**Содержание**

Введение ……………………………………………………………………..3

ГЛАВА 1 Английский язык в современном мире………………………….5

1.1 Английский язык и глобализация……………………………..5

1.2 Контактные варианты английского языка……………………6

1.3Английский язык в различных сферах повседневной

жизни………………………………………………………........7

1.4 Взаимодействие английского и русского языков в

Интернете……………………………………………………….7

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1……………………………………………………9

ГЛАВА 2 Английский язык в Интернет-пространстве………………….10

2.1 Классификация иноязычных вкраплений на

Интернет-сайтах……………………………………………….10

2.2 Влияние английского языка на нормы русского языка……12

2.3 Особенности восприятия англицизмов в лингвистическом

ландшафте Нижнего Новгорода……………………………..13

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2……………………………………………………18

Заключение………………………………………………………………….19

Список используемых источников и литературы……………………….20

**ВВЕДЕНИЕ**

В настоящее время можно наблюдать процесс внедрения английского языка во многие сферы жизни человека. В то же время происходит изменение и самого английского языка – необратимый процесс дробления английского языка на многочисленные варианты – японский английский, испанский английский, немецкий английский и т.п.

В России – как одной из стран «расширяющегося круга» (по Б. Качру) – также наблюдается усиление влияния английского языка и его проникновение в различные области. Данные процессы можно наблюдать и в русскоязычном Интернет-пространстве.

Использование элементов английского языка в Интернете наряду с местными языками стало привлекать к себе внимание исследователей по всему миру в последние пятнадцать лет.

**Актуальность** темы исследования обусловлена необходимостью осмысления роли английского языка в российской повседневности.

**Теоретической основой исследования** послужили идеи Яна Бломмаэрта и работы американского социолингвиста индийского происхождения Браджа Качру.

**Объектом** **исследования** является современное русскоязычное Интернет-пространство. **Предмет исследования** – формы и функции английского языка и англицизмов в Интернете.

**Целью** работы является выявление и систематизация англицизмов в русском Интернете и описание того, какой смысл они несут.

Поставленная цель требует решения следующих **задач**:

* Сбор материала по взаимодействию английского и русского языков в русскоязычном Интернет-пространстве Нижнего Новгорода;
* Разработка классификации англицизмов в русскоязычном интернет пространстве Нижнего Новгорода;
* Выявление особенностей их восприятия жителями Нижнего Новгорода методом опроса;
* Интерпретация результатов опроса.

**Материал** для изучения определялся в соответствии с этапами работы:

 1) на первом этапе отбирались единицы с элементами английского языка русскоязычном Интернет-пространстве Нижнего Новгорода.

2) на втором этапе исследования изучались особенности восприятия англицизмов в русскоязычной части сети Интернет жителями Нижнего Новгорода.

**Гипотеза исследования –** английский язык становится неотъемлемой частью русского Интернета.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в том, что его основные результаты позволяютприйти к более ясному понимаю того как люди реагируют на язык и культуру, а также увидеть возможное влияние английского языка на русский язык.

**Глава 1. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

* 1. **Английский язык и глобализация**

В последние двадцать лет мир в полной мере ощутил воздействие глобализации на многие аспекты жизни человека. Во многих частях мира это стало очевидно, в частности, по американизации популярной культуры, образа жизни и стиля общения.

На фоне развивающегося процесса глобализации меняется представление о языке. В частности, Ян Бломмаерт выдвигает свою концепцию, в которой он выдвигает идею, что английский язык используется лишь фрагментами[[1]](#footnote-1).

Согласно теории Бломмаерта английский язык уже не принадлежит определенной стране, городу или населенному пункту, происходит его освобождение от территориальных границ. Английский язык можно увидеть и услышать во многих странах, при этом происходит его видоизменение под воздействием местной культуры. Вследствие этого возникает потребность в анализе и осознании влияния на английский язык таких ресурсов, как интернет, телевидение, радио, печатная литература и т. д.

