

АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В ТЕКСТАХ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЫ

Лексика – это живое явление, которому свойственно как обогащаться новыми единицами, так и терять их. В языке процесс заимствования, когда лексические единицы одного языка могут переходить в лексический состав другого, развивается очень динамично. Общество, обладая клиповым мышлением, стремится к употреблению простых слов, которые легко запоминаются и хорошо ложатся на слух. Самые актуальные заимствования приходят сегодня из английского языка. Сознательное же употребление французами английских заимствований отражает тенденции развития и настроение современного общества.

Одним из самых простых и быстрых способов исследовать новые слова, появляющиеся в языке, представляется изучение материалов СМИ. С целью определения роли английских заимствований во французской прессе нами были проанализированы 12 выпусков последних пяти лет таких французских периодических изданий, как *Le Monde*, *Le Figaro*, *Le Nouvel Observateur*.

На основании изученного на данный момент практического материала отметим, что большая часть всех найденных англицизмов относится к развивающимся сферам жизни, среди которых: искусство (*showbiz* ‘шоу-бизнес’; *talk-show* ‘ток-шоу’ и др.), финансы (*crowdfunding* ‘народное финансирование’; *leasing* ‘лизинг’; *cash* ‘наличные деньги’ и др.), информационные технологии (*podcast* ‘подкаст, ролик’; *streaming* ‘потокковое вещание’; *blogueur* ‘блогер’ и др.), спорт (*match* ‘матч’; *baseball* ‘бейсбол’; *surfing* ‘серфинг’ и др.), массовая культура (*bookish people* ‘начитанные люди’; *hipster* ‘человек, находящийся в курсе всех новинок’; *kit* ‘косметичка’; *start-up* ‘начинающая компания’ и др.). Особый интерес для нас представляет поиск и анализ новых, необычных англицизмов, как например, *dog walkers* ‘люди, выгуливающие собак’; *duffle coat* ‘полупальто’; *business angels* ‘частные венчурные инвесторы’; *self-made man* ‘человек, самостоятельно добившийся успеха’; *come-back* ‘возвращение’; *problem solvers* ‘люди, решающие проблемы’ и др.

В настоящее время тема англицизмов волнует не только лингвистов, ученых, политиков, но и обычных граждан. Несмотря на то, что французы всеми силами пытаются сохранить чистоту своего языка, как показывает анализ, они все же по-прежнему предпочитают использовать *low-cost* ‘низкозатратный’ вместо *budgetaire*, *made in* ‘сделанный в’ вместо *fait dans*, *fast-food* ‘фастфуд’ вместо *prêt-à-manger* и т. д.

Изучение роли английских заимствований в текстах французской прессы имеет важное значение, так как позволяет определить и проанализировать сферы и причины предпочтения в выборе английского эквивалента, а также помогает отследить появляющиеся новые тенденции в развитии современного французского языка.