

Advertising, as an integral part of modern society, reveals the manifestations of the language personality of men and women as a reflection of the gender picture of the world. The article deals with male, female, and gender-neutral ads. The purpose of the article is to identify the main features of advertising texts that are intended for men and women. The definition of gender-neutral advertising and its main features is given. Conclusions are drawn about the characteristics of each type of advertising.

УДК 81

Код РИНЦ 16.21.00

## СОВРЕМЕННЫЕ АНГЛИЦИЗМЫ КАК ПОКАЗАТЕЛИ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

© 2020 Ермакова Юлия Дмитриевна  
кандидат педагогических наук, доцент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: ermjul@yandex.ru

**Ключевые слова:** глобализация, историзмы, архаизмы, заимствования, англицизмы.

Глобализация - это динамичный процесс, который вносит серьезные изменения в различные сферы деятельности современного человека. Появление за последние 20-30 лет большого числа англицизмов, понятных почти в любой точке мира, наглядно демонстрирует проникновение англоязычной культуры в национальные образы, стереотипные представления и даже культурные коды многих стран. В данной статье рассматриваются варианты использования в повседневной жизни новых языковых форм наряду с новыми реалиями, которые они обозначают, что безусловно меняет собственную культурную идентичность.

Английский, как и любой другой язык, регулярно эволюционирует, избавляясь от некоторых уже устаревших слов и выражений, так называемых архаизмов (англ. archaism, archaic words), и вбирает новые - неологизмы (англ. neologism) - слова, которые появились совсем недавно. Если мы откроем книгу, написанную несколько десятков лет назад, то обнаружим в ней слова вроде "whilst", "hitherto" и многие другие из неиспользуемых сейчас. Тем не менее, архаизмы хранят в себе историю языка, и показывают, как живо и многогранно он может меняться на протяжении времени<sup>1</sup>. Очень много примеров архаизмов можно найти в классической литературе, поэтому знание архаизмов пригодится тем, кто планирует читать англоязычные художественные произведения в оригинале, или изучать другие культурные памятники минувших лет<sup>2</sup>. Но, если архаизмы постепенно покидают язык, оставаясь в прошлом, то неологизмы, наоборот, рождаются, чтобы стать языковым будущим. В неологизмах, как правило, отражены определенные события соответствующего временного промежутка - так, большинство неологизмов, появившихся в английском за последние несколько лет, связаны с техническим прогрессом и различными интернет-сервисами, хотя и встречаются слова на другую тематику тоже. Например,

- Crowdsourcing (привлечение большого количества людей к выполнению какого-либо проекта, особенно путем создания тематического веб-ресурса) - "Boss thinks it's a good idea to try crowdsourcing for this project" ("Босс считает отличной идеей использовать краудсорсинг для этого проекта");

- Ego surfer (пользователь, одержимый чувством собственной важности путем регулярных поисковых запросов со своим ФИО): "John is such an ego surfer";

- Staycation ("невыездной" отпуск, проведенный дома или еще где-то в пределах обычной зоны проживания человека): "Are you planning to go somewhere on holidays? - No, we just want to have a lazy staycation, this month has been really crazy for us" ("Вы собираетесь куда-нибудь в отпуск? - Нет, у нас выдался сумасшедший месяц, мы хотим просто остаться дома").

Одна из самых популярных зарубежных газет The Washington Post ежегодно проводит опрос среди своих читателей и просит их указать наиболее интересные неологизмы, которые встречались им за последнее время. Результаты зачастую оказываются не только любопытными, но и даже шокирующими своей внезапностью<sup>2</sup>:

- Glibido (много разговоров, но ни капли дела);

- Testicle (смешной вопрос на экзамене);

- Frisbeetarianism (вера в то, что после смерти душа человека поднимается на крышу дома, в котором он жил, и остается там навсегда);

- Gargoyle (жидкость для полоскания рта с оливковым ароматом);

- Esplanade (попытка объясниться, будучи в пьяном состоянии);

- Flabbergasted (удивленный тем, как сильно кто-то пополнил);

- Caterpallor (цвет лица, который становится у вас после обнаружения половинки червяка во фрукте, который вы едите);

- Arachnoleptic Fit (гамма телодвижений, демонстрируемых вами после того, как вы случайно врезаетесь в паутину);

- Ignoramus (человек, который одновременно и глупый, и тот еще подарок по характеру).