Опыт демонстрирует, что во многих случаях современный человек осваивает не целостную систему английского языка, а только ее отдельные фрагменты. Все больше людей сталкивается с необходимостью говорить при разных обстоятельствах на разных языках, не владея ими в полной мере. О том, что языки употребляются лишь фрагментами, свидетельствуют примеры, приводимые Дж. Бломмаертом, о повседневности в крупном европейском городе: например, необходимо минимальное знание турецкого в булочной у владельца-турка; для того, чтобы приобрести телефонную карточку в киоске, где хозяева, как правило, выходцы из Индии и Пакистана – хинди[[2]](#footnote-2).

Выход английского языка за пределы англоязычных стран отражает его территориальную свободу, при этом, он перестает быть выразителем лишь одной конкретной культуры.

**1.2 Контактные варианты английского языка**

Глобальное распространение английского языка и его дробление привели к развитию нового лингвистического течения, называемого за рубежом World Englishes Paradigm. Появление вариантов английского языка обусловлено их взаимодействием с местными языками.

Термин «английские языки мира» требует объяснения: почему «английские языки мира», а не «мировой английский язык»? Термин «английские языки мира» указывает на своеобразие каждого отдельного языка и литературы. Словосочетание «английские языки мира» символизирует наличие разных форм и функций английского языка[[3]](#footnote-3).

Варианты английского языка представлены теорией «трёх концентрических кругов» Браджа Качру[[4]](#footnote-4). Данные круги представляют три основных типа вариантов. Внутренний круг (Inner Circle) представляет собой традиционную основу английского языка в тех регионах, где он используется как основной язык – Великобритания, США, Новая Зеландия, Канада, Австралия, и т. д.

Внешний круг (Outer Circle) включает в себя страны, в которых английский не является национальным языком, но играет роль дополнительного языка в сфере обучения, закона и т. д. В эту группу можно отнести Индию, Нигерию, Филиппины, Бангладеш, Пакистан, Малайзию, Кению и т. д.

В расширяющемся круге (Expanding Circle) английский язык не имеет исторической или государственной роли, но используется в межкультурном общении. Этот круг включает в себя Китай, Россию, Японию, большую часть Европы, Корею, Египет, Индонезию и т. д.

Теория трех кругов дает представление о дроблении английского языка. Выделяется три типа языковых сообществ, использующих английский язык: производящие норму (Внутренний круг), вырабатывающие норму (Внешний круг) и зависящие от нормы (Расширяющийся круг).

**1.3 Английский язык в различных сферах повседневной жизни**

Список ситуаций использования английского постоянно пополняется. Элементы английского языка могут употребляться или адаптироваться и проникать в различные сферы, где они выполняют специфические функции. Наиболее заметные сферы использования английского языка согласно А. Ривлиной включают[[5]](#footnote-5):

* Использование всех доступных видов английского языка по всему миру, которые доступны;
* Использование элементов английского языка в хип-хопе культуре во многих странах, создавая такие культурные течения как малазийский рэп или японский или корейский хип-хоп;
* Распространение английских вариантов английского языка по средствам Интернета в международном общении;
* Лингвистический ландшафт – использование английского языка на вывесках, билбордах, других элементах городской повседневности.

**1.4 Взаимодействие английского и русского языков в сети Интернете.**

Одной из сфер наиболее важных с точки зрения исследования взаимодействия языков и их письменных систем является сфера Интернет-коммуникации. Английский язык доминировал в этой сфере с самого ее зарождения, в частности из-за того, что технически Интернет поначалу был ограничен обязательным использованием так называемого стандарта ASCII (American Standard Code for Information Interchange), основывавшегося на латинице. Введение новых стандартов (Unicode, Punicode) со временем позволило использовать другие системы письма, и Интернет стал по-настоящему многоязычным, однако, по признанию большинства лингвистов, английский язык и латиница продолжают использоваться в компьютерном речи шире, чем во многих других сферах.

На материале российского пространства сети Интернет различные аспекты взаимодействия русского языка с английским, а также взаимодействия кириллицы и латиницы затрагиваются в описании разных областей компьютерной речи, таких как Интернет-чаты, посты, Интернет-номинации сайтов, блогов, личных имен сетевого общения (ников) и др[[6]](#footnote-6).

