МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

**Кировский филиал**

**Гуманитарный факультет**

**Кафедра журналистики**

# КУРСОВАЯ РАБОТА

**по современному русскому (и родному) языку**

**Варваризмы в журналистских текстах**

|  |
| --- |
| Выполнил студент II курса гуманитарного факультета специальности 030601.65 Журналистика  Силенко Андрей Сергеевич  Научный руководитель:  Калинин Алексей Анатольевич, кандидат филологических наук, доцент |

**Киров 2009**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………………………….3

I. ЗАИМСТВОВАННАЯ ЛЕКСКА В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ

ЯЗЫКЕ……………………………………………………………………….……4

1.1. Что такое заимствование…………..………………………………..….4

1.2.Словянские заимствования. …………………….. ……………….…….5

1.3. Иноязычные заимствования ……………..….. ………………………..8

1.4. Иноязычные вкрапления или варваризмы ……….………………….14

II. ВАРВАРИЗМЫ В ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТАХ……………….……...18

2.1. Варваризмы в СМИ………………………….………………………...19

2.2. Калькирование………………………………...……………………….23

2.3. Роль варваризмов…………………………… …………………...……25

2.4. Употребление не переработанных варваризмов.….…………………26

2.5 Варваризмы в печатных СМИ республики Коми…………………….27

ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………….………………………………………………29

ЛИТЕРАТУРА………………………….………………………………………..30

***ВВЕДЕНИЕ***

**Объектом** исследования курсовой работы являются заимствованные слова.

**Предметом** исследования выступают иноязычные вкрапления или варваризмы. Например: *стритен-герл; брэнд*; *холдинг*,

**Актуальность и новизна** данного исследования обусловлена тем, что в последнее время печатные издания засорены варваризмами.

**Целью** настоящей работы является попытка изучения варваризмов в журналистских текстах.

Для достижения данной цели мы поставили выполнение ряда **задач**:

1) изучить специальную литературу по предмету исследования;

2) выявить факты употребления варваризмов в СМИ;

3) классифицировать выявленные примеры и распределить их по лексико-тематическим группам;

4) описать выявленный нами языковой материал с лингвистической точки зрения;

Материалом исследования примеры употребления варваризмов, выявленных **методом** сплошной выборки из следующих СМИ: «Московский комсомолец на Вятке»; «Известия», «Аргументы и Факты». Все газетные статьи, рассмотренные и проанализированные нами, были опубликованы в 2009 году (2008 -2009 гг.).

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

***I. Заимствованная лексика в современном русском языке***

***1.1 Что такое заимствование***

Начиная с древнейших, дописьменных времён через языковые контакты на бытовой, экономической, культурной, политической почве в русский язык входили заимствованные слова. Так, например, слова *тетрадь*, *библиотека*, *огурец* заимствованы из греческого языка; *студент*, *экзамен* - из латинского; *спектакль*, *вальс*, *суп*, *букет* - из французского; *трамвай*, *комбайн*, *фильм*, *гол* - из английского; *кухня*, *картофель*, *шляпат* - из немецкого; *опера*, *газета*, *помидор*- из итальянского; *арбуз*, *тулуп*, *деньги* - из тюркских яз. и т.д.

*Заимствование* - это переход элементов одного языка в другой как результат взаимодействия языков или сами элементы, перенесенные из одного языка в другой. Заимствования приспосабливаются к системе заимствующего языка и зачастую настолько им усваиваются, что иноязычное происхождение таких слов не ощущается носителями этого языка и обнаруживается лишь с помощью этимологического анализа.

Под заимствованным словом в языкознании понимается всякое слово, пришедшее в русский язык извне, даже если оно по составляющим его морфемам ничем не отличается от исконно русских слов (такое явление может наблюдаться тогда, тогда слово берется из какого-либо близкородственного славянского языка, например: *мудрость* - из старославянск. яз., *вольность*- из польск. яз.).

Подчеркнем, что процесс заимствования слов - явление нормальное, а в определенные исторические периоды даже неизбежное. В принципе освоение иноязычной лексики обогащает словарный запас принимающего языка. Вспомним, какую огромную и весьма положительную роль сыграли греческий и латинский языки в Европе, старославянский язык в славянском мире, арабский - на мусульманском Востоке. Заимствование слов из других языков происходило, происходит и будет происходить во все времена и в языках всех народов. Занимаясь подсчетом заимствованных слов, ученые смогли получить интересные данные. Так, в немецком языке заимствования исчисляются десятками тысяч, а в словарном материале английского языка они составляют более половины.

В составе заимствованной лексики выделяют заимствования родственные, славянские и неславянские, иноязычные. Сначала поговорим о славянских заимствованиях.

***1.2 Славянские заимствования***

Старославянизмы вошли в русскую речь через язык переводов с греческого языка богослужебных и канонических книг. Древнейший литературный язык, старославянский, использовался на Руси с X в., после принятия ею христианства в 988 г.

Фонетическими признаками старославянизмов являются:

1. неполногласные сочетания ***ра***, ***ла***, ***ре***, ***ле*** между согласны ­ми в одной морфеме (вместо русских полногласных соче ­таний *оро*, *оло*, *ере*, *еле*): *брань* ‘сражение’ (ср. *оборона*), *власы* (ср. *волосы*), *влачить* (ср. *волочить*), *среда* (ср. *середина*), *млечный* (ср*. молочный*);
2. сочетания ***ра***, ***ла*** в начале слова (вместо русских *ро*, *ло*): *расти* (ср. *рост*), *равный* (ср. *ровный*), *ладья* (ср. *лодка*);
3. сочетания ***жд*** на месте русского *ж* (< общесл. *dj*): *надежда* (ср. *надёжный*), *нужда* (ср. *нудить*), *рождать* (ср. *рожать*);
4. звук ***щ*** на месте русского *ч* (< общесл. *tj*): *мощь* (ср. *мочь*), *пещера* (ср. *Печёра*, *Печёрский*);
5. начальное ***е*** на месте русского *о*: *един* (ср. *один*), *елей* ‘оливковое масло’ (ср. *олива*);
6. начальное ***ю*** на месте русского *у*: *юродивый* (ср. *урод*), *юг* (ср. др. –русск. у*гъ*);
7. начальное ***а*** на месте русского *я*: *аз* ‘название буквы старославянского алфавита’, *агнец* (ср. *ягня* ‘ягнёнок’).

