Научный форум молодых исследователей «Шаг в будущее»

**Употребление англицизмов в средствах массовой информации**

Автор:

Шитик Юлия Андреевна,

МАОУ Боровская средняя общеобразовательная

школа Тюменского района, Тюменской области

11 «в» класс

Научный руководитель:

Басова Ирина Николаевна,

учитель английского языка,

МАОУ Боровская средняя общеобразовательная

Школа Тюменского района, Тюменской области

Российская Федерация, г. Тюмень

2016 г.

Употребление англицизмов в средствах массовой информации

Шитик Юлия

Российская Федерация, г. Тюмень

МАОУ Боровская средняя общеобразовательная школа, 11 класс

КРАТКАЯ АННОТАЦИЯ

На протяжении двух лет я неоднократно задавала себе следующие вопросы: Почему мы используем английские слова, Как и когда мы употребляем их? Можно ли обойтись без англицизмов в современном обществе? В своей работе я решила исследовать данную проблему. Исследование посвящено проблеме массового употребления англицизмов в средствах массовой информации, а также изучению общественного мнения по данной проблеме. Результатом проекта является презентация и создание [буклета-словаря](http://pandia.ru/text/category/buklet/). По результатам социального опроса 89% опрошенных знакомы с англицизмами, 11% не знают значения слова «англицизм». Большинство опрошенных (77%) часто сталкиваются с английской лексикой в средствах массовой информации и употребляют ее в повседневной речи.

Употребление англицизмов в средствах массовой информации

Шитик Юлия

Российская Федерация, г. Тюмень

МАОУ Боровская средняя общеобразовательная школа, 11 класс

АННОТАЦИЯ

**Цель исследования** **–** выявление основных причин заимствования англицизмов, сфер их употребления и выявление процентного соотношения англицизмов в средствах массовой информации.

Для достижения цели и решения поставленных задач я использовала следующие **методы:**

* анализ материалов(газет, журналов, диалогов в социальных сетях);
* анкетирование;
* наблюдение;
* изучение литературы.

**Материалы исследований:**

1) примеры заимствований, извлечённые методом сплошной выборки из газет и журналов Тюменского района и Тюменской области.

2) средства массовой информации: журнал «Собака», газеты «Боровские вести», «Барвиха», « Сегодня», телевидение, радио "Маяк".

3) средства виртуального общения сверстников и взрослых: СМС, диалоги в сети интернета "В Контакте".

4) социологический опрос, анкетирование.

Таким образом, с помощью данного проекта мы:

1. Выявили причины появления английских слов в русском языке;

2. Определили основные сферы их употребления;

3. Создали словарь наиболее употребляемых англицизмов;

4. Проанализировали газеты, журналы, радио и социальные сети по Тюменской области и выявили, что в средствах массовой информации употребляется 40% английской лексики.

Употребление англицизмов в средствах массовой информации

Шитик Юлия

Российская Федерация, г. Тюмень

МАОУ Боровская средняя общеобразовательная школа, 11 класс

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

**Глава 1. Заимствование – как процесс изменения языка.**

* 1. **Причины заимствования англицизмов в современном русском языке.**

Заимствования иностранных слов - один из способов развития современного языка. Язык всегда быстро и гибко реагирует на потребности общества. Заимствования становятся результатом контактов, взаимоотношений народов, государств. Основной причиной заимствования иноязычной лексики признается отсутствие соответствующего понятия в словарном запасе русского языка. Наблюдение за переходом слов и фраз из какого-либо иностранного языка в русский язык помогает понять историю русского языка, как литературного, так и диалектов.

Виды заимствований зависят от того, из какого языка пришло то или иное слово. В данной работе будут рассматриваться проблемы заимствования из английского языка в русском языке (так называемые англицизмы). Вопрос о языковых контактах вообще и заимствованиях в частности всегда был актуальным для русского языка. В. Г. Белинский отмечал: «Каждая эпоха ознаменовывалась наплывом иностранных слов; наша, разумеется, не избегла его и это ещё не скоро кончится: знакомство с новыми идеями, выработавшимися на чуждой нам почве, всегда будет приводить к нам и новые слова» [Белинский, 1956, 282]. Поскольку ни один язык не способен к существованию в замкнутом пространстве, языковое общение выступает как один из основных факторов развития какого бы то ни было языка.

