**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ «ЛУГАНСКОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ – ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ГИМНАЗИЯ №36 ИМЕНИ МАРШАЛА Г.К.ЖУКОВА»**

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ**

**НА ТЕМУ**

**«АНГЛИЦИЗМЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ»**

Проект выполнила:

Климанова Рената Вячеславовна,

обучающаяся 10- А класса

ГУ ЛНР «Гимназия №36

имени Г.К.Жукова»

Научный руководитель:

Бочкова Людмила Федоровна,

учитель английского языка

ГУ ЛНР «Гимназия №36

 имени Г.К.Жукова»

Луганск

2023

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ

АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ..……….

1.1. История появления англицизмов в русской лексике……………..

1.2. Понятие англицизма и способы его образования…………………

1.3. Виды англицизмов .…………………………………………………

Выводы по первой главе…………………………………………………

 ГЛАВА 2. СФЕРЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В

СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ………………………………….

2.1. Сферы, в которых употребляются англицизмы……………………

2.2. Главная причина заимствования англицизмов в русском языке…..

Выводы по второй главе…………………………………………………..

Общие выводы…………………………………………………………......

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ………………………

ВВЕДЕНИЕ

Социальные изменения, происходящие в глобализованном, современном обществе влекут за собой стремительные изменения в словарном составе национальных языков. Современный русский язык очень плотно пополняется иностранной лингвистикой и ему присуще заимствование английских терминов.

Сейчас англицизмы применяются не только в разговорной речи, но и на официальных мероприятиях, а также на государственных телевизионных каналах и ещё в очень многих сферах современной жизнедеятельности русского человека. Появление и вхождение этих заимствованных слов связано с «открытостью» русского языка, который всегда был готов к пополнению своего состава. Не зря, однажды, Владимир Иванович Даль назвал его «Живой Великорусский язык» [7]. Живой, потому что постоянно развивающийся. Главной причиной заимствования является необходимость новых названий, которые за счёт своего красивого, но лёгкого звучания помогают упрощать речевые обороты, при этом расширяя границы отечественного языка.

Изучение англицизмов с точки зрения лингвистики представляет наибольший интерес для учёных, так как для сегодняшнего русского языка является важным процесс пополнения его состава. Данный процесс имеет огромную значимость для актуальности, современности и значимости нашей лингвистики.

**Актуальность работы** заключается в современном этапе развития русской лингвистики, в котором заметен явный интерес и стремительное развитие, с закреплением в речи, использования англицизмов. Актуальность работы обусловлена возросшим интересом молодёжи к использованию в своей речи англицизмов, а также проблемой его влияния на индивидуальность современного русского языках [8]. Для доказательства актуального значения нововведённых слов в русском языке необходимо ввести процентное значение, равное 10% от всего русского языка, что означает массовое влияние на отечественную лингвистику (большинство неологизмов – англицизмы [8].

Несмотря на то, что изучению заимствований в целом уделяется языковедами много внимания, всё же англицизмы исследованы недостаточно, а точнее их положительное и отрицательное влияние на русский язык. Отсутствует комплексный подход по изучению их роли и значения в современном русском языке. Среди лингвистов, исследующих эту проблему, следует отметить В.Г.Белинского и даже В.И.Даля, которые в силу своей эпохи рассматривали заимствования присущие лишь их эпохи- это и является **проблемой** нашего исследования.

 **Объект исследования:** слова, заимствованные из английского языка.

**Предмет исследования:** степень проникновения английских неологизмов в ежедневные сферы их употребления в современном русском языке.

**Целью работы** является комплексное изучение причин появления англицизмов и сфер их употребления, а также влияние на современный русский язык.

Для достижения заданной нами цели, предусматривается решение **следующих задач**:

* 1. Рассмотреть источники возникновения англицизмов;
	2. Изучить и проанализировать теоретические материалы о новейших англицизмах в русской лексике;
	3. Выделить виды английских неологизмов, исходя из классификации их образования;
	4. Провести классификацию самых употребляемых англицизмов в наиболее популярной сфере использования в современной жизнедеятельности русскоговорящего человека;
	5. Выявить самые используемые англицизмы в СМИ и разговорной речи обучающихся Луганской гимназии №36 имени Г.К.Жукова.