Интересно посмотреть, как английский язык представлен на различных нижегородских сайтах, а также взаимодействует с русским языком. Это и будет сделано в следующей главе.

**ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1**

1. На фоне процесса глобализации меняются представления об английском языке – подчеркивается использование фрагментами.
2. Распространение английского языка приводит к возникновению вариантов английского языка, появление которых обусловлено их взаимодействием с местными языками. Наиболее распространенная категоризация вариантов английского языка – модель концентрических кругов Б. Качру, которая дает представление о дроблении английского языка.
3. Элементы английского языка могут употребляться или выборочно адаптированы и внедрены в различные сферы жизни человека. Одной из таких сфер является Интернет.
4. Использование английского языка в лингвистическом ландшафте создает положительную коннотацию престижа, современности, высокого качества, прогресса и т. д.

**Глава 2. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ**

В данной главе выявляются и описываются особенности присутствия английского языка на сайтах различных компаний, которые представлены в Нижнем Новгороде.

Использование английского языка на сайтах выполняет рекламную миссию и также служит маркером престижа. Таким образом, товары или услуги, присутствующие на сайте, предназначены для представителей среднего класса, которые предположительно должны быть образованными и владеть английским языком.

**2.1 Классификация иноязычных вкраплений на Интернет-сайтах**

В рамках исследования был проведен анализ присутствия английского языка и англицизмов на уровне слов, фраз и предложений на Интернет-сайтах различных компаний, магазинов, ресторанов и спортивных клубов, которые представлены в нижегородском регионе. Всего было проанализировано около 100 сайтов. Материал для исследования отбирался в течение сентября - декабря 2017 г. В результате была составлена классификация англоязычных фрагментов и выделено несколько типов англицизмов.

Собранный материал можно условно разделить на несколько групп:

1. Английские вкрапления, которые пользователи сайтов уже воспринимают как неотъемлемую часть Интернет-пространства. К ним относятся:
* Отдельные слова, которые являются названиями тех или иных заведений, например «*Verba Club»* (фитнес клуб), «*Birthday Party»* (кафе), «*Franky Cocktail bar*» (кафе), «*Step up»* (спортивный клуб)*.*
* Гибридные образования - к примеру, «*Сеть салонов красоты & BOUTIQUE*» (салон красоты), «*RF лифтинг»* (салон красоты), *«VIP сервис»* (салон красоты), *«SPA-процедуры»* (салон красоты), «*Скидки & Сервис»* (салон красоты). Интересны случаи креативного использования английского языка, например, в названии ресторана «*Beerлога*».
* Особый вид гибридных образований представляет собой использование всего лишь одной или нескольких букв из английского алфавита в словах, которые характерны для русской культуры («*Матрёshка»* название кафе*, «Беzухов»* название кафе), которые выполняют функцию привлечения внимания и создают коннотацию современности и престижности. Встречаются и противоположные случаи, когда используются русские буквы для достижения той же цели. К примеру, в название бара *BerЁzka Bar* присутствует всего лишь одна русская буква. Такое название указывает на то, что бар продвигает моду на все русское, но, вместе с этим транслитерация демонстрирует, что это современный, престижный бар.
* Иногда встречаются и целые фразы на английском языке без всякого перевода. Например, «*handmade cocktails»* (бар), «*world class luxury»* (спортивный клуб), «*private events»* (ночной клуб). Для пользователей сайтов, которые не владеют английским языком, данная информация может восприниматься с затруднениями.
1. Псевдоанглийский, написанный латиницей. В этом виде использования английского языка изменяется алфавит, а не язык. Русские слова написаны латиницей, и они выглядят как английские слова. *Moloko* (название кафе), BROSH (салон красоты).
2. Интересны случаи некорректного использования английских слов. Например, название магазина спортивного питания *Brutal man* илина сайте салона красоты предоставляется следующая услуга «*брутальные услуги*». Значение слова «brutal» - бесчеловечный, жестокий, зверский. В русском языке значение этого слова изменилось, то есть «брутальный» является синонимом слова «мужественный».

Можно встретить не только лексические, но и грамматические ошибки. Например, название спортивного клуба «*Body good*», в котором не соблюдается порядок слов.