К словообразовательным признакам старославянизмов относя ­тся:

1. приставки ***воз***- на месте русской приставки *вз*-: *возводить* (ср. *взводить*), *воспрянуть* (ср. *вспрянуть*); ***со***- на месте русской *с*-: *собор* (ср. *сбор*), *совет* (ср. *свет*); ***из-/ис-*** на месте русской *вы*-: *изводить* (ср. *выводить*), *истечь* (ср. *вытечь*);
2. суффиксы ***–знь***: *казнь*, *жизнь*; ***-есн***-: *словесный*, *небесный*; ***-тв(а)***: *жатва*, *жертва*, *клятва*; ***-ствие(е)***, ***-ств(о)***: *царствие*, *Рождество*; ***-ын(я)***: *милостыня*, *святыня*; ***-чий***: *кормчий*, *ловчий*;
3. первые части сложных слов ***благо-***, ***бого-***, ***добро-***, ***жертво-***, ***зло-***, ***суе-***: *благодать*, *богородица*, *добросерде* ­*чие*, *добродетель* и др.

Семантическими признаками старославянизмов являются:

1. принадлежность слова к религиозному культу, предметами церковного обихода: *апостол*, *евангелие*, *креститель*, *престол*, *пророк*, *святой* и др.;
2. слова отвлечённой лексики: *беззаконие*, *благодеяние*, *воскресить*, *грех*, *исход* и др.

В современном русском языке старославянизмы выполняют различные семантические, стилевые и стилистические функции:

1. являются словами нейтрального стиля, общеупотребите ­льны и вытеснили однокорневые русские слова: *враг*, *вред*, *время*, *нужда* (ср.: *ворог*, *веред*, *веремя*, *нужа*);
2. существует параллельно с русскими словами, но разошлись с ними в значениях; ср.: *глава* (*книги*, *предприятия*) и *голова*; *гражданин* и *горожанин*; *страна* и *сторона*;
3. принадлежат к книжному стилю речи: *возбранять*, *воспла* *­менять*, *главенство*, *претерпеть*, *праздный*, *чуждый*;
4. выступают в качестве культовых названий и широко распространены в церковной практике: *благодать*, *владыка*, *Царские* *врата*, *посвящение*, *Рождество*, *свяще* *­нник*, *храм*;
5. встречаются в специальных текстах (археологических, исторических, медицинских и т.д.) как термины: *вселенная* (астр.), *млекопитающие* (зоол.), *раб* (ист.) *средостение* (мед.);
6. остаются в сфере книжного стиля и обладают стилистической функцией высокого, поэтического, торжес ­твенного или воссоздают языковой стиль эпохи (так называемые стилистические славянизмы): *власы*, *влачить*, *древо*, *златоструйный*, *златолюбие*, *ланиты*, *очи*, *уста*.

В разные исторические периоды в русский язык вошли заимствованные слова из родственных славянских языков. Это поздние (VI – XVIII вв.) и позднейшие (XIX – XX вв.) проникновения. В составе польских заимствований (датируются XVII – XVIII вв.) именования одежды: *бакеша* (< *Бакеш* – венгерский полководец короля Стефана Батория), *кофта*; названия пищевых продуктов: *булка* (< общесл. *byla* ‘шишка’), *повидло*; воинские звания: *полковник* и др.

Через польский язык до XVII в. пришли слова из западноевропейских языков: *барвинок* (<нем. *Barwinker* <лат. *Pervinca* ‘вечнозелёное травянистое растение с голубоватыми и фиолетовыми цветками’), *балясы* (<*balasa* ‘точеный столбик для ограды, перил и др.’; <фр. *balustre*, которое восходит к лат. *balustrum*).

Из украинского языка пришли слова *борщ*, *бублик*, *гопак*, *детвора* и др.

Теперь поговорим так же о иноязычных заимствованиях как о составе заимствованных слов.

***1.3 Иноязычные заимствования***

В зависимости от степени освоения иноязычных слов, их структурно-семантического преобразования и функционирования в принимающем языке выделяются:

а) Заимствованные слова

б) Экзотизмы

в) Иноязычные вкрапления (варваризмы)

Полностью заимствованным считается слово, которое ассимилировалось в языке-приёмнике графически, фонетически (орфоэпически), семантически, словообразовательно, морфологиче­ски и синтаксически.

Степень усвоения слова языком-преёмником может быть различной. Например, русское слово имеет различия в графике, орфоэпии и морфологии со словом языка-источника. Ср.: *силос* и исп. *silos* (звук [I] – полумягкий, конечный -*s* – показатель мн.ч.); *тотальный* (прил., м.р., ед.ч., им.п., звук [л’], суффикс прил. -*н*-, окончание -*ый*) и нем. *total* (прил., м.р., ед.ч., им.п., среднеевропейский полумягкий звук [I], нулевое окончание, склонение по четырём падежам).

Перемещение слов из одного языка в другой связанно со свойственными каждому периоду лингвосоциальными условиями. Так, в XVII в. слова из иностранных языков воспринимались и записывались на слух. Много опосредованных английских заимствований пришло в русский язык через немецкий и голландский языки. Оглушение конечных согласных, наличие полумягкого [I], свойственные этим языкам, наложили отпечаток на исконные английские слова: *Ливерпуль* (вместо *Ливерпул*), *Лидс* (вместо *Лидз*). Немецкое слово *Halstuch* [*y*астух], вероятно, под диалектным влияние изменилось в *галстук*; слово *матрос* заимствовано из голландского языка в конце XVII - начале XVIII в. (первоначально в форме мн.ч *матрозы*).

