолингвистический аспект), В. Костомарова (массовая американизация русского языка), О. Лаптевой (соотношение узуса и нормы), М. Семёновой (создание словаря англицизмов), А. Дьякова (причины заимствований), М. Брейтера (перспективы функционирования

заимствований), Н. Вагановой (семантико-словообразовательный аспект), Е. Назаровой (роль английских заимствований в современном русском языке), С. Сидоренко (функциональные и типологические особенности заимствований), Е. Филинковой (варваризмы в периодической печати), С. Изюмской (мера использования заимствований) и др.

Наиболее адекватное и полное отражение процессов, происходящих в том или ином языке, представлено в языке СМИ. Это объясняется, во-первых, определённой демократичностью языка периодики, а во-вторых, тем, что язык газет не проходит “очистку временем”: в нём представлены разные лексические пласты – окказиональный, узуальный, литературный (закреплённый в словарях). Вместе с тем, широкая распространённость и доступность средств массовой информации способствует ускорению процесса ассимиляции иностранных слов в русском языке. “Язык массовой коммуникации развивается с опережением и сильно воздействует на все стили речи”, – отмечает В. Костомаров [3, с. 120]. Сегодня принята лингвистами точка зрения на то, что иностранное слово должно просуществовать в языке не менее 100 лет, чтобы рядовые носители перестали ощущать его иноязычность, не является такой уж бесспорной. Непривычные для русского слуха ещё каких-то 20-30 лет назад слова *бизнес, менеджер, офис, продюсер, шоу* и их производные если и не стали “родными”, то, по меньшей мере, не воспринимаются как инородные. Вместе с тем, мнение В. Колесова о возможном объёме принятия заимствований в свой лексикон до двух тысяч слов каждым поколением представляется явным преувеличением [2].

Среди актуальных проблем, связанных с заимствованиями в русском языке, значимым является вопрос о восприятии и декодировании слов-заимствований иностранцами. Соответственно, закономерным является вопрос: не нарушают ли англицизмы в русском тексте его понимание, стоит ли семантизировать англицизмы в англоязычной аудитории при обучении русскому языку как иностранному и в каком объёме; какие методы и приёмы использовать для облегчения декодирования “знакомых незнакомых слов”. Работа с иноязычной лексикой в иностранной аудитории практически не освещена в исследованиях в рамках методики РКИ ни украинскими, ни зарубежными учёными. Немногочисленные исследования представлены работами Т. Вейд, С. Тимофеевой, Л. Сивенко, Т. Матвеевой, И. Лысаковой, Т. Кельдиева, Я. Лукиной и др.

Целью данной статьи является анализ лексики журнальных текстов и рассмотрение восприятия и декодирования англицизмов в русском тексте англоязычными иностранными студентами. Задачи исследования:

- определить среднее количество англицизмов в одном номере журнала;
- выбрать наиболее частотные заимствованные наименования;
- проанализировать заимствования по степени фонетической и графической ассимиляции;
- проверить способность англоязычных иностранных студентов декодировать англицизмы в русском тексте.

Материалом для исследования стали тексты русскоязычного издания “Фокус” за 2011 год. Сразу заметим, что мы анализировали заимствования последних 10-20 лет.

Как известно, русский язык – это язык заимствований, что объясняется особенностями исторического развития общества. Иностранные слова, закреплённые в словаре (телевизор, конференция, компания, коммуникации, ликвидация и пр.) нами не рассматривались.

В среднем на 66 журнальных страницах встречается 200-220 заимствований “последнего поколения”. Больше число заимствований представлено в материалах, посвящённых экономическому развитию, новейшим технологиям, шоу-бизнесу, тенденциям социального развития. Практически не встречается англицизмов в текстах, повествующих о политической жизни, строительстве, природе, что полностью объяснимо. Сближение украинской социально-экономической структуры с условиями зарубежной системы обусловило коммуникативную актуальность определённых понятий и соответствующих им слов. Для анализа нами было отобрано слова: *3D, child-friendly-культура, GDMA-решения, High-tech, iPad, IT, must have, web, Wi-Fi, автоквест, айтишники, аккаунт, анимэ, байер, билборд, блог, блоггер, бренд, виникомика, гаджет, гаджетостроение, дабстеп-вечеринка, даунишфтинг, девайс, Е-книги, ивент-менеджер, интренет, кайдзент, кастинг, квот, коворкинг, колл-центр (и call-центр), лоу-кост (и low-cost), мейнстрим, мерчандайзинг, модератор, мониторинг, мультибрендовый, мультикультурализм, мэш-ап, нанотехнологии, ноутбук, он-лайн (и on-line), офис-менеджер (и офис-менеджерица), оффшор, планшетпад, портал, прайм, проморолик, рейдер, рейтинг, ритейл, рунет, сайт, ситком, сквот, сквоттер, смайлик, смартфон, стартап, супертренд, тайм-менеджмент, тачфон, тач-экран, топ-награды, тренд, трендвотчинг, флэшмоб, фрилансер, хеджирование, хэндмейд (и hand made), чарт, шопинг, шопоголик, шорт-лист, шоу-рум (и шоурум), шузоголик, эмбиент и их производные.*

