

**Шушарина Г. А.**

ОТРАЖЕНИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В ЯЗЫКОВОМ И СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ  
ГОРОДА КОМСОМОЛЬСКА-НА-АМУРЕ

**Шушарина Г. А.**

**G. A. Shusharina**

**ОТРАЖЕНИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В ЯЗЫКОВОМ  
И СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ  
ГОРОДА КОМСОМОЛЬСКА-НА-АМУРЕ**

**GLOBALIZATION PROCESSES AS REFLECTED IN LANGUAGE  
AND SOCIAL&CULTURAL SPACE OF KOMSOMOLSK-ON-AMUR**



**Шушарина Галина Алексеевна** – кандидат филологических наук, зав. кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре); 681013, г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, д. 9, кв. 57. E-mail: sshusharin@kmscom.ru

**Ms. Galina A. Shusharina** – PhD in Philology, Head of the Department of Linguistics and Cross-Culture Communication, of Komsomolsk-on-Amur Technical University (Russia, Komsomolsk-on-Amur), Komsomolsk-on-Amur, 9 Lenina Pr., apt. 57. E-mail: [sshusharin@kmscom.ru](mailto:sshusharin@kmscom.ru)

**Аннотация.** В языковое и социокультурное пространство города Комсомольска-на-Амуре проникают тексты и явления «иной» речевой культуры, а именно, англоговорящей. В результате в повседневной коммуникации комсомольчан появляется иноязычная лексика. Явления западной массовой культуры можно наблюдать во всех сферах деятельности жителя провинциального города.

**Summary.** Texts and different phenomena from English-speaking countries penetrate the language and social&cultural space of Komsomolsk-on-Amur. As a result citizens of Komsomolsk-on-Amur increasingly use loan words in their everyday speech. Phenomena that came from the Western mass culture can be observed in every sphere of life of this provincial city.

**Ключевые слова:** глобализация, заимствование, социокультурное пространство, ономастика.

**Key words:** globalization, loan words, social cultural space, onomastics.

УДК 81 (075)

Интенсивное изучение взаимоотношений языка и глобализационных процессов в мировом сообществе началось относительно недавно: в последнее десятилетие XX в. в зарубежном языкознании и в начале XXI в. – в отечественном языкознании.

Говоря о начале глобализации в мире, исследователи называют период окончания второй мировой войны. Война явилась тем событием, которое заставило пересмотреть существующие в мире порядки и системы. В дальнейшем ученые выделяют следующие периоды, которые значительно способствовали глобализации: период правления М. Тэтчер (с 1979 г.) и Р. Рейгана в США (с 1981 г.). В это время начинается агрессивное движение ведущих стран на свободные экономические рынки. Во многих регионах, зависимых от тяжелой промышленности, происходит деиндустриализация, что влечет за собой развитие сектора обслуживания. Окончание холодной войны (в конце 80-х гг.) и распад СССР (1991 г.) открыли новые возможности для западного бизнеса и культуры в странах постсоветского пространства. Повсеместное развитие интернета (с середины 90-х гг.) и новых глобальных технологий в сфере коммуникации только упрочили создание «глобальной деревни». Сегодня мир как никогда ранее является политически, экономически и культурно глобальным.



Для многих глобализация – это Макдональдизация и Американизация, и распространение английского языка в мире есть следствие этих процессов. Некоторые футурологи говорят даже о том, что по мере распространения английского языка на земном шаре, исчезнет необходимость во всех остальных языках мира. Такая дискуссия наблюдается и в российских СМИ конца 90-х – начала 2000-х годов, во многих статьях, посвященных состоянию русского языка, высказываются тревожные настроения: «молодое поколение выбирает ...английский?», «через некоторое время русский язык может просто исчезнуть». Авторы статей предлагают применить различные консервативные меры по спасению языка, а именно: издать специальные законы, упростить грамматику, перейти на латиницу [1, 264].