**Актуальность** данного исследованиясостоит в том, чтов связи с распространением в России западных технологий, явлений, предметов, современный русский язык пополняется новыми заимствованными словами.

**Новизна** исследованиязаключается в том, чтовданной работе мы впервые исследуем англицизмы в средствах массовой информации по Тюменской области, Тюменскому району.

**Объект исследования:** средства массовой информации в Тюменском районе.

**Предметом исследования** являются лексические единицы английского происхождения.

* **Методы исследования:** анализ материалов(газет, журналов, диалогов в социальных сетях);
* анкетирование;
* наблюдение;
* теоритеческий анализ;
* изучение литературы.

**Теоретическая значимость**  результатов исследования состоит в том, что употребление англицизмов в средствах массовой информации на современном этапе может содействовать более глубокому и системному изучению и исследованию этой проблемы в русском языке.

**Практическая значимость** работы состоит в том, что данную работу можно использовать на уроках русского, английского языков, литературы, культуры речи, при проведении факультативных занятий и элективных курсов.

**Цель:** Выявление основных причин заимствования англицизмов, сфер их употребления и выявление процентного соотношения англицизмов в средствах массовой информации.

**Задачи:**

1. Изучить научную литературу по проблеме;

2. Выявить причины появления английских слов в русском языке;

3. Определить основные сферы употребления англицизмов;

4. Создать словарь наиболее употребляемых слов английского происхождения.

5. Проанализировать газеты, журналы Тюменской области, радио.

Для начала приведем определение слова «англицизм», которое дано в словаре С.И. Ожегова: Англицизм – слово или оборот речи в каком-нибудь языке, заимствованные из английского языка или созданные по образцу английского слова или выражения.

Известные лингвисты И.Г. Аверьянова, Н.Д. Агафонова, С.Ю. Адливанкина, Е.Г. Борисова-Лукашенец, А.И. Дьяков, Т.К. Елизова, О.С. Мжельская, Е.И. Степанова, Л.П. Крысин, Т.Г. Линник, Э. Хауген, В.Г. Костомаров, И.О. Наумов на сегодняшний день выделяют множество причин появления англицизмов в русском языке. Мы выделим наиболее важные на наш взгляд:

* Появление глобальной компьютерной системы «Интернет» (сайт, файл, байт, каучсерфинг).
* Расширение межгосударственных и международных отношений (дилер, офшор, демпинг).
* Развитие мирового рынка, экономики, информационных технологий.
* Участие в международных фестивалях, конкурсах, соревнованиях.
* Мода на английский язык (утилизация – рисайклинг, шоу-рум, спрей-аэрозоль).
* Появление новых понятий, предметов, услуг

(бэйдж, классификатор, ноутбук, сканер, тюнер, тонер).

Проигрыш русских слов (прайс-лист, имидж, топ-модель).

Некоторые слова, пришедшие из английского языка, легче произносить, их этимология более прозрачна, семантика конкретней.

* 1. **Способы образования англицизмов.**

По способам образования англицизмов можно выделить следующие группы заимствований из английского языка:

Прямое: английские слова в русском языке существуют в том же значении и виде, что и в исходном: выходные-weekend, деньги – money.

1. Гибриды: английское слово дополняется русским суффиксом: спросить-аскать-to ask, беспокоишься – бузишь-busy.
2. Калька: слова, иноязычного происхождения, употребляемые с сохранением фонетического и графического облика: меню-menu, диск-disk, клуб-club.
3. Полукалька: слова, которые при грамматическом освоении подчиняются правилам русской грамматики прибавляются суффиксы: драйв -drive. «Давно не было такого драйва».
4. Экзотизмы: выражения, связанные с национальными традициями, обычаями. Не имеют русских синонимов: чипсы ( chips),хот-дог ( hot-dog ), чизбургер ( cheeseburger).
5. Иноязычные вкрапления: данные слова закрепляются в той или иной сфере общения как выразительное средство, придающее речи особую экспрессию: о’кей (ОК); вау (Wow!).

Изучением причин заимствования иноязычных слов занимались многие лингвисты. Существуют различные классификации причин заимствования иностранных, в частности английских слов. Слова могут быть образованы по имеющимся в языке моделям, заимствованным из других языков, появиться в результате развития новых значений уже известных слов.