В конце XVIII в., в Петровскую эпоху заимствование шло чаше устным путём: *армия* (первоначально *армея* < нем. *armee* < фр. *armee*), *вымпел* (гол. *wimpel* ‘знамя, флаг’) и др. Голландское слово *haven* [*y*авен] переоформилось под влиянием русской модели на -*ань* в *гавань* (ср. *пристань*).

В конце XVIII - середине XIX в. преобладают письменные заимствования через частую переписку и художественную литературу, но отмечаются и устные заимствования: *браслет* (фр. *bracelet* ‘браслет’ – уменьш. –ласк. < *bras* ‘рука’), *балет* (фр. *ballet* ‘балет’ < ит. *balleto* –уменьш. < *ballo* ‘бал, танец’), *коньяк* (фр. *Congac* ‘название города, где производится этот сорт вина’) и др.

Для середины XIX – середины XX в. характерны письменные и устные заимствования через произведения литературы, прессу, науку. Прослеживается тенденция непосредственного вхождения слов: *имидж* (англ.), *митинг* (англ.), *свитер* (англ.); *витраж* (фр.), *гипюр* (фр.), *редис* (фр.) и др.

Широкий поток информации в 80-90-е годы XX в. приводит к образованию новейших тематических парадигм, члены которых графически и фонетически не освоены, сохраняется семантика языка-источника; это банковская терминология: *аудит*, *брокер*, *оффшор*, *фьючерсы*; торговая: *бутик*, *сейл*, *чейндж*, *шоп*; технологическая: *адаптер*, *пейджер*, *скрэмблер*, *файл* и др.

*Экзотизмы* – это национальные названия предметов быта, домашней утвари, одежды, обычаев, обрядов того или иного народа, той или иной страны. Признаками экзотической лексики являются отнесённость к национальным реалиям, её уникальность, отсутствие синонимов в языке-преемнике, высокая степень обусловленности культуры нации.

Тематическая парадигма «Национальная одежда»: *дхоти* ‘набёдренная повязка в Индии’, *дели* ‘монгольская верхняя одежда’, *оби* ‘японский пояс, завязывающийся бантом назад’, *хакама* ‘штаны самурая’, *пиколь* ‘афганская мужская шапочка’.

Лексико-семантическая группа «Мода»: *гранж* ‘сельский стиль’, *от кутюр* ‘высокая мода’, *прет-а-порте* ‘готовая одежда’, *свингер* ‘раскрашенное пальто’, *сноптоп* ‘короткая дублёнка с особой выделкай меха’, *топ-модель* ‘фотомодель высокого класса’, *фэшен-шоу* ‘представление коллекции моделей’.

*Иноязычные вкрапления -* это слова, словосочетания и предложения, находящиеся в чужом языковом окружении. Иноязычные вкрапления (варваризмы) не освоены или неполно освоены языком, их принимающим.

Иноязычные вкрапленияв русскую лексику, которые часто сохраняют нерусское написание. Иноязычные вкрапления обычно имеют лексические эквиваленты в составе русской лексики, но стилистически от них отличаются и закрепляются в той или иной сфере общения как специальные наименования или как выразительное средство, придающее речи особенную экспрессию. Их характерной чертой является распространение не только в русском, но и в других европейских языках

Одни вкрапления сохраняют свой иноязычный облик и долгое время воспроизводится графическими средствами языка источника: a *propos* (фр.) ‘кстати’, *cui prodest* (лат.) ‘ком выгодно’; другие же постепенно ассимилируются принимаемым языком: *уик-энд* (англ.) ‘конец недели’, *де-факто* (лат.) ‘фактически, на деле’, *де-юре* (лат.) ‘юридически, по праву’ (последние две единицы отражают переходный период и существования – они употребляются и в латинском, и в русском написании); третьи бесследно исчезают: *mote vides* (фр.) ‘слова лишённые значения’, *most pleins* (фр.) ‘полнозначные слова’.

Вкрапления выступают нередко в макаронической роли, выполняя в текстах гротесково-шуточную, юмористическую, ироническую и сатирическую функции. Макароническое использование вкраплений характерно для языка прессы 90-х годов XX в. «*Шерсе ля бабушка*», «*Шерсе ля юбка*» - юмористическое преобразование французского выражения *chercher la fam* ‘ищите женщину’. Каламбуры создаются про объединении несопоставимого. Например: *За последнии годы шоу-бизнес пополнился десятками новых* ***«стар»*** *и* ***«суперстар»****…* - словесная игра построена на омонимах: краткой форме прилагательного *старый* и приставки *супер*- (в слове *суперстар* ‘звезда кино, эстрады, театра’).

Особо следует сказать о терминах и терминированных словах, которые пришли в русский язык в разное время. Они состоят обычно из греческих и латинских корней (слов): *атом*, *алфавит*, *грамматика*, *диагноз*, *кафедра*, *магнитофон*, *реагент*, *телефон* и др. Особенность этих слов в том, что, не имея родины и живого источника заимствования, они принадлежат к интернациональной лексике, выполняющею одну из основных функций иноязычных слов. Новые и новейшие именования (вторая половина XX в.), в отличие от позднейших (XIX в. – середина XX в.), берутся их мёртвых языков – греческого и латинского: *нейроплегики* (мед.), *пситтакоз* (зоол.), *термограф* (техн.), *аудит* (фин.), *адаптер* (инф.), *видеотека* (иск.) Появление международной терминологии – явление прогрессивное: оно отражает успехи человечества в научно-техническом прогрессе и составляет общий фонд названий, облегчающих языковое контактирование народов.

