

“М.@ртКонтэкт” ярка асвятчаўся і абмяркоўваўся ў інтэрнеце. Было маладэжнае журы, якое выбірае свой лепшы спектакль.

Усё гэта дае надзею, што ў беларускага тэатра ёсць будучыня. Але яму патрэбна наша дапамога: глядачы павінны быць зацікаўлены тым новым, што прапануе тэатр, рэжысёры і акцёры павінны не баяцца спрабаваць, развівацца і адкрываць новыя гарызонты. І тады беларускі тэатр зможа пакарыць увесь свет.

ЛІТАРАТУРА

1. Мальчэўская, Алена. Беларуская драматургія: Шклянка напалову поўная/ Алена Мальчэўская // Газ. “Звязда”, 3 чэрвеня 2017.
2. Марціновіч, Дзяніс / Мала грошай, занадта шмат смеху і ігнараванне сваіх зорак. Што не так у беларускім тэатры [Электронны рэсурс] / Дзяніс Марціновіч - TUT.BY. -27 сакавіка 2018 у 12: 25- рэжым доступу: <https://news.tut.by/culture/586502.html>.

УДК 811.111:81:070(476)

Студ. С. В.Хваленя

Науч. рук. ст. преп. О. Н.Гусева
(кафедра беларускай філалогіі, БГТУ)

АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННЫХ БЕЛОРУССКИХ СМИ: КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ И КАЧЕСТВЕННЫЙ СОСТАВ

В последние десятилетия активизируется процесс проникновения в русский язык слов английского происхождения. Появление большого количества англицизмов, их быстрое закрепление в языке объясняется стремительными переменами в общественной и научной жизни: усилением информационных потоков, появлением Интернета, расширением международных отношений, развитием мирового рынка, информационных технологий. В связи с этим вопрос их изучения становится крайне актуальным. Целью работы является анализ количественного и качественного состава англоязычной лексики в белорусских средствах массовой информации следующей тематики: медицинской, спортивной, общественно-политической. В частности, в качестве предмета исследования были выбраны газетные издания «Медицинский вестник», «Минский курьер», «Прессбол».

Англицизм – это слово или оборот речи в каком-либо языке, заимствованный из английского языка или созданный по образцу английского слова / выражения [1]. Иногда англицизмы настолько ассимилируются в русском языке, что становятся практически неотличимыми от дру-

гих слов. Если в некоторых случаях заимствования видны сразу же, то в других определить точное происхождение слова можно лишь по этимологическим словарям, словарям иностранных слов и англицизмов.

В результате анализа качественного состава англицизмов в средствах массовой информации нами были выделены следующие их группы с тематической точки зрения:

- слова-термины экономические (бюджет, бизнес, инвестиции);
- слова-термины политические (премьер-министр, мэр);
- слова-термины, связанные с компьютерной техникой (логирование, онлайн, смартфон);
- спортивные термины (финиш, плей-офф, голкипер);
- слова-термины, употребляемые в косметологии, медицине (хоспис, кардиостимулятор, таргет-терапия);
- названия профессий, рода деятельности (менеджер, тренер);
- названия явлений музыкальной и общественной культуры (трек-лист, хит, джинсы).

С точки зрения возможности замены англицизмов исконно русскими словами были выделены две основные группы:

слова, которые пришли в язык как наименование нового предмета, новой реалии или являются терминами, имеющими интернациональный характер. Их употребление в речи в большинстве случаев оправдано. Например: рейтинг, сайт, скейтборд, миксер и т. д.;

слова, которые имеют синонимы в русском языке и вполне могут быть заменены русским эквивалентом: сингл ‘песня’, пилинг ‘чистка кожи’, ланч ‘поздний завтрак’, тинэйджер ‘подросток’ и т. д.

Что касается самого способа перехода в русский язык иностранных слов, то нами были выделены следующие группы англицизмов:

фонозаимствования (прямые заимствования) – одинаковые по звучанию и значению слова (тинэйджер – teenager – ‘подросток’, тьютор – tutor – ‘наставник’);

кальки – заимствования путем дословного перевода слова иноязычной языковой единицы с образованием нового слова или значения (небоскреб – skyscraper, где sky – ‘небо’, scrape – ‘скрести’);

полукальки – слова, которые при грамматическом освоении подчиняются правилам русской грамматики (драйв, драйва – drive);

гибриды – иностранные слова с русским суффиксом, приставкой или окончанием (креативный – creative – ‘творческий’);

компози́ты — русские новообразования, состоящие из двух английских корней либо слов (секонд-хенд – second(‘второй’), hand(‘рука’) – магазин, торгующий одеждой, бывшей в употреблении);

экзотизмы – бессинонимичные обозначения особой нерусской

действительности (чизбургер – cheeseburger);

варваризмы – синонимичные, но просторечно-выразительные вкрапления из иностранного языка (о'кей – ok (okay), вау – wow!);

жаргонизмы – иностранные слова с искажённым звучанием и значением в просторечии (крезанутый от crazy – 'чокнутый').