Наиболее частотными заимствованными номинациями являются *интернет* и его производные (*интернет-магазин, интернет-пространство, интернет-покупки, интернет-возможность, интернет-услуги, интернет-возможность, интернет-страница, интернет-ресурсы, интернет-видео, интернет-скандал, интернет-планшеты, интернет-ресурсы, интернет-тролли, интернет-блог, интернет-проект, интернет-пользователь, интернет-знаменитость*); *сайт, онлайн, 3D* и производные (*3D-кино, 3D-кинофестиваль, 3D-телевизор, 3D-изображение, 3D-очки, 3D-реклама, 3D-сериалы*), *рейтинг*.

Как и всякие заимствования, отобранные иностранные слова представляют собой транслитерированные (*байер*) и нетранслитерированные (варваризмы: *Wi Fi*) наименования. Как тенденцию можно отметить образование в русском языке композитов, состоящих из нетранслитерированной части и общепринятого (часто русского) слова: *call-центр, high-tech-одежда, 3D-очки, web-страница, IT-сфера*. Достаточно большую группу составляют слова с транслитерированной первой частью и русской (славянской) второй: *гаджетостроение, экоизделия, топ-награда*.

Обращают на себя внимание и случаи ассимиляции заимствований по русским словообразовательным моделям: *постить* от *пост*, *смайлик* от *смайл*, *менеджерница* от *менеджер*, *планшетопад* по аналогии с словом *листопад* и т.д.

Количество употребляемых сегодня заимствований порой превышает допустимые пределы (порядка 10-12% от общей лексики) и затрудняет понимание текста. Так в предложении *Эффективный руководитель одной из самых авторитетных украинских компаний Les Montress Success издатель креативного журнала "Допинг" Нателла Крапивина запустила на телеканале "Интер" свой дебютный продюсерский проект – воскресное travel-шоу "Орёл и решка" – 37% заимствованных слов. Предложение Если в следующем году GSM-операторы и получают UMTS-лицензии, то, учитывая поздний запуск технологии и перспективы LTE, 3G-сети введут лишь в самых крупных городах*, напечатанное в общественном издании для широкого круга читателей, останется непонятым большей частью читательской аудитории.

Одной из социально-психологических причин заимствования ученые называют рост говорящих и знающих английский язык [1]. Но ведь для адекватного понимания текста нужно не только знать язык – для чтения текстов, подобных приведённым выше, необходимы специальные знания. Получается, что даже при мотивированном употреблении слов английского происхождения они часто являются агнонимами – словами, значение которых непонятно большинству реципиентов.

Студенты-иностранцы, обучающиеся в нашей стране, сталкиваются с русским языком во всём его многообразии, в том числе, и с его многочисленными заимствованиями. Методика преподавания русского языка как иностранного большое внимание уделяет работе с русской лексикой, предлагает способы оптимизации семантизации новых слов, но обходит стороной вопрос декодирования иностранных (в данном случае – английских) слов в русском тексте. Предположить, что англоязычные студенты узнают и поймут среди русских слов английское – значит упростить проблему. Опыт показывает, что ассимиляция, транслитерация англицизмов зачастую затрудняет узнавание даже таких простых (с точки зрения сопоставления) слов, как *парк*, *революция*. Мы предложили студентам декодировать лексические единицы, выбранные из текстов журнала "Фокус" и приведённые выше. Правильно декодированными оказалось 40-45% слов. Больше половины остались непонятыми, т.е. такими же "иностранными", как и русские слова. Потом эти же слова были представлены иностранным студентам в тексте. Однако контекст не только не облегчил понимание студентами слов-англицизмов, а и дезориентировал учащихся в языковом пространстве журнального текста.

Основные трудности в понимании английских заимствований в русском тексте для иностранных студентов можно разделить на лингвистические и экстралингвистические. Среди лингвистических трудностей можем назвать следующие:

- транслитерация (частичная транслитерация), которая существенно меняет звуковую оболочку слова;
- неузнавание слова из-за изменения его аффиксных компонентов в силу недостаточного знания русского словообразования;
- попытки выведения значения сложного слова из значений его составляющих частей (калькирование);
- несформированные навыки речевой догадки;
- межъязыковая интерференция.