Нельзя не упомянуть о так называемых кальках. *Калька* (франц. calque) - это слово или выражение, созданное из исконных языковых элементов, но по образцу иноязычных слов и выражений. Так, русский глагол *выглядеть* (*Вы сегодня хорошо выглядите*) возник как калька немецкого слова *aussehen*: приставку *aus*- перевели *как вы*-, *sehen* - *как выглядеть*. Слова *водород*, *кислород* - кальки латинских слов *hydrogenium* и *oxygenium* (в латинском корень -*gen*- - род, а и *hydro* и *oxy*- значит соответственно *вод*- и *кисл*-). Есть лингвистический термин калькировать, т.е. переводить по частям. Слово *полуостров* калькировано с нем. *Halbinsel*, слово *дневник* с фр. *journal*, слово *небоскреб* - с англ. *skyscraper*. Подобные материально исконные слова, которые возникли в результате перевода иноязычных слов по составляющим эти слова морфемам, в результате усвоения словообразовательной структуры чужих слов, называются словообразовательными. Они, как правило, являются продуктами книжного творчества, так как появились при переводах как новообразования переводчиков. Лишь потом некоторые из них стали достоянием устной литературной речи. В качестве словообразовательных образцов соответствующих калек выступают почти исключительно слова из греческого, латинского, французского и немецкого языков. Вот еще несколько примеров: *азбука* (первоначально *азбукы*) калькирует греческое *alphabetos*, которое потом было также и заимствовано - *алфавит*; сложное слово *баснословие* калькирует то, что потом как прямое заимствование укрепилось в виде слова *мифология* (сp. греч. *mythologia*) и др.

Кроме полных калек в лексике русского языка наблюдаются полукальки - слова, состоящие частью из русского материала, а частью из материала иноязычного слова, которое по словообразовательной структуре так же точно соответствует аналогичным словам языка-источника, из которого идет заимствование. Например, в 40-х годах XIX в. благодаря В.Г. Белинскому в русский литературный язык вошло слово *гуманность*. Возникло оно путем заимствования корневой части немецого слова *Humanitat* (*human* ‘гуманный’) в виде основы прилагательного *гуманн*- и перевода немецкого суффикса -*itat*, образующего отвлеченные имена, соответствующим русским суффиксом - *ость*.

Кроме словообразовательных, есть также фразеологические кальки, например: *circulus vitiosus (*лат.) ‘порочный круг’, *pro et contra* (лат.) ‘за и против’ и др. Выделяются также семантические (смысловые) кальки. При семантическом калькировании слово приобретает новое значение, которое переносится (переводится) с соответствующего иноязычного слова, например, в русском языке довольно давно существует слово *картина* в разных значениях: произведение живописи, зрелище, часть пьесы или оперы. Сравнительно недавно это слово приобрело еще одно значение - кинофильм. Это новое значение - калька английского слова *picture*. В английском языке *picture* - и картина, и портрет, и кинофильм.

По мнению Н.М. Шанского, этого рода слова, возникая как передача чужого слова с его структурой, не являются тем не менее заимствованными в прямом смысле этого слова. Это создание русского языка, с использованием русского лексико-словообразовательного материала. Передавая строение иноязычного слова м, следовательно, будучи обязанным появлением в русском языке чужому языку, словообразовательные кальки все же представляют собой новые слова русского языка, неизвестные в данном конкретном виде в других языках.

Теперь поговорим конкретно о варваризмах.

***1.3 Иноязычные вкрапления или варваризмы***

*Варваризм* (от греч. barbaros - чужеземный) — иностранное слово или выражение, не полностью освоенное языком и воспринимаемое как чужеродное, как нарушение общепринятой языковой нормы. О варваризмах нельзя сказать, что они входят в состав русской лексики, они еще не освоены языком, не являются их принадлежностью, это «не закрепившиеся в общелитературном языке единицы. С течением времени это слово может либо выйти из обращения и забыться (*комильфо*), либо получить хождение в ограниченных сферах (профессионализмы, сленг) — как нынешние *пейджер* или *хакер*, либо стать широко употребимыми — как, например: *зонтик*, *специальный*, *информация*.

Ильинский Сергей Владимирович, выпускник филологического факультета МГУ имени Ломоносова, дал другое определение варваризмам:

Варваризмы – иностранные слова и выражения, которые используются обычно только при описании реалий зарубежной жизни, иностранного этикета и обычаев, например: *констебль*, *паб*, *грум* (англицизмы), *месье*, *су*, *кюре* (галлицизмы), *бой-френд*, *бизнес-вумен* (американизмы), *акрополь*, *некрополь*, *антропос* (грецизмы) и т. д. Еще варварзмы называют особые случаи употребления иностранных слов типа *сатисфакции* (*требую сатисфакции*). Главный признак варваризмов не в том, что это слова-заимствования, а в том, что варваризмы всегда осознаются как чужеродные.

Варваризмы, т.е. перенесенные на русскую почву иностранные слова, употребление которых носит индивидуальный характер. Как я уже отметил выше о варваризмах нельзя сказать, что они входят в состав русской лексики. В отличие от всех лексических заимствований варваризмы не зафиксированы словарями иностранных слов, а тем более словарями русского языка. Они попадают в речь как окказиональные средства, например: у В.В. Маяковского: *Негр подходит к туше дебелой: "Ай бэг ер пардон, мистер Брэгг! Почему и сахар, белый-белый, должен делать черный негр? "* - варваризм, означающий 'прошу прощения', передан средствами русского алфавита. От других иноязычных заимствований варваризмы отличаются и тем, что имеют "иностранный" облик, резко выделяющий их на фоне русской лексики; в отличие от экзотизмов большинство варваризмов обозначает понятия, которые имеют в русском языке наименования; в отличие от иноязычных вкраплений варваризмы носят окказиональный характер, они лишены стилистической окраски книжности, научности, остаются за пределами русского словаря.

Практически все иностранные заимствования сначала проходят стадию варваризмов. При этом возможны варианты сохранение графической формы, взятой из родного языка или графическое оформление по правилам нового языка (в последнем случае длительное время могут сосуществовать равноправные варианты написания, как, например, *риэлтор* и *риэлтер*).

В письменной и официальной речи следует избегать употребления варваризмов.