Неологизмы чаще всего разделяют на три большие группы: составленные из слияния двух слов (blend words), образованные от слов иностранного происхождения (например, латинского или греческого) с незначительными изменениями (derived words), чтобы полученные неологизмы лучше "вписались" в английский язык, и, наконец, заимствованные слова (transferred words).

- Breakfast + lunch = brunch (blend words);

- Smoke + fog = smog (blend words);

- Village (derived word from Latin 'villa');

- Submarine (derived from Latin 'sub');

- Herbs (transferred from French 'herbes');

- Alligator (transferred from Spanish 'el lagarto').

Практически в любой сфере деятельности можно встретить слова, пришедшие к нам из английского языка. Особенно широко используется иноязычие в названиях клубов, ТВ передач, магазинов: ток-шоу; дог-шоу; стрип-шоу; Коуч Центр; шоу бизнес; хит-

парад; фан-клуб; Теннис Холл; Брейн-ринг; Банк Хоум Кредит; Сэконд- хэнд; Call-центр; Реал-кофорт. Ниже представлен перечень областей и англицизмов, которые в последнее время наиболее часто в них используются.

- Деловая лексика: саммит (summit), брифинг (briefing), спикер (speaker), рейтинг (rating), электорат (electorate), холдинг (holding), импичмент (impeachment), имиджмейкер (image maker), инвестиция (investment), спонсор (sponsor), баррель (bar-Rel), медийный (media), рецессия (recession), маркетинг (marketing), оффшоры (offshore), лизинг (leasing), тендер (tender), ретейл (retail), прайс-лист (price list), (топ) менеджер ((top) Manager), дистрибьютер (distributor), дилер (dealer), бизнесвумен (businesswoman), промоутер (promoter), менталитет (mentality).

- Повседневные товары прямого потребления: попкорн (pop corn), гамбургер (hamburger), хот-дого (hot-dog), барбекю (barbecue), чизбургер (cheeseburger), фишбургер (fishburger), чосорие, пудинг (pudding), (апельсиновый) фреш (fresh (orange)), йогурт (yogurt), ланч (lunch), Coke-Cola, Nuts, Twix, Sprite, фаст фуд (fastfood), шорты (shorts), бутсы (boots), бандана (bandana), коттон (cotton), мультибрендовый (multi-brand), юнисекс (unisex), кэжуэл (casual), кэтеринг (catering), шоппинг (shopping), шоппоголик (shoppogolic), sale, гель (gel), SPA, супермаркет (supermarket), VIP-зал (VIP-hall), кэтеринг (catering), сэконд хэнд (second hand), дисконт (discount)<sup>4</sup>.

- Досуг и занятие спортом: шейпинг (shaping), дайвинг (diving), серфинг (surfing), фитнес (fitness), бодибилдинг (bodybuilding), сноуборд (snowboarding), пейнтбол (paintball), фристайл (freestyle), рестлинг (wrestling), пауэр лифтинг (power lifting), тренинг (training), форвард (forward), боулинг (bowling), голкипер (goalkeeper), байкер (biker), снайпер (sniper), скутер (scooter).

- Средства массовой информации, телерадиовещание: вестерн (western), видео клип (video clip), триллер (thriller), клипмейкер, (clipmaker) ньюсмейкер (newsmaker), блокбастер (blockbuster), бестселлер (bestseller), мюзикл (musical), кастинг (casting), андеграунд (underground), поп-Art, (хад)рок (Hard rock), рок-н-ролл (rock'n'roll), шейк (shake), брейкданс (breakdance), Брейн ринг (brain ring), ток шоу (talk show), хит парад (hit parade), скинхэд (skinhead), супермен (superman)<sup>5</sup>.