1. Кальки и заимствования.
* Весьма популярны лексические заимствования. Очень распространены такие слова, как «*прайс*», «*шоу рум*», «*дресс-код*», «*фитбол*», «*степ*», «*тест-драйв*», «*кейтеринг*», «*франчайзинг*», «*буккроссинг*», «*шугаринг*»*, «медиабайер*», «*запись онлайн*», «*тренинг*», «*фитнес-клуб*». Некоторые из них могут быть написаны как кириллицей, так и латиницей. Данные заимствования являются не ассимилированными, т. к. воспринимаются как чуждые. Этот вид вкраплений английского языка может быть недоступным для понимания пользователей сайтов, потому что иностранные слова, которые содержат значимую информацию, не имеют смысла для монолингвальных русских.
* Кальки с английского. Например, название туристического агентства «*Туристический клуб все включено НН*», «*все включено в карту*» (спортивный клуб). Фраза «все включено» является калькой с английского *all inclusive.*

Таким образом, под напором глобального английского языка быстро растет доля англицизмов в интернет-пространстве, в частности на сайтах компаний, которые представлены в Нижнем Новгороде. Вместе с тем, избыточные заимствования могут свидетельствовать о невысоком уровне речевой культуры, о стремлении приобщиться к «высшим» слоям, говорить «непонятно» и «красиво».

**2.2 Влияние английского языка на нормы русского языка**

Английский язык так плотно входит в русскоязычную реальность, что под его воздействием происходят изменения норм русского языка. Это можно наблюдать в Интернет-пространстве на примере различных компаний и организаций, которые представлены в Нижнем Новгороде.

К примеру, в рекламе прослеживается влияние английского языка на грамматику русского языка. Имеется в виду расширение сферы использования личного местоимения «ты» (2 лица единственного числа), которое вытесняет местоимение «вы», принятое в ситуациях общения с незнакомыми взрослыми людьми.

Примером могут служить следующие слоганы, которые были отобраны на различных сайтах:

* «Фитнес проще, чем ты думаешь» (спортивный клуб);
* «Сделай себя лучше» (спортивный клуб);
* «Приведи друга и получи скидку 10%» (спортивный клуб);
* «Создай свой рельеф» (спортивный клуб);
* «Прокачай тело к лету» (спортивный клуб);
* «Займись спортом с Fit’s» (спортивный клуб);
* «Мы знаем – ты сможешь» (спортивный клуб);
* «Найди свой образ»;
* «E-motion ТВОЙ фитнес клуб»;

Данный тип обращения очень распространен в рекламе, которая присутствует в Интернете. Это говорит о том, что английский язык проявляет активное влияние на русский язык.

**2.3 Особенности восприятия англицизмов в лингвистическом ландшафте Нижнего Новгорода**

Следующей задачей было выяснить, как нижегородцы относятся к присутствию английского языка в Интернет-пространстве. Для этого был проведен опрос, целью которого было выяснить реакцию нижегородцев на присутствие английского языка на сайтах.

В опросе приняли участие 103 респондента различных возрастных групп, полов, профессий и родов занятий: учащиеся школ, студенты, домохозяйки, учителя, менеджеры различных звеньев, инженеры и проч. Всех их попросили оценить свой уровень английского языка. По данным опроса 17 человек обладают высоким уровнем знания английского языка, 18 – выше среднего, 39 – средним и 29 – низким.

Рис.1. Уровень владения английским языком среди респондентов: 16% - высокий, 18% - выше среднего,

38% - средний, 28% - низкий.

Во время проведения анкетирования, респондентам было предложено ответить на следующие вопросы:

1. Как вы относитесь к использованию английского языка, который можно увидеть, посещая сайты нижегородских компаний?
2. Как вы относитесь к тому, что в слогане используется местоимение «ты», вместо «вы». Например, «Мы знаем – ты сможешь»?

Онлайн-опрос горожан показал, что их отношение к присутствию английского языка и латиницы в городском ландшафте неоднозначно, при этом доля респондентов, не одобряющих данную тенденцию несколько выше, чем число тех, кому присутствие английского языка в городской повседневности нравится.