В качестве варваризмов могут восприниматься:

1. Особенности произношения:

Вральман: *«Тай фолю этим плеклятым слатеям. Ис такой калафы толголь палфан?»* (Фонвизин, «Недоросль»).

2. Отдельные слова:

Иван: *«Авуе, не имела ли ты конесансу с каким-нибудь французом?»* (Фонвизин, «Бригадир»).

3. формы словообразования и синтаксические обороты:

*«В Moscou есть одна барыня, une dame… И она имела une femme de chambre, ещё большой росту»* (рассказ Ипполита в «Войне и мире» Льва Толстого).

В истории литературного языка обычно сменяются эпохи усиленного его насыщения варваризмами и эпохи борьбы с ними. Первые свидетельствуют об усвоении форм иноязыковой культуры теми группами людей, достоянием и орудием которых является литературный язык; вторая — о начале самостоятельного культурного творчества этих групп (например, усиленное насыщение варваризмами речи русского дворянства в первой половине XVIII века и усиленную борьбу с ними — во второй его половине).

В качестве художественного приёма, варваризмы применяются:

1. Для достижения комического эффекта:

*«Но панталоны, фрак, жилет,*

*Всех этих слов по-русски нет»* (Пушкин, «Евгений Онегин»).

2. Для создания couleur locale (местного колорита):

*«Как ты мил в венке лавровом, толстопузый претор мой… Мил, когда тебя несут десять ликторов на форум»* (А. Майков, «Претор»).

Или, пародийно, у Козьмы Пруткова: *«меж листьев аканфа и белых колонн»*

3. В эпохи, когда владение иностранным языком является исключительным достоянием господствующего класса, — для указания на высокое социальное положение действующих лиц:

*Die Gräfin spricht wehmütig*

*Die Liebe ist eine Passion"* (Гейне).

*«Того, что модой самовластной*

*В высоком лондонском кругу*

*Зовётся vulgar… Не могу…*

*Люблю я очень это слово,*

*Но не могу перевести…»* (Пушкин, «Евгений Онегин»).

Также у Льва Толстого: «*Анна Павловна кашляла несколько дней, у ней был грипп, как она говорила* (грипп был тогда новое слово, употреблявшееся редко)…*»* («Война и мир»).

Юлий Абрамович Бельчиков, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, проводя лингвистическую экспертизу по документационным и информационным спорам и словарям, отмечал:

Недавние иноязычные заимствования: варваризмы (*тинейджер*, *чуингам*, *герла*, *спонсор*), при анализе этих слов можно обращаться и к «несовременным» словарям (имеются в виду прежде всего толковые словаря) – к Словарю Ушакова, к 17-томному «Словарю современного русского литературного языка», даже к Словарю Даля и «Словарю русского языка» Грота-Шахматова. Это связано с тем, что слова данной группы имеют устойчивую семантику, устойчивые, давно сложившиеся коннотации, экспрессивную окраску, социальные и экспрессивно-эмоциональные оценки, закрепленные традицией употребления в речи целого ряда поколений (вплоть до нынешнего) носителей русского литературного языка.

Самим фактом обращения к таким словарям эксперт подчеркивает традиционность, устойчивость, константный характер данного понимания, осмысления рассматриваемого слова в русском литературном языке (при этом – для подтверждения актуальности, действительности именно такого семантического и стилистического облика данного слова в настоящее время – рекомендуется сослаться на словари, регистрирующие словоупотребление «наших дней!, современной эпохи). Таковы, например, слова: *вотчина* (в «прямом» - историческом, и переносном – что актуально для современности - значениях), *игра* (в том числе и при употреблении во множественном числе – игры – в значении «интриги», «тайные замыслы»), *клика*, *преступник*, *преступный*, *некий*, *захватить*, *посягнуть*, *попрать*, *терзать*, *надувать* («обмануть, провести») и т.д.,

***II. ВАРВАРИЗМЫ В ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТАХ***

Чудовищная засоренность языка СМИ варваризмами представляется существенной социолингвистической проблемой. Справедливости ради, отмечу, что такая проблема существует сегодня во многих языках старой Европы, это социолингвистическое последствие глобализации. С эти вопросом связана и борьба за чистоту слога. Чистоту слога А.А. Волков понимает как "однородность речи в отношении к общим и частным нормам литературного языка". Второй обсуждаемой проблемой является вульгаризация речи, бытование арго в языке СМИ. Здесь выделяются собственно научные проблемы языкознания - описание такой речи, объяснение, например, процесса семантической деривации (т.н. "лексической метафоризации"), знакомого исследователям и других пластов языка - например, профессионального просторечья, сленга, профессииона ­льного жаргона, общего жаргона. Но рядом стоят и общественные задачи - сформировать речевую культуру, речевой быт и обиход. Очевидно, что нельзя при этом в сегодняшнем глобализованном, пронизанным медийными сетями обществе недооценивать средства массовой информации. Рассуждение проводится на многочисленных примерах из жизни языка последних лет.

***2.1 Варваризмы в СМИ***

Неоспоримо, что в современном мире резко возросло значение информации. Она значима не столько сама по себе, сколько по результатам усвоения ее потребителем.

Для нашей страны, которая только идет по пути формирования постиндустриального (информационного) общества, это особенно актуально.

В реальности же, на мой взгляд, существует целый ряд причин, которые мешают потребителям получать и адекватно усваивать информацию. Одна из этих причин связана с поставщиками информации.

Я хотел бы обратить внимание на некоторые характеристики письменной речи журналистов: не только перегруженность иностранными словами, но и разные варианты их написания.

Мной было проанализировано три крупных издания периодической печати:

1. Известия как ежедневная федеральная новостная газета с довольно большим тиражом.

2. Еженедельник «Аргументы и факты» - популярный российский еженедельник с постоянной региональной вкладкой, имеющий общественно-политическую направленность.

3. Еженедельник «Комсомольская правда – пятничный выпуск» («Толстушка») – массовая еженедельная российская газета развлекательного характера.