О том, насколько английский язык распространен, говорят такие цифры: по данным Д. Кристала, в мире насчитывается 75 территорий, на которых английский язык является официальным языком или одним из официальных языков. Общая численность населения этих территорий составляет около трех миллиардов человек. Количество людей, использующих английский язык как родной язык, – 329 140 800 человек. Количество людей, использующих английский в качестве второго языка, составляет 430 614 500. Соотношение людей, использующих английский язык как родной язык, к количеству людей, изучающих английский язык в качестве иностранного языка, составляет 1:3. Удивительно, но подобное распространение нельзя объяснить демографическим фактором, поскольку существуют языки, например китайский, который используется в качестве родного языка гораздо большим количеством людей, чем английский. Кроме того, сама система английского языка, а именно – достаточно сложное произношение английских слов и их написание свидетельствуют не в пользу такого массового распространения английского языка. Тем не менее по данным журнала Forbes, 54 % всех крупных компаний имеют штаб-квартиры на территории англоговорящих стран, 10 ведущих деловых компаний – это компании Великобритании и США. Английский язык является рабочим языком практически во всех международных организациях: из 500 организаций 85 % (424) используют английский язык в качестве языка-посредника [5].

По словам Д. Кристала, сегодня английский язык – это язык науки, 2/3 всех открытий в мире продвигаются в жизнь с помощью английского языка. Ведущими средствами массовой информации сегодня являются англоязычные СМИ: New York Times, Washington Post, Wall Street Journal, the Times, Sunday Times [5].

Английский язык в современном мире – это язык политических инноваций, например, идеи демократии сегодня продвигают именно англоговорящие страны.

Нельзя не сказать и о престижности образования, полученного в университетах англоговорящих стран. На территории Великобритании и США находятся самые престижные университеты мира.

Что касается культуры, то и здесь английский язык проник в каждый уголок – музыку, спорт, кино.

В последнее время возникло и активно развивается такое направление в лингвистике, как «World Englishes», что выражается в издании лингвистического журнала с одноименным названием. В конце 90-х гг. прошлого столетия французский исследователь Жан-Поль Нерьер выпустил книгу, в которой он назвал все варианты английского языка, используемые людьми в качестве международного языка общения, глобальным диалектом английского языка третьего тысячелетия, или Globish (соединение двух слов – «global» и «English»).

Попытки создать единый международный язык известны с давних времен. Так, за период с XVII в. по настоящее время таких проектов было более 500. По мнению Нерьера, язык Globish состоит из приблизительно 1500 слов, элементарной грамматики и простых синтак-

**Шушарина Г. А.**

**ОТРАЖЕНИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В ЯЗЫКОВОМ И СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ГОРОДА КОМСОМОЛЬСКА-НА-АМУРЕ**

сических структур. Такой язык является лишь инструментом общения, это не язык в его полном понимании, он не определяет языковую картину мира. Статистика показывает, что в Великобритании и США население использует около 1800 слов в 80 % ситуаций. Такой мировой язык может оказывать неоценимую помощь людям в общении на элементарном уровне, как правило, в сфере туризма и малом бизнесе.

Отсутствие единого языка общения, по мнению сторонников Нерьева, ведет к войнам, религиозным конфликтам. Наблюдаемая сегодня беспокойная ситуация в мире, многочисленные военные и религиозные конфликты подтверждают тезис ученых. Интересно, что во всех этих конфликтах протестующие на своих слоганах используют именно Globish [6].

Процессы глобализации затронули жизнь населения России в различных сферах, а именно: экономике, политике, культуре и языке как части культуры. О проникновении английского языка в русский язык говорят многочисленные лексические заимствования: блоггер, бренд, суперстар, мобинг и т.д.

О глобализационных процессах и тенденциях в России свидетельствует и активное использование англицизмов, еще не имеющих статус заимствования, в речи россиян. Причем это касается не только жителей крупных городов, но и небольших региональных городов, каким является, например, город Комсомольск-на-Амуре.