**Гипотеза работы:** употребление англицизмов в русской речи не всегда оправдано.

**Новизна** заключается в появлении новейших единиц английской лексикологии в современном русском языке, которые требуют дополнительного рассмотрения и изучения.

**Методы исследования:**

* Описания (при помощи данного метода англицизм описывался как самостоятельная единица лингвистики);
* Анализа (был проведён анализ влияния англицизмов в современном русском языке);
* Сравнения (методом сравнения были выделены процентные соотношения весомости определённых сфер употребления английских неологизмов);
* Опроса (при помощи этого метода проводился опрос в ГУ ЛНР «Луганская гимназия №36 имени маршала Г.К.Жукова», который впоследствии стал итогом практической части нашей научно-исследовательской работы).

**Практическая значимость:** работа является максимально информативной для её использования, как научного материала или пособия. Она может применяться в преподавании английского и русского языков в таких учебных учреждениях, как школы, лицеи, гимназии и тому подобное. В таких заведениях очень важно создавать правильное представление о языке и отношение к нему, как о родном, так и об иностранном, в чём может помочь наша научно-исследовательская работа. Также может служить дополнительным научным материалом для внеклассных и тематических мероприятий по лингвистическому воспитанию молодёжи.

**Теоретическая значимость** данного исследования состоит в том, что оно является серьёзным основанием для последующего изучения употребления англицизмов в бытовом использовании, поскольку работы, которые проводились до этого, рассматривали лишь официальные и наиболее научные уровни их существования в русской лингвистике.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

**1.1.История появления англицизмов в русской лексике.**

Как мы знаем, для появления каких-то нововведений в любой сфере жизнедеятельности человека необходимы некоторые причины. В свою очередь, причина появления новых английских слов в русском языке была обусловлена внешней политикой России в определённое тысячелетие. XVII-XIX века стали для России довольно благоприятными для установки новых дипломатических отношений, которые как раз-таки и дали свои плоды в виде нововведений.

Ключевым моментом и отрезком времени изначального появления англицизмов в русском языке являются XVIII- XIX века. История заимствований с английского языка в русский начала свой отсчёт ещё с тех тысячелетий, и до сих пор этот процесс не прекращается. Выделяют 5 основных этапов развития англо-русского языкового взаимодействия. В основном, их характеризуют как по хронологии, так и по семантике.

 Первым этапом и началом истории англицизмов в русском языке является становление на якорь корабля английского короля Эдуарда VI в гавани святого Николая. В те времена рынок и экономика Британии укреплялась и в целом расширялась. И англичане искали рынок сбыта, и подходящей страной стала Россия. Поэтому у двух стран завязались прочные и довольно регулярные экономические и торговые связи. Языковые контакты характеризовались дипломатическими и торговыми отношениями. И, естественно, это не могло не сказаться на русской лексике. Для начала были заимствованы самые примитивные выражения, необходимые для установки торговых отношений в виде обозначения мер, весов, денежных единиц, форм обращения и названия титулов, например: фунт, шиллинг, мистер, сэр.

Второй этап принято называть Петровской эпохой. Он был связан с реформами Петра I, благодаря которым укоренилась связь со многими европейскими государствами. Именно в это время активно стала распространяться и внедряться культура, образование, развитие морского и военного дел. На этом этапе в русский язык проникли около 3000 слов иностранного происхождения. Среди них, англицизмов было около 300. В основном, были заимствованы слова, которые относились к морскому и военному делам, например: баржа, аврал; или бытовой лексике (пудинг, пунш, фланель), а также к сферам торговли, искусства, литературы, науки и техники. Также причиной перенятой лексики именно во времена «Петровской эпохи» стало то, что английские обозначения ранее неизвестных русским людям процессов или явлений, становились более понятными и удобными в использовании. То есть самое простое облегчение русского языка новыми, более понятными словами.

Третий же этап возник благодаря активизации англо-русских отношений в конце XVIII века, так как на тот момент Англия стала показывать свой престиж на мировой арене, и сотрудничать с ней было крайне выгодно и полезно. На сей раз в язык стали проникать уже спортивные и технические термины (спорт, футбол, хоккей, рельс), лексика из сферы общественных отношений, политики и экономики, а также бытовая терминология (департамент, лифт, сквер, пиджак, пижама, джинсы, троллейбус). Окончанием этапа считается середина XIX века.