Тексты содержат данных газет большое количество орфографических и пунктуационных ошибок. И, к сожалению, довольно много опечаток, что говорит о плохой корректуре.

Журналисты все более запутывают читателя разными вариантами написания и без того не всегда понятных слов. Примеров этому утверждению несколько. Прежде всего, это целая группа экономических терминов. Буквально на одной странице газеты «Известия» термин *брэнд* имеет два написания: *брэнд* и *бренд*. Аналогичная ситуация складывается с производным от него термином: *брэндинг* и *брендинг*. Оба термина англоязычного происхождения (*brand* – фабричная марка, соответственно, *branding* – процесс продвижения марки на рынке), и их написание напрямую связано с англоязычным произношением, где буква «*а*» соответствует нашему звуку [э].

Аналогичная ситуация складывается с другими терминами. Понятие *офшор* (от английского *offshore*), обозначающий свободную (или частично свободную) от налогов экономическую зону, тоже имеет два написания: с двумя буквами «*эф*» и с одной.

Еще одним примером может являться название достаточно новой профессии на нашем рынке труда – *риэлтор*. В написании этого слова у авторов текстов возникает уже три варианта написания: *риэлтор*, *риелтор*, *риелтер*.

Можно еще целый ряд схожих примеров привести: разночтения при написании слов *римейк*, *трафик*, *ремикс*, *ритейл*, *дискаунт* и др.

Данные слова, согласно правилам русского языка не имеют нескольких вариантов написания, верным будет являться только один. В связи с этим возникает еще одна проблема: где найти правильный вариант написания. Из указанных слов в словаре иностранных слов и выражений (Новейший словарь иностранных слов и выражений. – М.: Современный литератор, 2003. – 976 с.) есть только: *трафик*, *римейк* и *ремикс*.

Характерно, что журналисты используют указанные слова и выражения постоянно. Примечателен и тот факт, что они употребляются на страницах как федеральной, так и региональной прессы в равной степени.

Справедливости ради надо отметить, что в середине девяностых годов прошлого века в результате активной дискуссии, развернувшейся на страницах газеты «Коммерсантъ» и журнале «Эксперт», большинство экономических терминов было признано лакунами, то есть не имеющими аналогов в русском языке, но речь шла лишь о некоторых терминах. С развитием рынка в стране увеличилось и количество новых слов, которые уже не являются лакунами и имеют вполне достойный аналог в русском языке: *эксклюзивный* ‘исключительный’, *дисконт* ‘скидка’ и ряд других.

Пуристы – Павел I, А.С. Шишков – издавна выступали против смешения французского с нижегородским, в особенности против неуместных, ненужных заимствований. В XX веке против того же ратовали К.И. Чуковский, Б.Н. Тимофеев-Еропкин.

Однако впустую: мы скоро заговорим, как молокане в Америке: *“Иван, закрой уиндоу, а то чилдренята простудятся”*. Формирование макаронического языка отражается в масс-медиа.

Одним из распространенных процессов в языке российских СМИ последних лет, как я уже сказал, стало обильное появление варваризмов. Часть новых заимствований привносится в язык в силу того, что не существует слов для самих понятий (*сканер*), часть как эвфемизмы (*фандрайзинг* – сбор и поиск спонсорских средств – вместо “шапка по кругу”, *секьюрити* вместо “охрана, обслуга”), часть из дурной моды отказываться от своего. Варваризмы – примета стремительных языковых изменений в обществе, и СМИ, по сути дела, выступают здесь метафоризацией престижности. Характерно использование множества транслитерированных и транскрибированных терминов из английского языка: *ноу-хау*, *лицензиара*, *брокерские операции*, *консигнационные операции*, *онкольная операция* ‘on call transaction’, *опцион*, *бонусное отчисление*, *банк*, *расположенный в оффшорном финансовом центре*, *хеджер*, *фондовый рынок*, *гудвил*, *консолидированный*, *солидарный*, *субсидиарный*, *кон* *­сигнационный* *агент*, *флуктуации рынка*, *маржинальный доход*, *лицензия*, *депозитарий*, *детеншн*, *дилер*, *риэлтор*, *дистрибьютер*, *дивиденд*, *дисконтер*, *ипотека*, *презен ­тация*, *консенсус*, *рецессия*, *римесса* ‘remittance’, *роялти*, *свинг*, *свог*, *тайм-чартер*, *тарифы*, *таксатор* ‘tax-collector’, *тендер*, *терминал*, *транзит*, *трактация*, *трансферт*, *фондиро­вание*, *форфейтинг*, *фри-аут*, *хайринг*, *инжиниринговые услуги*.

Иноязычные термины заимствуются не только в социально-экономической сфере. Вот другой пример. Подросток Достоевского, страдавший от несовершенства собственного французского, читал бы сегодня “Звуковую дорожку” и “Музыку, образы, стиль Капитолины Деловой” в газете “МК”. Здесь можно встретить сообщения о том, что *«три аппетитные герлы скачут и яростно трясут патлами под жесткий синтетический ритм»*, про компьютерный треш-фэшн, ненависть к стилю хаус: *«Я не то чтобы ненавижу хаус этот. Просто мне не нравится смотреть, как люди танцуют, отдыхают под музыку устарелую, заплесневелую» или «Ну да пошел вон тот устарелый гламур, что ходит на вечеринки Роджера Санчеса. Вообще ходить на такие веселухи – все равно что на концерты рок-старперов типа “Роллинг стоунз».* Статьи всегда полны жаргона (*«Но на ваших же вечеринках куча фриков!» – «Да нет, самые обыкновенные люди угорают под электроклэш»*). Про любителей музыки могут быть запросто сказаны фразы типа *«Наши певицы не должны быть гламурными, шикарными, холеными телками. Они могут быть толстушками, пышками с коротенькими ножками. В этом весь смысл»*. О популярности можно судить по тому, что *«крупнейшие рекорд-лейблы тоже гоняются за артистами электроклэша»*. Всякому становится понятно, что *«ведь раньше выступления электронных артистов были совсем неинтересными. Ну выходит Моби, топчется себе на сцене. А персонажи электроклэша делают настоящее шоу, феерический зажигательный перфоманс… И это все очень иронично, прикольно, с хорошим вкусом, конечно же»*.

