

я процесса принятия решения о покупке, можно составить диаграмму эффективности бренда. В случае с VW оказалось, что потребители чаще рассматривают возможность купить VW Passat, чем Mercedes C-класса. Однако те, кто намеревается приобрести автомобиль Mercedes, чаще его и покупают, то есть потенциальные покупатели этого бренда чаще превращаются в реальных. Кроме того, у Mercedes C-класса выше процент постоянных покупателей. Это значит, что, хотя у Passat прекрасные стартовые позиции, у него меньше лояльных потребителей, чем у модели конкурента. Если бы VW удалось добиться, чтобы его потенциальные клиенты с такой же, как у Mercedes, частотой превращались в покупателей, он бы существенно увеличил свои доходы. А у маркетологов есть для этого множество самых разных инструментов. Например, кроме работы с брендом автомобилестроители могут проводить соответствующую ценовую политику или изменять плотность расположения своих дилерских центров. Метод оценки коммерческого потенциала бренда позволяет компаниям отдельно рассматривать эффект, который бренд оказывает на процесс принятия решения о покупке, и не связанные с ним факторы, такие как ценообразование или дистрибуция. А с помощью методов многовариантного анализа можно определить, насколько бренд будет способствовать сокращению отрыва от конкурентов, если в качестве входной переменной учитывать сильные, по мнению потребителей, стороны бренда. Другая модель, изучающая возможность бренда превращать потенциальных покупателей в реальных, показывает, как максимально реализовать потенциал продаж разным группам целевой аудитории. К примеру, VW может привлечь на 6% больше покупателей только за счет усиления своего бренда – и это принесет компании 466 млн евро, число постоянных покупателей вырастет на 3%, продажи – на 115 млн евро.

Рассмотрев действительно сложившуюся ситуацию на рынке можно с уверенностью судить о том, что без бренда невозможно представить эффективную коммерческую компанию с высокими доходами, так как любая успешная компания это бизнес-бренд.

#### Список литературы

1. Бадьин А.В., Тамберг В.В. Бренд. Боевая машина бизнеса. – М., 2005.
2. Тесакова Н., Тесаков В. Бренд и торговая марка: развод по русски. – П., 2004.
3. Федосеев А., Карабанов Б., Добровольский Е., Боровков П., Бизнес в шоколаде. – П., 2010.
4. Федосеев А., Карабанов Б., Добровольский Е., Боровков П., Бизнес в шоколаде 2.0. – П., 2012.
5. www.sovetnik.ru.

#### ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СТАНДАРТНОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА: КАТЕГОРИИ ИЗМЕРЕНИЯ

Халецкая К.Н.

Казанский федеральный университет, Казань,  
e-mail: whimsical-ksu@mail.ru

Проблема современного уровня развития и функционирования стандартного английского языка традиционно рассматривается с точки зрения изменения его форм, функциональности и контекста использования. Рассмотрим 3 категории измерения, характерные для изучения нормативности английского языка.

#### Относительное единообразие форм английского языка.

По сравнению с существующим многообразием нестандартных форм языков мира, стандартный или нормативный английский язык – относительно единообразен. Однако важно иметь представление о 3 измерениях существования данного единообразия: территориальное, временное и стилистическое. Говоря

о территориальном измерении единообразия в употреблении стандартного английского языка, важно отметить, что разница его прослеживается, прежде всего, на примере британского и американского вариантов английского языка.

Если американский вариант прозвучит: I've gotten a new vest and pants, то англичане, скорее всего, скажут: I've got a new waistcoat and trousers.

Модификация стандартов языка с течением времени бесспорна, поскольку это неизбежно приводит к изменениям в языке. К примеру, в отрывке, датированном 1861 г., написано: To him this would have been an effort of independent thought such as he had never known; and he must have made the effort at a moment when all his energies were turned into the anguish of disappointed faith. В современном варианте языка: ... and he would have had to make the effort....., точка с запятой в конце первого предложения отсутствует. Оба варианта являются стандартными в своем лингво-временном пространстве.