- Товары для дома: кондиционер (air conditioning), миксер (mixer), тостер (toaster), блендер (blender), кулер (cooler), сайдинг (siding), рольставни (roller shutters), антифриз (antifreeze), Vanish, Fairy, Comet, Dove, Tide, клининговая компания (cleaning company), скраб (scrub), парфюм (perfume), спрей (spray), скотч (scotch), колор (colour), памперс (Pampers), степлер (stapler).

- Информационные технологии: компьютер (computer), дисплей (display), калькулятор (calculator), монитор (monitor), ноутбук (laptop), принтер (printer), Интернет (Internet), сканер (scanner) CD, DVD, девайс (device), хакер (hacker), процессор (processor), обгрейд (upgrade), кликать (click), SMS, сайт (website), блог (blog), смайлик (smile)<sup>6</sup>.

Англицизмы присутствуют во всех европейских языках, в языках африканских народов и народов других континентов, пребывавших когда-то в политической зависимости от Великобритании либо подверженных американскому влиянию (культурному, экономическому и др). Так, например, в японском языке слово "кассета" звучит как тэпу-

рэкода от английского tape-recorder. Отмечено наличие англицизмов и в чукотском языке, проникших через американских торговцев: слово "сопы" означает "мыло" (в английском языке "soap"), "манэт" - "деньги" (в английском языке "money")<sup>7</sup>.

Архаизмы и неологизмы идут рука об руку: вторые, придя в язык, постепенно становятся первыми, оставаясь в той или иной эпохе. Неологизмы появляются благодаря ассимиляции одного языка с другими, креативности и внешних факторов вроде веяний времени и их влияния на язык, знаменательных событий для общества, говорящего на языке, и многим другим. В сумме все эти аспекты и обуславливают цикличность слов: они появляются в языке для того, чтобы просуществовать какое-то время и, как часто бывает, уйти на покой, давая дорогу новым выражениям и терминам, что, впрочем, не мешает их использованию в качестве средств художественной выразительности или эффективного стилистического приема.

---

<sup>1</sup> Чемаров А. А. (2017). Функционирование историзмов в английском языке // Научно-методический электронный журнал "Концепт". – Т. 39. – С. 1876-1880. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/970702.htm>.

<sup>2</sup> Степанов Е.Н., Лю Ц. Мова. (2017). Социально-культурные факторы лексических заимствований из английского языка в русский в период до XX века. № 27. С. 96-104.

<sup>3</sup> Гойдина Н.А., Точилев М.Ф., Черенкова Е.С. (2018). Особенности процесса проникновения заимствований из английского языка в язык рунета. В сборнике: Молодежь и XXI век - 2018 Материалы VIII Международной молодежной научной конференции. В 5-ти томах. Ответственный редактор А.А. Горохов. С. 60-62.

<sup>4</sup> <https://multiurok.ru/files/nauchno-issledovatel-skii-proiekt-anghlitsizmy-v-russkom-intiernietie.html>

<sup>5</sup> <https://pandia.ru/text/77/475/26289.php>

<sup>6</sup> <https://www.englishdom.com/blog/anglijskie-zaimstvovannye-slova-v-russkom-yazyke/>

<sup>7</sup> Шуманская Г.В. (2017). Новейшие заимствования из английского языка в молодежной речи в аспекте обучения РКИ. В книге: Проблемы лингвистики и лингводидактики в неязыковом вузе Сборник тезисов Российско-китайской научно-методической конференции. С. 260-262.

## MODERN ANGLICISMS AS INDICATORS OF THE GLOBALIZATION OF SOCIETY

© 2020 Yermakova Yulia Dmitrievna  
Candidate of pedagogical Sciences, associate Professor  
Samara State University of Economics  
E-mail: [ermjul@yandex.ru](mailto:ermjul@yandex.ru)

**Keywords:** globalization, historicisms, archaisms, borrowings, anglicisms.

Globalization is a dynamic process that makes major changes in various areas of modern human activity. The emergence of a large number of anglicisms over the past 20-30 years, understood almost anywhere in the world, clearly demonstrates the penetration of English-language culture into national images, stereotypical representations, and even cultural codes of many countries. This article discusses the use of new language forms in everyday life, along with the new realities that they represent, which certainly changes own cultural identity.