Следующие диаграммы визуально представляют распределение числа респондентов, которые отрицательно, положительно и нейтрально отнеслись к данной тенденции для каждого из вопросов. Из представленных данных видно, что отрицательная оценка присутствия англицизмов на вывесках преобладает.





Интервью, проведенные с целью уточнения результатов опроса, позволили лучше понять причины подобного отношения.

Вот как объяснили свое отношение те, кто не одобряет обилие англицизмов в русскоязычном Интернет-пространстве:

* «Терпеть не могу, меня от этого корежит…»
* «Не люблю слова-мутанты, мне как филологу режет глаз и слух…»
* «Слишком часто берем чужие слова – как будто своих нет»
* «Я сторонник не так часто использовать английский язык»
* «Мне самой все равно, но у меня родители ходят по улицам и ничего не понимают. Их очень раздражает, что кругом один английский…»
* Если живем в России, надо говорить и писать по-русски

Ряд респондентов одобрительно отнеслись к отдельным английским вкраплениям:

* Beerloga мне нравится – оригинально.

Те, кто в целом позитивно воспринимает английский в русскоязычном Интернет-пространстве, поясняли свою позицию словами «интересно», «необычно», «оригинально», «современно», то есть акцентировали языковое творчество.

В результате проведенного опроса можно сделать следующие выводы:

1. Опрос показал, что две трети населения не равнодушны к проблеме использования английского языка в русском Интернете.
2. 68 % опрошенных из этих двух третьих негативно относятся к использованию английского языка в русскоязычной части сети Интернет.

**ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2**

1. Под давлением глобального английского языка возникает тяга к англицизмам в русскоязычном Интернет-пространстве. Избыточные заимствования могут рассматриваться как косвенные свидетельства невысокого уровня речевой культуры или стремления говорить «непонятно» и «красиво».
2. На сайтах компаний, которые представлены в Нижегородском регионе, присутствует большая доля английского языка и английских вкраплений. Просматривается влияние английского языка на нормы русского языка.
3. Онлайн-опрос горожан показал, что две трети населения не равнодушны к проблеме использования английского языка русскоязычном Интернет-пространстве. 68 % опрошенных из этих двух третьих негативно относятся к использованию английского языка на различных сайтах.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Итак, в работе было проведено исследование русскоязычного Интернет-пространства на предмет содержания англицизмов.

Установлено, что сайты различных компаний, которые представлены в Нижнем Новгороде содержат большое количество англицизмов, которые свидетельствуют о низком уровне речевой культуры и стремлении приобщиться к «высшим слоям».

На основе опроса 103 нижегородцев было проведено исследование о восприятии вкраплений английского языка в русскоязычном Интернет-пространстве. В результате обработки данных, были получены следующие результаты:

Две трети нижегородцев неравнодушны к данной проблеме использования английского языка в русском Интернете и больше половины из этих двух третьих негативно относятся к данным вкраплениям.

**Список используемых источников и литературы**

1. Blommaert J.A. The Sociolinguistics of Globalization.- Cambridge University Press, NY, 2010. P. 20.

2. Качру Б. Мировые варианты английского языка: агония и экстаз // Личность. Культура. Общество. – 2012, №12 С. 145-164.

3. Ривлина А. Взаимодействие русского языка с английским в названиях российских Интернет-сайтов // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2015. Т. 45. № 1. С. 32-36.

1. Blommaert J.A. The Sociolinguistics of Globalization.- Cambridge University Press, NY, 2010. P. 20 [↑](#footnote-ref-1)
2. Там же, P. 21 [↑](#footnote-ref-2)
3. Качру Б. Мировые варианты английского языка: агония и экстаз // Личность. Культура. Общество. – 2012, №12 С. 146 [↑](#footnote-ref-3)
4. Там же, С. 150 [↑](#footnote-ref-4)
5. Ривлина А. Взаимодействие русского языка с английским в названиях российских Интернет-сайтов // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2015. Т. 45. № 1. С. 33 [↑](#footnote-ref-5)
6. Ривлина А. Взаимодействие русского языка с английским в названиях российских Интернет-сайтов // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2015. Т. 45. № 1. С. 32 [↑](#footnote-ref-6)