Трудностями экстралингвистического характера являются, на наш взгляд:

- незнание понятий и реалий, которые обозначают иноязычные наименования (общая трудность для англоговорящих и русскоговорящих);
- непонимание национально культурных ассоциаций, возникающих при трансформации семантики англицизмов;
- неспособность декодировать фоновые и коннотативные контекстуальные компоненты.

Обобщая всё сказанное, можно отметить, что сегодня нормированный русский язык не в состоянии обслуживать общество – отсюда множественное употребление окказиональных и узуальных лексических единиц. По причине глобализации современного общества всё большее место в русском языке занимают американизмы (англицизмы), употребление которых часто является немотивированным, затрудняющим понимание текста как носителями языка, так и иностранцами, изучающими русский язык. Современная языковая и лингвосоциальная ситуация требует от преподавателей РКИ углублённого изучения проблемы понимания заимствованной лексики иностранными студентами, разработки новых подходов и гибкой системы упражнений, облегчающих восприятие и декодирование англицизмов в русском тексте.

Как показывает опыт, считать чрезмерное употребление иноязычной лексики дорогой к исчезновению языка слишком пессимистично. Способность русского языка “самоочищаться, избавляться от функционально излишнего” в который раз сыграет свою роль, оставив незыблемой основу языка – его грамматику, а значит, и сам язык [4, с. 63]. Однако в условиях активной американизации русского языка стоит пристальное внимание обратить на изучение неисчерпаемо богатой русской лексики, на функционирование англицизмов в русской речи, а также на мотивированность их использования.

Л и т е р а т у р а :

1. Дьяков А. И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке // Язык и культура. – Новосибирск, 2003. – С. 35-43.
2. Колесов В. В. Русская речь. Вчера. Сегодня. Завтра / В. В. Колесов. – СПб. : Юнга, 1998. – 248 с.
3. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. – СПб. : Златоуст, 1999. – 320 с.

4. Крысин Л. П. О русском языке наших дней / Изменяющийся языковой мир. – <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm>.

Філатова І. І., Скрыбіна Т. О., Гречанова А. Ю. Англiцизми в сучасній російській мові та труднощі їхнього декодування іноземними студентами.

У сучасній українській мові спостерігається різке збільшення запозичень – англiцизмів (американізмів). Декодування іноземних слів викликає певні труднощі як для носія мови, так і для іноземних англомовних студентів.

Ключові слова: запозичення, англiцизм, мова газети, декодування, сприйняття іноземної лексики, російська мова як іноземна, мотивоване використання.

Filatova I. I., Skryabina T. A., Grechanova A. Y. Anglicisms in modern Russian language and the difficulties of their decoding by foreign students.

There is a sharp increase of loan-words (Anglicism or Americanism) in our modern society. Foreign words decoding are a big problem for both – the bearer of language and English-speaking students.

Keywords: loan-word, Anglicism, newspaper language (style), decoding, perception of foreign language, Russian as a foreign language, motivated using of smth.

Толчеєва Т. С.
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова

МІФ І СЛОВО В МЕЖАХ ПРОСТОРОВО-ЧАСОВОГО МОДЕЛЮВАННЯ ДІЙНОСТІ

Статтю присвячено проблемі взаємозв'язку мови, культури і міфологічної свідомості. Описано різні підходи до вивчення міфу та історії слова. Визначаються часові параметри міфічного мислення.

Ключові слова: міф, міфологічна свідомість, міфологічні моделі, часопростір.

Моделювання дійсності й створення на основі цього образу мовної картини світу набуває певних національно-специфічних ознак. Особливо актуальною ця проблема є для вивчення культурно маркованих мовних явищ, коли лінгвокультурна специфіка відчувається дуже сильно. Міфологічний простір – це насамперед “нормальний”, звичайний простір, координати якого набувають незвичайної, міфологічної значущості. Знаючи, як живуть міфи у інших народів, за словами М. Поповича, можна бути певними, що кожен етнос мав свої міфи; і кожен такий міф існував у багатьох варіантах, а у кожному варіанті бракувало того чи іншого епізоду; отже, реально існувала лише схема міфу, яка з часом втілювалася у різні варіанти. Міфи були історією Космосу, історією упорядкування Всесвіту. Вони були водночас системою норм життя, що відобразилось у численних повір'ях і забобонах. Були вони також і елементами культу, їх відтворювали у видовищах-виставах, обрядах і ритуалах [10, с. 25].

Постановка наукової проблеми та її значення. Міфологічні моделі Всесвіту репрезентують цілісність через зв'язки всіх елементів, які входять до цієї системи [3; 4]. Це припускає, що цілісність небесного зумовлює цілісність земного в аспекті