Результаты исследования, проведенного на кафедре лингвистики и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», показало, что 60 % опрошенных жителей города в возрасте от 17 до 23 лет иногда выражают свои мысли на английском языке при общении с родителями и друзьями. В основном респонденты используют английский язык для выражений различных эмоций – положительных (Yes! Fuck! Oh my God! Yeah baby! Great!) и отрицательных (Fuck! Oh my God! Damn it! Busters! Fuck it!). Интересно, что некоторые лексические единицы (Fuck! Oh my God!) используются одновременно в разных ситуациях. Опрос показал, что 21 % молодых людей признаются в любви на английском языке, считая, что это более романтично, кроме того, с помощью употребления английских слов и выражений молодые влюбленные пытаются скрыть свое смущение и неловкость. Свыше 30 % респондентов употребляют специализированную англоязычную лексику, чаще всего компьютерную терминологию – autocad, net, error, miss, connect. 70 % опрошенных юношей и девушек используют англоязычные словообразовательные элементы, например, гуглить, загуглить (от «to google»), кульно (cool), юзать (to use), чикса («chick» в значении «девушка»), ресечить (research), стилить (steal). Приведенные данные опроса жителей города Комсомольска-на-Амуре подтверждают выявленные О.А. Леонтович формы экспансии английского языка в России, а именно: «многочисленные неоправданные заимствования, более терпимое отношение к ненормативной лексике, употребление американских междометий» [2, 101].

О необыкновенных размерах проникновения английского языка в российские реалии можно судить по тем функциям, которые английский язык реализует в России. Помимо функции внешнекультурного общения с представителями других стран и информативной функции в средствах массовой информации, английский язык используется в креативной функции (в художественной литературе, песнях, кинофильмах, компьютерных играх) и декоративно-аттрактивной функции (в рекламе, вывесках, для украшения товаров потребления) [3].

Особенно заметно применение английского языка в названиях магазинов и коммерческих предприятий, что свидетельствует об изменениях во взглядах, ценностях и установках общества. Т.В. Шмелева в своих исследованиях отмечает, что «преодоление барьеров русского лексикона, вовлечение в ономастикон иноязычных единиц (из «международного фон-



да», английского и даже восточных языков)» является одной из тенденций в ономастике современного российского города. При этом, как отмечает исследователь, онимы иноязычного происхождения «предпочитают «натуральный» для них письменный облик, что открывает путь в русскоязычную городскую среду для латиницы и иероглифики» [4].

С конца XX в. английский язык стал ассоциироваться с инновациями, прогрессом, престижностью, соответствием моде и стилю. Среди названий магазинов и коммерческих предприятий города Комсомольска-на-Амуре можно встретить такие обозначения, как Sunrise, For You, Street Moda, New Life, Games City, Incity, Oggy, Savage, U-City, Supergood, House Hold. Анализ показал, что большинство англоязычных надписей являются названиями магазинов одежды. В общественном настроении россиян широко пропагандируются ценности западной цивилизации о необходимости быть успешным. Успешный человек – это, прежде всего, хорошо и дорого одетый человек.

Как правило, такие магазины являются сетевыми брендами (Oggy, Savage, Incity, Concept club, Benetton, Addidas, Glance), и англоязычное название способствует узнаванию бренда по всей стране. Среди сетевых магазинов представлены российские бренды одежды с англоязычными названиями, что говорит, скорее всего, о том, что российская компания желает быть востребованной на международном рынке. Использование англоязычных названий индивидуальными предпринимателями местного уровня свидетельствует о стремлении приблизиться к уровню крупных магазинов. Подразумевается, что подобные названия привлекут внимание потенциальных покупателей. Как известно, в российском сознании прочно закрепился стереотип о том, что все заграничное хорошего качества.

Анализ формы англоязычных названий показал, что в основном, в названии используются английские слова, написанные латиницей – автосервис MasterCar, магазин одежды Gloria Jeans, кафе Manhattan, фитнес-клуб Energy. Используются также английские слова, транскрибированные в кириллице – Холидей, Автошоп. Интересным представляется языковое смещение на уровне буквы – Sheвелись, на уровне слова – STEELные двери, Фотolab, Cash&carry Горизонт.

Распространение английского языка влечет за собой распространение и системы ценностей англоязычных стран, в первую очередь США. На территории Комсомольска-на-Амуре достаточно просто увидеть «следы» западной цивилизации.