Таким образом, заимствования могут быть образованы по имеющимся в языке моделям, могут быть заимствованными из других языков, появиться в результате развития новых значений уже известных слов.

**Глава 2. Практическая часть.**

**2.1.** **Англицизмы в средствах массовой информации.**

Современный человек сегодня живет в веке информации. В основном, новые заимствования мы встречаем в средствах массовой информации (интернет, газеты, журналы, социальные сети), так как они наиболее мобильны и всегда востребованы обществом. В текстах средств массовой информации отражаются все последние языковые изменения, влияющие на образование определенного жаргонизма в речи людей. Именно поэтому я решила провести исследование с анализа прессы Тюменского района и радиостанции «Маяк». Также я проанализировала диалоги в социальной сети «В Контакте». Было выбрано 5 экземпляров газет и журналов в Тюменском районе (Приложение I). В процессе сбора материала зафиксировано 175 англицизма. Поиск я осуществила за два месяца и обнаружила следующие закономерности.

Во-первых, англицизмы присутствуют во всех изданиях прессы. Мое исследование позволило выявить следующие сферы заимствований:

**Политическая сфера:**

Верховный Совет – парламент.
Совет министров – кабинет министров.
Председатель – премьер-министр.
Заместитель – вице-премьер.
Оратор – спикер.

Он высказал такую сентенцию.

**Экономическая сфера:**

Дилер – профессиональный участник рынка ценных бумаг.

Дистрибьютор – фирма, осуществляющая оптовую закупку.

Инвестор – лицо или организация размещающие капитал, для получения прибыли.

Менеджер – руководитель, управляющий.

Инжиниринг – инженерное дело.

Маркетинг – рыночная деятельность.

Холдинг – структура коммерческих организаций.

**Массовая культура и быт:**

Имидж – образ.

Ток-шоу – разговорное шоу.

Топ-модель – лучшая модель.

Прайс-лист – прейскурант.

Дэдлайн – крайний срок.

Это было шоу!

Купить бестселлер.

Он сделал тебе промоушн.

Во-вторых, в прессе Тюменского района присутствуют англицизмы из всех сфер заимствования.

**Журнал «Собака»**

Мастхэв – must have-вещь, которую обязательно надо иметь.

Диджей – disc jockey-человек, осуществляющий воспроизведение музыкальных произведений.

Бренд – brand-комплекс представлений о продукте либо услуге в сознании потребителя.

Шейкер- shake – посуда для приготовления коктейлей методом встряхивания.

Блог – web log- веб-сайт, основное содержимое которого регулярно добавляемые записи.

**Газета «Барвиха»**

Онлайн– on line – находящийся в состоянии подключения.

Блейзер-blazer – это приталенный пиджак полуспортивного кроя

Тандем-tandem – расположение один за другим.

Дизайн – design – деятельность по проектированию эстетических свойств изделий

Шоппинг-shopping – форма времяпрепровождения в виде посещения магазинов.

**Газета «Боровские вести»**

Лидер-leader – тот, кто ведёт или возглавляет остальных.

Чемпион-champion – спортсмен или спортивная команда, ставшие победителем в каком-либо соревновании.

Колледж-college – среднее специальное учебное заведение.

Старт-start – начало, пуск.

**Газета «Сегодня»**

Бизнес-business – предпринимательская экономическая деятельность, приносящая доход, прибыль.

Имидж-image – искусственный образ, формируемый в сознании средствами СМИ.

Глобализация-globalization – процесс всемирной экономической, политической, культурной и религиозной интеграции.

**Радио «Маяк»**

Фейк – fake-подделка.

Флешмоб-flashmob – это заранее спланированная массовая акция.

Cэконд-хэнд-second-hand – одежда, и другие предметы, бывшие в употреблении.

Cпойлер-spoiler – преждевременно раскрытая важная информация.

**Социальная сеть «Вконтакте»**

Лайкнуть-to like – поставить одобрительную оценку.

Лайфхак-life hacking – маленькую хитрость или полезный совет.

Зафрендить-to friend – подружиться.

Лузер-loser – неудачник.

