
ЭКСПАНСИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКИ В СОВРЕМЕННОЙ КИТАЙСКОЙ И РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ

Цзан Вэньцянь (КНР)

Кафедра журналистики
Шэньянский спортивный институт
ул. Дзиньцяньсундунлу, 36, район Судзятунь,
г. Шэньян, КНР, 110102

Рассмотрение экспансии иноязычных слов в китайской и российской современной прессе позволяет нам выявить их общие языковые черты в целях усиления взаимопонимания и увеличения международного общения.

Ключевые слова: экспансия иноязычной лексики, язык средств массовой информации, русский язык, китайский язык.

Лексика любого языка постоянно пополняется, обогащается, обновляется. Заметно, что в последние десятилетия язык еще с большей интенсивностью пополняется заимствованными словами в прессе Китая и России.

Небывалая экспансия иноязычной лексики наблюдается во всех сферах жизни: политической, экологической, культурной, нравственной. Это происходит потому, что общество вступило в новую общественно-политическую формацию, а также свободные рыночные отношения. А выбор иноязычного слова, выражения, синтаксиса и композиции для большинства современной прессы России и Китая зависит от темы и содержания, от предположительного круга читателей и, естественно, от индивидуальности самого автора.

Иноязычные слова, встречающиеся в современной прессе, можно классифицировать по сферам употребления. Большинство из них встречаются в современной русской и китайской прессе делового характера.

В первую очередь можно встретить экономические термины, такие как *инвестор* <投资者>, *инновации* <创新>, *брэндинг* <品牌>, *пенсионный фонд* <养老基金>, *банкоматы* <提款机>, *терминалы* <终端> и т.д.

Кроме того, широко используются иноязычные слова, которые относятся к разряду экзотизмов (*мэр* <市长>, *префект* <州长>, *спикер* <议长>, *президент* <总统>); названий новых предметов компьютерной техники (*плеер* <播放器>, *пейджер* <寻呼机>, *компьютер* <电脑>, *ноутбук* <笔记本电脑> и др.); новых сфер деятельности (*маркетинг* <营销>, *трейдинг* <贸易>, *лизинг* <租赁>, *мерчендайзинг* <销售>) и должностей (*брокер* <代理人>, *менеджер* <经理>, *дистрибьютор* <经销商>, *риэлтор* <房地产经纪人>).

К новым условиям общественной жизни приспосабливается и журналистский язык России и Китая, вырабатывая различные средства усвоения (адаптации) иноязычных слов в заимствующем языке. Примерами могут служить *кредитка* <信用卡>, *мобильник* <手机> и т.д.

Много иноязычных слов можно найти в специализированных изданиях, посвященных компьютерной технике. Так в статье «Обман в Интернете» (журнал «Мир компьютеров», № 1 за 2005 г.) иноязычные слова занимают не менее 50% от объема всего текста: *«В этой статье я не буду говорить о вирусах. Троянцы, червь, файловые вирусы... О них уже говорено-переговорено, и еще одна, не слишком талантливая заметка не изменит сложившейся ситуации. Речь пойдет о другом, если вдуматься, не менее вредном (то есть приносящем неудобства, и потери) виде обмана. О „недобросовестной рекламе“. Опять же, сразу оговорюсь — разговор не о спаме. Рассуждениями о нем так же забыты гигабайты дискового пространства и тонны бумаги. Нет, речь пойдет, казалось бы, о самом безобидном виде распространения недобросовестной рекламы — о всем привычных веб-страничках».*

Здесь, например: *гигабайты дискового пространства <千兆字节磁盘空间>, веб-страничках <网页>* — вся эта иноязычная лексика используется не только в российских, но и в китайских современных СМИ. Кроме того, *вирусы <病毒>* — это пример семантического неологизма, означающего программы, способные испортить программное обеспечение на компьютере. *Троянцы <木马> и черви <蠕虫>* — разновидности вирусов. *Спам <垃圾邮件>* — массовые почтовые рассылки по Интернету.

Иноязычная лексика часто встречается в рекламных изданиях и рекламе, размещаемой в современной прессе России и Китая. Например: *сэконд хэнд <二手>* — «одежда, бывшая в употреблении», от англ. second-hand «подержанный, из вторых рук» («倒闭还是扩张 重庆二手房市场开局扑朔迷离» («Чунцин Вечерние новости», 03.04.2011): *«В-третьих, в нее можно играть вне зависимости от того, есть ли у тебя деньги: можно быть выдающимся игроком в моду, одеваясь в вещи массовых марок или в гениальные находки из сэконд-хэнда, а можно...»* («Ведомости», 2011. № 12); *фургон <货车>*: *«Ночью у Дворцового моста почтовый фургон попал в аварию»* («АиФ», 01.04.2011) и др.

Тенденция к «американизации» русской и китайской жизни находит свое отражение в китайской и российской современной прессе, что выражается в проникновении в нее многочисленных англицизмов и американизмов (слов, заимствованных из английского языка и его американского варианта). Например: *митинг <反弹>, инфляция <通胀>, импорт <进口>, интервью <采访>, шампунь <洗发液>, кекс <松饼>, крекер <饼干>* и др.

Среди иноязычной лексики выделяются слова, которые пришли в язык российской и китайской прессы из другого языка как наименование нового предмета, новой реалии, или являются словами-терминами, имеющими интернациональный характер. Например, *казино <赌场>, порнобизнес <色情>, Интернет <互联网>, реанимация экономики <经济复苏>, политический бомонд <政治精英>, пакет программ <软件包>, экспансия <扩张>* и др.

