

А. Свинцицкая

ЗАИМСТВОВАНИЯ ИЗ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В РУССКИЙ В МЕДИАСФЕРЕ (на материале сериала «Офис»)

Заимствования, borrowings или loan-words, составляют особый пласт лексики многих языков. Иностранные понятия и термины постоянно проникают в русский язык и адаптируются в нем.

Материалом для исследования послужили заимствования из английского в русский язык, отобранные способом сплошной выборки из комедийного сериала «Офис», выходявшего с 2005 по 2013 год. Выбор объясняется популярностью сериала, его тематикой, а также наличием качественного дубляжа.

В ходе исследования мы рассматривали способы заимствования и сферы употребления данных слов. Было отобрано 100 заимствований. Результаты анализа показали, что большинство заимствований образованы способом транскрипции (61 %). Примерами наиболее употребимых таких заимствований стали *бизнес, офис, менеджер*. Транслитерация использовалась меньше, например: *Интернет, веб-камера*. В редких случаях слова также образовывались способом калькирования, так *file share* адаптировали как *файлообменник*.

Согласно Л. П. Крысину, процесс заимствования иноязычной лексики включает в себя пять этапов, где первый – употребление иноязычного слова в тексте в его исконной орфографической и грамматической форме, без транслитерации и транскрипции, в качестве своеобразного вкрапления, а последний – регистрация его в толковом словаре. Факт фиксации слова в толковом словаре сам по себе знаменателен: он указывает на то, что слово признается принадлежащим лексико-семантической системе данного языка. Некоторые заимствования, например, *джинсы, офис* или *шериф*, не только успешно проникли в русский язык, но и закрепились в толковых словарях, таких как «Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой.

Проанализировав соотношение заимствований, зарегистрированных и незарегистрированных в указанном словаре, мы выяснили, что только 39 % слов закрепились в нем.

Проведенный анализ сфер использования англоязычной лексики позволил выявить следующие преобладающие сферы лексических заимствований: сфера офисной жизни, отображающие реалии страны – производителя сериала (США), наименования еды, социологические термины. Отдельную категорию формируют имена собственные, упомянутые в сериале: названия компании, газет, телепередач, магазинов и т.п., например, магазин «Степлз», журнал «Смол бизнесмен».

Исследование способов адаптации англоязычных заимствований подтверждает тенденцию к максимальному сохранению формальных признаков, с одной стороны, и к полному сохранению заимствованной графической формы, с другой стороны, что свидетельствует о стремлении сохранить информацию о языке-источнике в системе принимающего языка.