Окей-ok – согласие; «да»; «всё в порядке; хорошо»

Вывод: проанализировав газеты, журналы, радио и социальные сети по Тюменскому району мы выявили, что в средствах массовой информации употребляется 40% английской лексики.

**2.2. Анкетирование населения п. Боровский.**

Изучив теоретический материал, мы провели анкетирование жителей п. Боровский Тюменского района (Приложение II). По результатам социального опроса 89% опрошенных знакомы с англицизмами и всего 11% не знают значения слова «англицизм» (Приложение III). Так же большинство опрошенных (77%) часто сталкиваются с английской лексикой в средствах массовой информации и употребляют ее в повседневной речи (Приложение IV). Респонденты чаще всего встречаются с англицизмами в сети интернет(75%), в газетах и журналах (11%) и на телевидение (14%) (Приложение V). Многих (70%) не устраивает обилие иностранных слов в русской речи (Приложение VI), но они все же считают, что англицизмы помогают обогащению русского языка (74%) (Приложение VII). Большая часть опрошенных (66%) считает, что мы можем выражаться без заимствованных слов и предлагает такие методы, как пополнение словарного запаса, чтение русской литературы и замена англицизмов на русские аналоги (Приложение VIII). Опрошенные определили такие причины заимствования, как «международный язык», ориентация на западную культуру, а также «мода» на иностранный язык (Приложение IX).

**Вывод**

Таким образом, изучив теоретический материал по проблеме, проанализировав средства массовой информации и проведя опрос жителей п. Боровский, мы:

1.Выявили причины появления английских слов в русском языке;

2.Определили основные сферы употребления англицизмов;

3.Создали словарь наиболее употребляемых англицизмов в средствах массовой информации (Приложение X);

4.Проанализировав газеты, журналы, радио и социальные сети по Тюменскому району, мы выявили, что в средствах массовой информации употребляется 40% английской лексики. Таким образом, наша гипотеза подтвердилась.

С одной стороны, многочисленные англицизмы, проникающие в русский язык – явление закономерное, отражающее активизировавшиеся в последнее десятилетие экономические, политические, культурные, общественные связи и [взаимоотношения](http://pandia.ru/text/category/vzaimootnoshenie/) России с другими странами. С другой стороны, с грустью приходится констатировать, что в погоне за всем иностранным, в стремлении копировать западные образцы мы все больше теряем свою самобытность, в том числе и в языке, так как язык отражает образ жизни и образ мыслей. Как следствие этого - потеря интереса к родному (русскому) языку, [русской литературе](http://pandia.ru/text/category/russkaya_literatura/) и культуре, косноязычие, снижение грамотности и общей культуры.

По моему мнению, проблема, рассмотренная в моем проекте, достаточно актуальна, так как правильное, грамотное употребление англицизмов, а также употребление их в нужном контексте – неотъемлемая часть культуры речи. При чрезмерном употреблении англицизмов все-таки не нужно забывать свой родной язык, свою культуру.

Некоторые слова уже не выбросишь из языка, они приобрели социальную значимость. Однако не стоит злоупотреблять ими. Ведь «сила народа в родном языке». Итак, можно с уверенностью утверждать, что англицизмы в русском языке занимают прочную позицию. Наша задача - научиться их правильно использовать.

**Список используемой литературы:**

1. Анохина С. В. Активные процессы современного словопроизводства. - Белгород, 1999. - с. 7-10.
2. Брейтер М. А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов. - Владивосток, Диалог-МГУ, 1997. - с. 34-45.
3. Григорян А.Е. Культура речи. Американобесие уходит?. // Русская речь, 2005, №1. С. 62-68.
4. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке. // Язык и культура.- Новосибирск, 2003.-С.35-43.
5. Крысин П. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык конца XX столетия / М.: 1985-1995. - с. 142-161.
6. Современный словарь иностранных слов.- "Русский язык", 1992.
7. Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия. / Г. Н Скляревской, - М.: АСТ, Астрель, 2001.
8. Шапошников В.Н. Русская речь 1990-ых. Современная Россия в языковом отображении / М., 1998.
9. www.tutoronline.ru.
10. https://ru.wikipedia.org.
11. http://ffre.ru/ujgotrjgernaatyotr.html.
12. http://www.slangdictionary.ru/.