Обращает на себя внимание обилие англизированной транслитерированной сленговой лексики: *войс* *(«Войс был молодой, звонкий, веселый»*), *выдринкать*, *герлы*, *гуд*, *даун*, *дарлинг*, *драйвер*, *драйв*, *дринкать*, *дэнс*, *заинсталлить*, *задринчить*, *заслипать*, *засэйшенный*, *зафачить*, *трузера на зипперах*, *ивнинг*, *интерсейшен*, *икскьюз*, *искейпнуть*, *кантри* (*«Поехали на кантри!»*), *крейза*, *крейзи-хаус*, *лайкать*, *лейбл*, *мани*, *мессидж*, *миксовать*, *милитэр*, *мэновый*, *мэйкаться*, *мэйло*, *найтовать*, *нью-вейвщик*, *олдовый*, *отпринтить*, *отфачить*, *отфэйсовать*, *парента*, *пати*, *перенайтать*, *пипл*, *пипловый*, *сконнектиться*, *смоук*, *спикать*, *стейс*, *стритен-герл*, *тейбл*, *тин*, *трешер*, *фазер-мазер*, *фак-сейшн*, *файновый*, *фэн*, *фейс*, *френд*, *форэвер*, *форин*, *фейсушник*, *хич-хайк*, *шузы*.

В сфере компьютерных технологий: Что такое *аутсорсинг*? Это *оффшорный* программинг.

***2.2 КАЛЬКИРОВАНИЕ***

Подобно транслитерации варваризмов к сходным семантическим явлениям в газетах мы относим необоснованно частое и не вызванное объективными потребностями речевого поведения калькирование англоязычных терминов, особенно терминов – словосочетаний: *currency pegged to dollar* ‘валюта, привязанная к доллару’, *expand < extend sales* ‘расширять продажу’, *payment against a L/C*  ‘платеж против аккредитива’, *cost effectiveness < рентабельность* ‘оценка по критерию цена-качетво’, *approved bank* ‘одобренный банк’, *long money* ‘длинные кредиты’, *fluctuating currency* ‘колеблющаяся валюта’, *freely floating currency* ‘свободно плавающая валюта’, *prolonged bill* ‘пролонгированный’ (продленный вексель), *revival of the market* ‘оживление рынка’, *laundering of the money* ‘отмывание денег’, *watering of shares* ‘разводнение акционерного капитала’, *vertical marketing system ‘*вертикальная маркетинговая система’.

Вспомним едкую иронию Ф. М. Достоевского к инкрустации речи французщиной:

*Живите больше, мой друг, как пожелала мне в прошлые именины Настасья* (ces pauvres gens ont quelquefois des mot charmant et plein de philosophie)…

Или вот этот пассаж из письма Верховенского генеральше Ставрогиной в «Бесах»:

*О друг мой, благородный, верный друг! Я сердцем с вами и ваш, с одной всегда , en tout pays и хотя бы даже dans le pays de Makar et ses veaux…Переехав границу, ощущал себя безопасным, ощущение странное, новое, впервые после столь долгих лет…*и т.д.

*Ну все вздор!*- решила Варвара Петровна… *Спьяну, что ль написал?*

Степан Трофимович нарочно глупейшим образом переводил иногда русские пословицы и коренные поговорки на французский язык, без сомнения умея и понять и перевести лучше, но это он делывал из особого рода шику и находил его остроумным…

Вспомним, что «тогда же Кармазинов окончательно согласился прочесть “Merci”.

Варваризмы несут свою функцию и в публицистике Ф. М. Достоевского – знаменитая версия:

*Не можем же мы, приняв ваш вывод толковать вместе с вами о таких странных вещах, как le Pravoslavie и какое-то будто бы особое значение его…*

Критик В. Курбатов справедливо отмечает это через губу названное по-французски как что-то дикое, о чем уж и говорить неловко.

***2.3 РОЛЬ ВАРВАРИЗМОВ***

Есть мнение, что здесь мы сталкиваемся с семантическим явлением: специально изобретенный язык, изменяющий или затемняющий смысл знакомых слов. Наблюдается засилие иностранной лексики, в том числе сниженной, употребляемой к месту и не к месту – *ньюсмейкер*, *секьюрити*, *хедлайн*, *ридер*, *бебииттер*, *кастинг*, *киллер*, *промоушен*, *мерчандайзинг*, *фандрайзинг*, *маркетинг*, *брэндинг*, *менеджер* ‘вместо продавец’, вплоть до смешного: *«Ильич – бренд нашего города»* об Ульяновске.

Замены иностранными синонимами приносят контекст «буржуа ­зности», «фешенебельности» явления: *эксклюзив* ‘исключительный’, *консенсус* ‘согласие’ *ноу-хау* ‘новые технологии’, *дайджест* ‘докумен ­тация по ним’, *презентация* ‘представление’, *тинэйджер* ‘подросток, *бестселлер* ‘популярный’, *вестерн* ‘приключенческий’, *легитимно ­сть* ‘законность’, *офис* ‘кабинет’. Иногда синоним выступает и в качестве эвфемизма: *рэкет* ‘вымогательство’ *киллер* ‘убийца’, *киднепинг* ‘кража детей с целью выкупа или продажи в рабство’, *коррупция* ‘взяточничество’, *терроризм* ‘разбой, издевательс­тво, массовое унижение людей’.

У Лескова штопальщик Лапутин, он же метр тальер Лепутан, говорит: *«Моя французская вывеска, хотя, положим, все знают, что одна лаферма, однако через нее наша местность другой эффект получила, и дома у всех соседей совсем другой против прежнего профит имеют».* *«Профит против прежнего»* придают русской речи слова *ваучеризация*, *олигархия*, *омбудсман*, *эскалация*, *пассеизм*, *алармизм*, *«высвечены лучами ультрашаль»* и т.д.