Далее следуют более переломные этапы в истории заимствования в русском языке. Когда этот процесс стал являться не чем-то необычным, а наоборот - обыденным, то есть полностью внедрился в русскую культуру и сроднился с ней.

IV этап характеризуется глубоким знакомством России с Англией и Америкой, является точкой соприкосновения в области литературы и искусства. Довольно -таки большое количество новых слов пришло в новые тематические группы неологизмов: история, религия, искусство, спорт, бытовая и общественно-политическая сфера.

V этап заимствований характеризуется следующими временными рамками: конец XX века – наши дни. С течением времени окружающие человека сферы кардинально изменились, и в словарный запас русских людей проникли различные новые группы терминов и неологизмов: деловые (ноутбук, таймер, органайзер, компьютер), косметические (консилер, лифтинг-крем, скраб), названия блюд (гамбургер, чизбургер, сэндвич). В наши дни множество популярных заимствованных слов выходят за рамки литературы и профессионального общения, как и сама русская речь, ведь она очень сильно изменилась и упростилась. Термины, используемые СМИ и рекламой, зачастую непонятны простому читателю или пользователю и рассчитаны на элементарные и примитивные знания английского языка.

И всё же, настоящий «приток» англицизмов в русскую речь начался в 90-х гг. XX столетия, что напрямую связано с распадом СССР и активным развитием компьютерных технологий [2].

Анализируя все видоизменения англицизмов на примере данных этапов, мы можем сказать, что каждый из них является отражением каждой характерной ему эпохи, времени, внешнеполитической ситуации, а также гибкости поведения русского общества и его культуры. Говоря про современное заимствование, можно заметить, что данные слова получили своё развитие лишь в последние полтора – два десятилетия. Это было связано со стремительно поднимающимся уровнем экономики в стране. А если быть точнее, то со становлением стабильных рыночных отношений, которые за собой повлекли появление в широкой продаже иностранной продукции.

Далее на развитие экономики влияло образование совместных предприятий, концернов и филиалов. Конечно же, не могло не отразиться на уровне развития страны появление Глобальной сети интернет и появление новейших информационных технологий. Всё это, как нельзя лучше, дало полномасштабную популяризацию английскому языку. Из этого следует вывод, что чем развитее и современнее страна, тем более расширенной и развитой будет её культура: к примеру, постоянно пополняющийся государственный язык, который заимствует единицы иностранной филологии и лексикологии, в нашем случае – англицизмы.

В наши дни нередко можно услышать слова, не очень понятные для определённого круга людей. А вот каких-то 15-20 лет назад англицизмы были не понятны и вовсе большей части населения нашей страны, так как эти новомодные слова пользовались популярностью у светского круга общения. Но с течением времени английская лексика плотно вошла в обиход современного русского общества и не является предметом чего-то изысканного или показывающего статус человека, а звучит, как простая данность.

**1.2.Понятие англицизма и способы его образования.**

Для того чтобы полностью понять всю сущность данных неологизмов, необходимо для начала изучить их, как отдельно взятую единицу и разобрать его во всех проявлениях.

Заимствование — это то же самое повторение, копирование (зачастую, кстати, является не самым точным, а приблизительным) слова или выражения одного языка в другой. В зависимости от языка, из которого было заимствовано слово, такие неологизмы называются либо «англицизмы», либо «арабизмы», или же «германизмы» и т. п.  В нашей работе нас больше интересуют именно «англицизмы». Практически каждый день происходит переход слов из чужого языка, поэтому мы уже зачастую не понимаем, когда мы используем заимствования, а когда исконно русские слова, что является проблемой.

На сегодняшний день абсолютно все сферы жизнедеятельности людей были пропитаны неологизмами из разных языков. Ценным в этом отношении представляется высказывание Ю.А.Бельчикова: «В обозначении понятий и явлений определённой сферы человеческой деятельности обычно специализируются интернациональные термины, вышедшие из одного языка, например – английского» [1].

Прежде всего, необходимо рассмотреть сам англицизм, как единицу английского языка, пришедшую в какой-то язык. С ростом англоязычных СМИ и глобальным распространением британской и американской культур в 20-м и 21-м веках многие английские термины вошли в популярное употребление на других языках. Так вот, англицизмы -это слова или выражения на английском языке, которые были заимствованы другими языками. С.И. Ожегов использует следующее определение : « Англицизм – это слово или оборот речи в каком - нибудь языке, заимствованные из английского языка или созданные по образцу английского слова или выражения» [6]. Вообще, большая часть неологизмов русского языка являются заимствования с иностранным происхождением, которые пришли в него вместе со временем, либо с новой эпохой, необходимостью, предметами и даже понятиями.