По мнению британских ученых-лингвистов изменения в языке, имевшие место более 100 лет назад, «легче воспринимаются и обнаруживаются», чем те, которые происходят на данном этапе развития и функционирования языка. Так, например, если представители старшего поколения скажут: You ought to leave soon, oughtn't you?, то для поколения современных молодых британцев наиболее приемлемым кажется вариант: You ought to leave soon, shouldn't you? или You ought to leave soon, didn't you? Наличие редуцированной формы «didn't» является для старшего поколения нестандартной формой, хотя в случаях You wanted to leave soon, didn't you? признается ими как норма.

Трудность измерения стандартности высказывания обусловлена тем, что понятие «норма языка» не совпадает у представителей разных поколений говорящих. Факт изменения языка во времени означает закрепление новой кодификации языка в грамматическом строе устной речи, поэтому по истечении некоторого времени многие справочники, учебная, специальная, художественная литература содержат элементы устаревшего варианта языка.

#### Стандартный язык – язык «образованных носителей языка».

Под понятием «образованный» часто представляется человек, получивший высшее образование, с высоким уровнем интеллектуального развития и профессиональной компетентности. Однако неправильно было бы считать, что люди, не имеющие соответствующего образования, не говорят нормативным языком. На практике оказывается, что об образованности людей судят, скорее, по тому, как они говорят.

По мнению британского ученого У. Миттинза «образованные носители языка не всегда соглашаются, а порой и оспаривают то, что принято считать нормой языка. Люди с одинаковым уровнем номинально полученного образования выявляют разные точки зрения на употребление спорных речевых конструкций». У. Миттинз приводит пример: He is in London but his family are in Bournemouth. Он указывает на огромное количество возможных вариантов, предлагаемых опрошенными им «носителями языка» с одинаковым уровнем образования.

#### Стандартный английский язык используется лишь в контексте официального общения.

Спорность данного утверждения очевидна, поскольку это связано, прежде всего, с ограничениями сферы использования самого языка. Несомненно, стандартный английский язык используется в традиционно формальном контексте. Однако существует неопровержимая точка зрения, что значительное

количество единиц разговорного языка составляет определенную часть стандартного языка.

Д. Кристалл провел опрос «образованных» информантов о допустимости разговорных речевых образцов в ситуациях официального общения и пришел к выводу, что 84% опрошенных высказались за возможность употребления: The instruments were pretty reliable в ситуации формального общения [2].

Британские лингвисты Л. Андерсон и П. Траджил приводят пример свободного употребления разговорного стандартного английского языка в плоскости как неофициального, так и официального общения: He's bust his collar-bone [3].

Если вышеназванные примеры редко находят отражение в письменной речи (за исключением личных писем, дневников и т.д.), то существует значительное количество разговорных лексических и грамматических конструкций, которые наряду с применением в устной речи используются и в формальной письменной речи.

They got angry and said they wouldn't put up with his behaviour.

They became angry and said they would not tolerate his behaviour.

The reporter photographed the children Chelsea had been speaking to.

The reporter photographed the children to whom Chelsea had been speaking.

Использование официальной формы выражения мыслей в неформальных ситуациях придает всему высказыванию оттенок помпезности и напыщенности.

Вышеуказанные характеристики нормативного английского языка применимы, большей частью, для печатного письменного языка, где единообразие форм достаточно велико.

В случаях с разговорным стандартным английским языком ситуация гораздо сложнее. Согласно Британской Национальной Программе от учащихся требуется использование принятых стандартов разговорного языка. Важной характеристикой стандартного английского языка является то, что его функции и формы совершенствуются с течением времени. Прежде всего, это касается лексического пласта языка. С приходом в школу, а особенно с того момента, когда начинается процесс обучения чтению, учащимся предписано строгое использование тех лексико-грамматических структур стандартного языка, которые являют собой образцы формального разговорного и письменного языка. Для детей, имеющих опыт общения на нормативном языке окружающих их взрослых, дальнейшее изучение стандартного английского означает лингвистическое обогащение и дальнейшее совершенствование навыков контекстуального употребления норм языка.