Тексты, построенные на избытке транслитерированных сленгизмов, характеризуются критерием «не оригинальность, пошлость»

***2.4 Употребление не переработанных варваризмов***

Употребление варваризмов, т.е. иностранных слов, вовсе не переработанных в русском языке. Довольно интересны попытки использовать их в качестве оригинального стилистического приема: *“Будь у нее возможность, она вызывала бы ОМОН, если бы видела, что губы я крашу “Chanel”, раз в неделю хожу к косметичке, регулярно “чищу” магазины “Morgan” и балую себя “лысыми персиками” из “Седьмого континента”. (…) За последние три-четыре года эти миллионы приучили себя к утреннему кофе “Чибо”, машинкам “Жигулям”, “Опелям” и “Дэу”, косметике “Живанши” и “Диор”, журналам “Bor” и “Мэри Клэр”, книжкам Пелевина и Борхеса, соляриям зимой и средиземноморскому солнцу летом. (…) О любимом чиизпайпе – жизнь приказала забыть”* (Сарыкина В. “Булав Arial CYRки”, которые мы потеряли \\ МК ).

Здесь употребление неологизмов, заимствованных слов и варваризмов – причем с последними автор, как мы видим, и сам не определился, приводя их то в оригинальной, то в русской графике, - по крайне мере стилистически обосновано: необычная лексика отмечает границы того мира, в котором живут или хотят жить представители среднего класса, к которым относит себя и сама журналистка и от лица которых пишет. (Очерк повествует о мытарствах среднего класса после августовского кризиса).

***2.5 Варваризмы в печатных СМИ республики Коми***

Пресса Коми достаточно активно отражает изменения в современном русском языке. Согласно исследованиям в первую очередь, это касается заимствований.

Использование иноязычной лексики на страницах печатных СМИ Коми в целом следует за тенденциями российской прессы. При этом чем актуальнее и злободневнее значение слова, тем быстрее оно проникает на страницы газет.

В целом в печати преобладают иноязычные политические и экономические термины — как давно появившиеся в языке, так и недавно. Среди них слова: *аудитор*, *имиджмейкер*, *маркетинг,* *оффшор*, *спикер*, *импичмент*, *брифинг*. По наблюдениям, слово *премьер-министр* пришло в русский язык уже давно, но особое распространение получило в последние годы, причем сократившись до *премьера*.

Как показывают исследования, в региональную печать заимствования проникают чуть позже, чем на страницы центральных газет: местная пресса не сразу адаптируется к новым тенденциям в русском языке. Тем не менее, относительно недавно заимствованные слова например: *брэнд*, *прайм-тайм*, *холдинг*, *хай-тек* — сегодня даются в газетных текстах без пояснений значения. Некоторые заимствования: *VIP*, *PR*, *mass media*, *web* — долгое время писались латиницей, и кириллический облик получили совсем недавно, при этом от них стали образовываться другие слова — *пиарить* или *медийный*. Довольно популярны у журналистов Коми варваризмы — например, оценочный синоним нейтрального русского слова *охрана* — *секьюрити*.

Исследователи отмечают также, что значения отдельных слов могут отличаться на страницах центральных и региональных СМИ: журналисты российских газет чаще играют смыслами, находят новые, интересные значения, или, напротив, возвращаются к первоначальным. Так произошло со словом *олигарх*: если СМИ Коми продолжают использовать его в негативном контексте, следуя массовому сознанию, то центральная печать все чаще останавливается на изначальном значении — *власть немногих* в переводе с греческого.

*Заключение*

В изучении данной темы в моей курсовой работе я выяснил что определенная часть журналистского сообщества сама не вполне владеет используемым для написания в статье материалом, который излагается не совсем понятными, для журналистов в том числе, словами. Это свидетельствует о снижении уровня профессиональной культуры журналистов.

Русский язык фактически не справляется с потоком новых слов, и не успевает вырабатывать нормы и правила написания терминов. Следовательно, прежде чем использовать новые слова, надо дать им время на адаптацию в языке и сформировать нормы их правильного написания.

Эти обстоятельства не могут не сказаться степени доступности информации. В сложившейся ситуации читатель поставлен в условия, при которых большую часть материала ему приходится угадывать и додумывать самостоятельно. Соответственно, читатель не только не получает достоверной информации о происходящих в обществе изменениях, но и дезориентирован в написании новых слов и выражений, что усложняет нашей стране путь к формированию информационного общества.

.

***Литература***

1. Андреев Е. А. научная работа: «Варваризмы в СМИ», 2002 г.
2. Белоусов В. Иноязычные слова в русском языке//Наука и жизнь.- 1993.- №8
3. Белоусов В.Н. Русский язык в ближнем зарубежье и русская речь в российских средствах массовой информации.-М.:Наука,2000
4. Бельчиков Ю. А. научная работа: «Лингвистическая экспертиза по документационным и информационным спорам и словари».
5. Бушев А.Б. Cовременные особенности языка российских СМИ (социолингвистические заметки)
6. Воротников Ю.Л. О некоторых особенностях языка средств массовой информации.-СПб.:Просвещение,1999.
7. Губогло М.Н. Кожин А.А. Роль языка средств массовой информации в системе этногосударственных отношений
8. Колесов В.В. Язык, стиль, норма.
9. Крысин Л.П. Популяризация лингвистических знаний в СМИ.
10. Крысин Л.П. Словообразование или заимствование? Заимствова ­ния в русском языке // Русский язык в школе. - 1997. - №6
11. Крысин Л.П. Этапы освоения иноязычного слова (на уроках русского языка) // Русский язык в школе. - 1991. - №2.
12. Лейконт П. А. Современный русский язык, 2007 г.
13. Родионова Н.А. Интегрированный урок на тему "Заимствованные слова" // Русский язык в школе. - 1991. - №2.

.