Стоит отметить, что англицизмы составляют около 10 – 13 % от общеупотребительной лексики, основная часть которых являются имена существительные. А как можно определить эти слова среди простой речи?

Во – превых, в основном эти неологизмы оканчиваются на буквы «г», «дж», «инг», «ер», «ен» и др. Например: брифинг, имидж, сёрфинг, спойлер, кёрлинг и тд.

Во-вторых, может присутствовать мягкий разделительный знак, очень часты в использовании гласные «э», «е». Не редко употребляются сочетания согласных «тч», «дж».

 Как и любые другие части речи, англицизмы имеют свои структуры и сложности системы образования. Поскольку в нашей работе мы рассматриваем не только историю появления неологизмов в русском языке, а и уже развитую и современную систему заимствования, следует отметить разнообразные способы их образования, которые как раз-таки пришли со временем. По способам образования англицизмов можно заметить абсолютное разнообразие, обусловленное временем и развитием данного явления в русском языке.

Существует огромное количество способов образования англицизмов:

Во-первых, полное заимствование- тот процесс, при котором слова берутся практически с идентичным звучанием и написанием.

Во-вторых, процесс смешивания основ или гибридизации путём совмещения иностранных основ с исконно русскими морфемами слова: суффиксы или приставки.

В-третьих, существуют очень множественные ответвления от полных заимствований, которые отличаются друг от друга лишь от основания их использования в той или иной сфере.

**1.3.Виды англицизмов.**

В отечественном языкознании, а именно по Крысину, по способам образования англицизмов можно выделить следующие группы и виды заимствований из английского языка:

1. Прямые заимствования – неологизмы, которые имеют приблизительно похожее звучание и даже написание, только «на русский лад», а также идентичное значение. Например: уик-энд (weekend) – выходные, мани (money) – деньги, тинейджер (teenager) – подросток.
2. Гибриды –от самого названия уже становится понятно, что данные неологизмы образовались путём каких-то видоизменений и присоединений. В данном случае, к иностранному корню определённого слова прибавляется присущий русскому языку либо суффикс, либо приставка. Например: креативный (creative - творческий), аскать (ask - просить).
3. Кальки –неологизмы, кторые употребляются с полным сохранением фонетического и графического написания и звучания. Например: футбол (football), меню (menu), диск (disk).
4. Иностранные вкрапления – данные англицизмы обычно имеют лексические эквиваленты или же синонимичные замены в языке, в котором используются эти неологизмы, но стилистически от них отличаются, так же, как и по эмоциональной окраске(где-то более экспрессивно, где-то менее) и закрепляются в той или иной сфере общения как выразительное средство, придающее речи особую эмоциональность и присущую окраску. Например: вау (Wow!), окей (OK).
5. Экзотизмы – слова, которые имеют примерно похожее значение с диалектизмами, но с чуть большим масштабом (не просто слова, присущие определённым территориям, а неологизмы имеющие причастность к целой нации, народу).Это англицизмы , которые характеризуют обычаи других народов и не имеют русских замен и эквивалентов. Например: чизбургер (cheeseburger), чипсы (chips), хот-дог (hot-dog).
6. Вся система классификации англицизмов выглядит как от сложного – к упрощённому. Так вот поэтому далее следуют композиты **–** слова, состоящие из двух английских основ или целых слов. Например: супермаркет (supermarket), сэкондхэнд (secondhand).
7. Жаргонизмы – слова, которые появились вследствие искажения каких-либо звуков и существующие для быстрой передачи информации в определённых кругах людей или на определённых территориях, районах. Например: изи (easy) –легко, клёвый (clever) – умный [5].

**ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ**

Анализируя всё вышесказанное в первой главе, можно отметить, что англицизмы в русской культуре - дело влияния внешних аспектов ещё с самых давних времён. Можно утверждать, что англоязычные заимствования пришли в русский язык в результате исторических связей русского и западных народов наравне с заимствованиями из других неславянских языков, однако в связи с научно- технологическим прорывом, подражанием американским реалиям, а также по причине доминирующего положения английского языка в различных сферах международной жизни. Так сложилось, что Россия- достаточно открытая страна к иностранным внедрениям культуры. Такая же ситуация была заметна уже и в прошлом и даже в нашем столетии. После 90-х годов прошлого столетия в нашей стране произошёл целый взрыв популяризации иностранной культуры, стало больше возможных путей торговли с зарубежными странами. Именно на тот отрезок времени начался так называемый «бум» на зарубежный туризм. Все эти критерии говорят нам о том, что не только началось распространение нашей культуры на новые неизведанные территории, но и началось движение иностранного населения, культуры и сотрудничества в саму Россию. И для того, чтобы иметь возможность коммуникации с новыми горизонтами и не упускать выгоду, люди начали изучать иностранную лингвистику. Именно здесь можно заметить то, как часто вид заимствованной культуры является отражением текущей эпохи времени, или правления.

Также, ещё одной причиной появления англицизмов является отсутствие некоторых терминов в русском языке, которые могут прекрасно заменить неологизмы. Порой люди используют английскую терминологию слишком часто, благодаря чему теряется индивидуальность и значимость русского языка, это является проблемой. Любое явление в этом мире имеет и положительные, и отрицательные стороны. Так вот, заимствование, не смотря на пополнение словарного состава нашего языка, является для него ещё и проблемой. Люди, придерживающиеся политики деградационного влияния заимствования, считают, что благодаря этому процессу происходит разрушение самобытности и индивидуальности русского языка, а также его упрощение. Ведь действительно, люди зачастую используют неологизмы вместо русских слов, хотя на замену им можно использовать прекрасные синонимы.

**ГЛАВА 2. СФЕРЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

**2.1. Сферы употребления англицизмов в современном русском языке.**

Поскольку в современном русском языке появилось достаточно большое количество англицизмов, они получили очень широкое использование и распространение практически во все сферах жизни. Они получили применение во всех важнейших областях современной жизнедеятельности русского человека: СМИ, политика, сфера обслуживания, промышленность, и, конечно же, музыка и современная литература. Особую популярность данные неологизмы получили в области интернета, социальных сетей и, естественно, рекламе. Сегодняшние возможности дают нам право проявлять свою деятельность в сферах жизни протяжённых от спорта до социальных сетей. С таким стремительным развитием, в лексикон русского человека проникло огромное количество понятий, которые в отечественном языке либо отсутствуют, либо имеют не до конца точное необходимое значение. Опираясь на вышеуказанные сферы, можно классифицировать англицизмы в следующие группы, а также разобрать их представителей. Сущетвует классификация по сферам употребления (по А.И. Дьякову) [3].

1. Первая и самая главная сфера – **IT- технологии.**

Наиболее крупная группа, в которой самое большое количество неологизмов- это интернет, к тому же имеет сильное влияние на общество, поскольку англицизмы из виртуальной среды переходят в обиход повседневной жизни. Например: «мем», «лайк», «сервер», «юзер», «браузер» и тд.

* *Аккаунт*(account). Учётная запись, в которой хранится различная информация, относящаяся к пользователю, например: его настройки для сайта, данные о потреблённых платных услугах и тд.
* *Пост*(англ. Post). Часть текста, размещаемая в блоге.
1. Своё применение англицизмы нашли также **в науке и технике**.

Данная сфера также достаточно наполнена неологизмами, так как с давних времён наука имела свойство связывать между собой страны, их культуры и, конечно, лексику. К этим англицизмам можно отнести большую часть всех научных понятий и определений. Например: «гаджет», «девайс», «ксерокс».

* *Геймпад* (англ. Gamepad). В игровых компьютерах – тип игрового манипулятора, обеспечивающий взаимодействие между игроком и игровой приставкой и представляющий собой пульт, удерживаемый двумя руками.
* *Пауэр-банк* (англ. Powerbank). Батарея с довольно большой ёмкостью, которую необходимо предварительно зарядить от сети, а потом использовать для питания своей техники, когда нет возможности подключить её просто к розетке.
1. Следующая группа – **видео-игры**.

Она имеет особенность не простого употребления англицизмов, а существование целостной лингвистической структуры. В основном, она непонятна простым людям и была создана исключительно для «геймеров». К таковой лексике относят следующие слова: «левел», «скилл», «бан», «квест».