#### Список литературы

1. Bex T.; Richard J. Watts. Standard English: The widening debate. Routledge, 1999.
2. Crystal D. English as a Global Language // Second Edition. – Cambridge University Press, 2003. – 212p.
3. Trudgill P. Introducing language and society. – London: Penguin, 1992.
4. Trudgill P., Cheshire J. (1989) Dialect and education in the United Kingdom. – Clevedon: Multilingual Matters. - pp. 94-109.

#### РУНГЛИШ В ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Шенаева О.В.

*Сызранский филиал Самарского государственного  
экономического университета, Сызрань,  
e-mail: pazl-solo@yandex.ru*

Проблема языковых контактов является одной из центральных в современном обществе. Языки и диа-

лекты живут и развиваются в непрерывном и тесном взаимодействии. Постоянное и динамическое изменение, а не стабильность – естественное состояние языка. Ярким примером языковых контактов можно считать появление и функционирование в одном языке слов другого языка. В последнее время в российском обществе прогрессирует тенденция к все большему употреблению слов английского происхождения в повседневной речи. Сегодня, мало кого удивит то, что лет двадцать назад народ называл «иностраниной». Тогда вместо мышления мы вдруг получили «менталитет», оригинальность и качество стали называть «экссклюзивом», а образ – «имиджем». В настоящее время тенденция заменять русские слова англицизмами приобрела массовый характер. Почему кадровика надо называть «ханнд-хантером»? Зачем вместо премии выплачивать «бонус»? А почему «тенденция» теперь называется «трендом»? А марка – «брендом»?

На российскую культуру все большее влияние начинает оказывать так называемый «Рунглиш» – жаргон «кульного» поколения молодых россиян, пропитанный англицизмами. Как отмечает газета The Daily Telegraph, молодые люди в России шлют своим «френдам» приглашение на «дринк» в «паб» при помощи sms или по Интернету. А кто не понимает, о чем речь, тот просто «лузер» [5].

Вопрос о сохранении чистоты и оригинальности русского языка в настоящее время встал очень остро, поскольку процесс проникновения иноязычных слов в пространство русскоязычной среды растет в геометрической прогрессии. Этим и объясняется актуальность работы. Возникает вопрос – использование иноязычных слов и их смешение с русскими вызвано острой необходимостью или это только дань моде и абсолютно не обосновано.

В связи с этим объектом нашего исследования стала языковая среда современной России, а именно российская реклама, публицистика (журналы «ELLE», «OOPS», Интернет-газеты Lenta.ru, Вести.ру), информационные технологии (компьютерные игры), разговорный язык (социальные сети, студенты СГЭУ). В качестве предмета исследования мы попытались рассмотреть такое языковое явление как Рунглиш.

Целью исследования является попытка проанализировать влияние английского языка на языковое поведение современного российского общества.

До 1985 года английский язык в России представлял собой малоизученную разновидность. По понятным социальным причинам стимул к владению языком не имел экстралингвистического подкрепления, а возможности изучения языка были весьма ограничены. Однако в начале 90-х годов интерес к изучению английского языка стал резко возрастать. Это было обусловлено многими социально-политическими факторами: ликвидацией «железного занавеса» и открывшейся возможностью туристических поездок, появлением и быстрым ростом совместных предприятий, быстрой компьютеризацией страны и развитием Интернета, расширением зарубежных контактов. Все это привело к появлению новых сфер использования английского языка в России. В повседневной речи стали появляться такие фразы как «топоофмайндовые бигайдии», «кульный пост», «натуральный копияст» и многие другие. Если раньше подобные явления относили к разряду англицизмов, то сейчас все чаще используется термин «Рунглиш». Появление его было случайным, в 2000 году ветеран российской космонавтики Сергей Крикалев во время пресс-конференции перед полетом назвал этим термином язык, на котором космонавты говорят на МКС[4].