В ходе нашего исследования также были получены следующие результаты. Во-первых, в изданиях медицинской тематики [2] англицизмы составляют очень малую часть от общего числа слов, к тому же, по большей части они относятся к сфере техники (инженерия, электроды) либо общего употребления (метод, клуб). Однако в то же время следует заметить, что встретившиеся в газете слова, не относящиеся к медицине, далеко не все являются незаменимыми, поэтому для повышения чистоты речи вполне могли бы быть использованы русскоязычные синонимы (например, ноу-хау 'нововведение').

Во-вторых, общественно-политические издания [3] обращаются к самым разнообразным темам. Соответственно, и англоязычные заимствования, которые встречаются в данных изданиях, относятся к разным тематическим группам: экономические термины (доллар, лизинг, PR-ход), спортивные термины (велотрек, теннис) и др. Они довольно глубоко проникли в публицистическую сферу, т. к. зачастую используются не в качестве терминов (например: сайт, SMS-ки, шоу, бренд). Они постепенно заменяют аналогичные русские слова либо, в связи с постоянным и крайне быстрым развитием современного мира, входят в нашу жизнь как названия новых явлений, предметов.

В-третьих, после рассмотрения спортивного издания [4] можно говорить о крайне активном проникновении англоязычных заимствований в сферу спорта в целом и в публицистику спортивной направленности в частности (буллит, овертайм, сэйв, офсайд). В то же время, ввиду малого количества общеупотребительных англицизмов, нельзя сказать, что они засоряют язык таких изданий, т. к. большая часть является терминами, не имеющими аналогов в русском языке.

Также хотелось бы обратить внимание на следующий факт. В каждом издании было взято по 50 лексем, однако число их употреблений и страниц, на которых они встретились, сильно различалось. Минимальные цифры наблюдались в медицинском издании (100 употреблений на 18 страницах), тогда как для спортивного понадобилось всего лишь шесть страниц, чтобы превзойти этот показатель (160 употреблений). И это еще раз подтверждает, что в настоящее время именно спортивная сфера является лидером по объему заимствований английских слов в русский язык.

Таким образом, процесс проникновения англицизмов в русский

язык в настоящий момент сильно активизировался ввиду различных причин. К нему можно относиться как негативно, так и позитивно, однако нельзя утверждать, что это лишь временное явление, не заслуживающее внимания. Зачастую мы узнаём новые слова из различных газет, журналов либо сайтов. Следовательно, средства массовой информации являются одним из основных путей проникновения англицизмов в русский язык. Поэтому именно на них лежит большая ответственность, связанная с обработкой, преобразованием, а также отсеиванием заимствованных иностранных слов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – Москва: Азбуковник, 2000. – 940 с.
2. Медицинский вестник: мед.газ. / учредитель: Министерство здравоохранения Республики Беларусь. – Минск, 2017. – №45 (1349).
3. Минский курьер: общ.-полит. газ. / учредитель: Минский городской исполнительный комитет. – Минск, 2017. – №134 (3058).
4. Прессбол: спорт.газ. – Минск, 2018. – №15 (4134).

УДК 655.3

Студ. А. Г. Гисич
Науч. рук.доц. И. Г. Громыко
(кафедра полиграфических производств, БГТУ)

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СТРУКТУРЫ ЗАПЕЧАТЫВАЕМОЙ ПОВЕРХНОСТИ НА СТЕПЕНЬ НАЛОЖЕНИЯ ПЕЧАТНЫХ КРАСОК

Современный технологический печатный процесс зависит от множества технических параметров, которыми необходимо управлять, чтобы иметь возможность контролировать и стандартизировать результаты печати. Поскольку цветная печать «по-сырому» выполняется с помощью триадных красок, особую роль в этом процессе играет красковосприятие. На его основе определяется количество краски, перенесенной с офсетного полотна на бумагу, и степень взаимного наложения красок. Данный процесс очень важен с точки зрения управления значением цвета. При изменении восприятия краски меняется и значение цвета. Следовательно, если этот параметр не контролировать, будет сложно управлять интенсивностью цвета [1].