1. Крупным представителем группы с употребляемыми англицизмами является **культура**. Её можно разделить на следующие представители:

А) Музыка. Всё существование музыки было так или иначе связано с заимствованием. Именно искусство, в основном, является главным связующим звеном между культурами разных стран. Музыка также отличается особой наполненностью неологизмами: «сингл», «фит», «чарт», «ремейк».

Б) Уличное творчество. Оно имеет изначально заимствованное название – «стрит-арт». Мода на данное искусство следует прямиком из американских фильмов, а, соответственно, и присущие ему термины будут взяты из тех же культур: «графитти», «стикер», «таггер».

В) СМИ. Данная группа направлена на огромное количество людей: компании массового показа транслируют и обозревают жизнь и ситуацию в стране на данный момент, при этом, описывая все эти моменты они не могут не пользоваться терминами, присущими данной стране- отсюда следует большой процент используемых неологизмов от всех употребляемых слов и терминов. Например: «реалити- шоу», «брифинг», «бестселлер» и тд.

Г) Неразрывный со СМИ кинематограф- практически те же самые условия заимствования, но с определёнными особенностями данной сферы. К примеру: «продакшн», «кастинг», «триллер».

Д) Ключевой группой также принято считать рекламу, так как она имеет огромнейшее влияние на общество. «Бренд», «слоган». «рейтинг», «пиар».

1. Англицизмы затронули даже сферу **спорта**.

С развитием этой области ежедневной жизни человека, появилось много новых названий и терминов: «фитнес», «сноубординг», «боулинг», «дайвинг».

* *Кроссфит* (англ. Crossfit). Вид фитнесса, включающий в себя постоянно варьируемые функциональные движения, выполняемые с высокой скоростью с конечной целью улучшения физической формы.
* *Стретчинг* (англ. Stratching). Система упражнений на растяжку, развивающих гибкость, способная продлить молодость.
1. **Бытовая сфера общения.**

В силу своей распространённости включает в себя огромное количество неологизмов, к примеру предметы одежды: пиджак, пижама, лоферы и тд.

1. **Индустрия моды.**

В нашей стране уже очень долгое время считается, что зарубежная мода является более распространённой и эксклюзивной, поэтому появилось такое количество заимствованных слов.

* *Свитшот* (англ. Sweatshirt). Спортивная куртка с длинными рукавами и боковыми карманами в виде вертикальных прорезей.
* *Лук(*англ. Look). Образ, создаваемый подбором одежды, аксессуаров, косметики.
1. **Конечно, стоит отметить экономику и бизнес.**

Эта сфера изначально предполагает собой сотрудничество разных людей и разных стран, это как нельзя лучше влияет на появление английской лексики в отечественной. К таким англицизмам можно отнести: «бизнесмен», «прайс-лист», «промоутер».

* Геймфикация(англ. Gamification). Стиль маркетинга, при котором потребители совершают покупку благодаря использованию игровой стратегии.
* Аутофсток(англ. Out-of-stock). Отсутствие в торговой точке заявленного в наличии товара.
* Маркетмейкер (англ. marketmaker). Участник торговли, допущенный организаторами торговли к данному рынку, высококвалифицированный работник фондовой биржи, менеджер рынка ценных бумаг, отслеживающий ход процессов на фондовом рынке.
1. **Профессии.**

Даже некоторые вакансии сейчас звучат по – новому: «фрилансер», «мерчендайзер», «риэлтор».

1. **Политика**.

Данная сфера, безусловно, связано с международными отношениями, следовательно, предполагает слияние нескольких культур разных стран и их непосредственное проникновение в чужие культуры.

* Брифинг (англ. Briefing). Встреча официальных лиц с представителями СМИ, на которой представляется официальная позиция по определённому вопросу.
* Копирайтер (англ. Copywriter). Сотрудник какой-либо фирмы, часто рекламного агентства, занимающийся написанием текста.

 Анализируя всё вышеуказанное есть смысл отметить, что англицизмы с течением времени не появлялись неожиданно и безо всякой причины, а внедрялись с соответствием своего предназначения, сферы и тд. Необходимо также сказать, что появились заимствования не сразу, а лишь в последствие процессов развития той или иной жизненно важной группы сфер жизнедеятельности человека. Так как нашей задачей являлось определить самую наполненную неологизмами сферу жизнедеятельности человека, то исследуя все группы, то можно сказать, что таковой является область СМИ. Все англицизмы, вошедшие в данную классификацию, позволяют нам выявить процентное соотношение показателей использования неологизмов в следующих сферах (см. *Таблица 1)* [8].