В последнее время прочно вошли в жизнь китайского и российского народа новые предметы, а в язык — обозначающие их наименования. Например: *тостер* <烤面包机> — от англ. toaster «прииспособление для поджаривания тостов» (от toast «поджаренный ломтик хлеба, гренок»); *шейкер* <震动筛> — от англ. shaker «сосуд для приготовления коктейлей» (от to shake «трясти») и др.

Прочно вошли в язык современной прессы Китая и России некоторые политические термины английского происхождения. Например: *инаугурация* <就职典礼> — «церемония вступления в должность президента страны», от англ. inauguration «вступление в должность»; *рейтинг* <评级> — «оценка», от англ. rating «оценка, отнесение к тому или иному классу, разряду».

Из спортивных терминов, а также названий некоторых игр или видов спортивных занятий, ставших модными и популярными в последнее время в России и в Китае, можно выделить, например: *дайвинг* <跳水> — «подводное плавание», от англ. to dive «нырять, погружаться в воду» (отсюда дайвер — «любитель подводного плавания, водолаз»); *фитнес* <健身> — от англ. fitness — «соответствие» (от to be fit «соответствовать, быть в форме») и др.

Многие иноязычные слова, употребляемые в современной прессе России и Китая, являются агнонимами (т.е. словами, значение которых непонятно, неизвестно большинству носителей языка). Зачастую они требуют специальной расшифровки, семантизации средствами родного языка. К таким словам можно, в частности, отнести: *прайм-тайм* <黄金时段> — от англ. prime time «лучшее время» («黄金时段电视指南», «Южный остров Вечерние новости». 2011.03.11): «Особенно успешно работает рубрика „Родное советское многосерийное“: показатели по доле активной аудитории в вечернем прайм-тайме составляют 3,4%, а в 13.30 — 5,7%, что существенно превышает...» («Аргументы и факты», 30.03.2011), *девелоперская фирма* <房地产开发公司> — «строительная, разрабатывающая строительство домов», от англ. to develop «развивать, совершенствовать, разрабатывать» («*разработчик* еще может продержаться», газета «Общественные ценные бумаги», 2011.03.09): «В 2003 г. здание на Ливингстон-стрит площадью 31 000 кв. м было продано за \$45 млн девелоперской фирме Дэвида Валентаса Two Trees, которая превратила его в кондоминиум на 299 апартаментов» («Ведомости», 28.03.2011).

Названия некоторых профессий, встречающихся в современной прессе России и Китая, также требуют дополнительного разъяснения, например: *имиджмейкер* <形象设计师> — «тот, кто разрабатывает имидж», от англ. image «образ» и make «делать»: «Тем более, если оно касается такой деликатной сферы, как внешний облик человека, его соответствие ситуации, возрасту, роду занятий и т.д. Каждый человек сам себе имиджмейкер» («Газета „Репортеръ“», 23.03.2011).

Многочисленные иноязычные слова, проникающие в русский и китайский современный журналистский язык — явление закономерное, отражающее активизировавшиеся в последнее десятилетие экономические, политические, культурные,

общественные связи и взаимоотношения России и Китая с другими странами. Например, *инвестор* <投资者>, *маркетинг* <市场营销>, *монетаризм* <货币主义> и т.п.

Наблюдается небывалая экспансия иноязычной лексики в современной прессе России и Китая во всех областях. Например, *импичмент* <弹劾>, *электорат* <选民>, *консенсус* <共识> и так далее; иноязычные термины стали господствующими в самых передовых отраслях науки и техники — *компьютер* <电脑>, *дисплей* <显示>, *файл* <文件>, *мониторинг* <显示器>, а также в финансово-коммерческой деятельности — *аудитор* <拍卖师> и так далее. В культурную сферу вторгаются *хиты* <点击> и пр. Бытовая речь живо принимает новые реалии с их нерусскими названиями — *гамбургер* <汉堡包> и др.

Собранный нами языковой материал отбирался из российской и китайской современной прессы не случайно, поскольку именно в прессе иноязычное слово имеет реальную возможность пройти стадию социализации.

Можно сделать выводы, что в русской и в китайской прессе уже есть немало прекрасных слов и журналистам в своих статьях иноязычные слова следует употреблять вдумчиво и там, где это действительно необходимо. В целом наблюдается большее влияние лексики из английского языка на русский и китайский язык, чем из других языков. Понятно, что тенденция экспансии иноязычной лексики в российской и в китайской современной прессе усиливается и будет усиливаться.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Горохов В.М. Основы журналистского мастерства. — М., 1989.
- [2] Большой словарь русского языка. — М.: Дрофа; Русский язык, 1998.
- [3] Ли Лянжун. Введение в журналистику. — Фуданский университет, 2001.
- [4] Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. — М.: Просвещение, 1971.
- [5] Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. — М., 2001.

THE EXPANSION OF FOREIGN VOCABULARY IN MODERN NEWSPAPER OF RUSSIA AND CHINA

Wenqian Zang (CHINA)

Department of Journalism
Shanjan Sports Institute

Djinziansundulu, 36, Shanjan, China, 110102

Surveys on the problem of foreign word expansion in modern press of Russia and China allow us to identify the common features between the two languages with the aim of enhancing mutual understanding and expand international contacts.

Key words: foreign word expansion, language of mass media communication, Russian language, Chinese language.