Жизнь современного городского жителя динамична и стремительна. Современный человек не может позволить себе такую роскошь, как полноценный обед в течение рабочего дня, поскольку это требует значительного количества времени, а время, как известно, деньги. Поэтому для таких людей западная цивилизация создает кафе и рестораны быстрого питания. Такие сети очень популярны в крупных российских городах. Тем не менее и в Комсомольске-на-Амуре они также востребованы. Но если в Москве и других городах-миллионниках в таких пунктах питания в течение рабочей недели можно встретить офисных работников, то в провинциальных городах такие сети быстрого питания заполнены людьми в вечернее время, в выходные дни. Основные клиенты – это подростки и молодежь до 35 лет. Данный факт можно объяснить относительной доступностью таких ресторанов.

Репертуар кинотеатров города состоит в основном из американского кино. Так, на 20 января 2012 г. на афишах кинотеатров города Комсомольска-на-Амуре значились такие фильмы, как «Хранитель времени», «Иван-царевич и Серый Волк», «Нокаут (Knockout)», «Монстр в Париже», «Старый Новый год (New Year's Eve)», «Другой мир (Underworld)», «Бедная богатая девочка (Young Adult)». Из представленных фильмов шесть кинокартин

**Шушарина Г. А.**

**ОТРАЖЕНИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В ЯЗЫКОВОМ И СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ГОРОДА КОМСОМОЛЬСКА-НА-АМУРЕ**

иностранным производством, преимущественно США, и лишь один мультфильм «Иван-царевич и Серый Волк» – российского производства.

Опрос молодых жителей города Комсомольска-на-Амуре в возрасте от 15 до 30 лет показал, что 2/3 молодежи слушает англоязычную музыку. Интересно, что местные музыкальные коллективы используют в качестве номинации англоязычные названия: Hell Dream, Rolling Night, Форрест Гамп, что говорит в пользу престижности именно англоязычной музыки.

Особый интерес представляет анализ средств массовой информации, а именно газет и журналов, которые имеются в продаже в киосках Комсомольска-на-Амуре. Необходимо отметить большое разнообразие журнальной продукции, особенно гендерно ориентированных глянцевого журнала. Почти все они являются русской версией англоязычных журналов, например, Cosmo, Glamour, Men's Health, Playboy, Домашний Очаг (оригинальное название – Good Housekeeping) и др.

Благодаря распространению английского языка, стали возможным современные увлечения. Так, на Интернет-форумах города Комсомольска-на-Амуре есть странички для тех, кто интересуется скрапбукингом, кардмейкингом, квиллингом, посткроссингом. Все эти занятия для проведения досуга имеют английское происхождение. Зародившись в Англии, они получили широкое распространение в США, откуда через глобальные информационные сети проникли и в другие страны, в том числе Россию, и достигли здесь даже таких провинциальных городов, как Комсомольск-на-Амуре с населением менее 250 тысяч.

Среди популярных в настоящее время видов спорта среди жителей города Комсомольска-на-Амуре можно отметить следующие «заморские» виды спорта: паркур, сноуборд, пейнтбол, страйкбол, боулинг, кайтинг, приключенческие гонки (от англ. Adventure races).

Жизнь провинциальных городов не стоит на месте, стремительное развитие информационных технологий способствует проникновению свойственных когда-то только крупным городам различных атрибутов, что в значительной степени сказывается на языковом и социокультурном портрете регионального города.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Вьеллар, С. Пословица в ткани газетного дискурса / С. Вьеллар //Стереотипы в языке, коммуникации и культуре: сб. статей. – М.: РГГУ, 2009. – С. 264-278.
2. Леонтович, О. А. Россия и США. Введение в межкультурную коммуникацию / О. А. Леонтович. – Волгоград: «Перемена», 2003. – 398 с.
3. Прошина, З. Г. Английский язык и культура народов Восточной Азии / З. Г. Прошина. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2001. – 476 с.
4. Шмелева, Т. В. Старое и новое в языковом облике современного города / Т. В. Шмелева //Речь города: тез. докл. всерос. межвуз. науч. конф. – Омск: Изд-во ОГУ, 1995. – 214 с.
5. Crystal, D. English as a Global Language / D. Crystal. – Cambridge a.o.: Cambridge University Press, 1997.
6. Ribes-Gil, B. Globish or ...? / B. Ribes-Gil //Voices. January-February 2012. Issue 224. P. 9.