**2.2. Главные причины заимствования англицизмов в русском языке.**

Изучением причинно-следственных связей заимствования английских слов в русском языке занимались очень многие учёные-лингвисты: Виноградов В.В., Поливанов Е.Д., Крысин Л.П., Розенталь Д.Э. и другие. В своей работе Крысин указывает, что главной причиной заимствования является необходимость в новых наименованиях, вещей и понятий [5]. Процесс заимствования представлен слиянием нескольких культур, и, поскольку он связан лингвистикой, то причинами будут являться исключительно языковые и лексические мотивы:

1. Потребность в наименовании новых предметов:

Связана данная потребность с ускоренным процессом развития всех сфер сегодняшней жизнедеятельности человека. Существует уже огромнейшее количество новых гаджетов, предметов обихода, косметики, новых продуктов питания и тд., и все они требуют своих названий.

1. Преследование новых тенденций:

Неологизмы являются настоящим украшением языка и лексикона современного человека. Англицизмы -это отражение культуры, заимствованного языка. Уже очень многие десятилетия англо-американская культура имеет мировую моду и влияние на общественные массы, следовательно, всегда считалось, что некая причастность к ней показывает статус человека и его личностный образ в целом. Следует отметить, что не простое употребление, а его частотность и плотность, а также уровень используемых неологизмов непосредственно могут о многом указать на образованность и развитие человека. О престижности английского языка говорят очень много аспектов: влияние на мировую культуру, создание лингвистических школ по всей территории постсоветских государств и даже за её территориями, конечно же, использование его миллионами людей по всей планете и признание его в список мировых языков.

1. Красивое звучание неологизма

Многие слова или целые выражения зачастую поистине звучат чуть более привлекательно и красиво. В силу той же влиятельности, английские нововведения являются более популярными среди настоящих двигателей современности- среди молодёжи. С помощью неологизмов мы с лёгкостью можем пополнять наш лексикон эмоционально-окрашенными словами.

1. Кроме личностных мотивов использования англицизмов, таких как, престижность и красивое звучание, существует и более весомая и конкретная причина.

Иногда, в силу разнообразия оборотов и исключений в русском языке, наиболее простым способом выразиться будет использование неологизма. Иноязычные слова обычно и становятся популярными, так как имеют намного большую конкретность. Иногда сложный оборот или сложнообразованное слово можно заменить одним простым и, к тому же, престижным заимствованным выражением.

1. К сожалению, сегодняшний русский язык часто сталкивается с неимением некоторых терминов.

Сегодня нередкой является ситуация отсутствия соответствующих наименований. По исследованиям учёных, около 15 % нововведённых слов приходится именно на отсутствующие определения в русском языке [8].

Поскольку проблемой нашей работы является слишком частое употребление неологизмов и потеря индивидуальности русского языка, следует исследовать классификацию англицизмов на оправданные и неоправданные.

Проблемой для русского языка сегодня предстают неоправданные англицизмы. К таковым относят те неологизмы, которые используются не совсем рационально, поскольку имеют идеально подходящий аналог в русском языке, с тем же смысловым наполнением. К примеру, для того чтобы показать свою образованность или статус, люди начинают использовать ничем неоправданное изобилие нововведённых терминов, хотя в русском языке эти слова существуют уже очень много лет и имеют те же значения. Или же, в силу своей распространённости в обществе и популярности в использовании, люди просто стали забывать о русских изначальных словах, так как находятся под влиянием постоянно звучащих англицизмов. К примеру, как часто вы говорите слово «ресепшн» вместо «приёмной»? Или же, как часто в фильмах можно услышать слово «киллер» вместо «убийца»?

К счастью для индивидуальности и самобытности русского языка, существует хорошо закрепившееся мнение о действительной проблеме сильно распространившихся неологизмов, на данный момент даже ввёлся закон о запрете использования англицизмов, если в русском языке существует аналог с идентичным значением- «28 фераля президент России Владимир Путин подписал закон о госязыке, регулирующий употребление иностранных слов. Согласно нему, при использовании русского языка как государственного недопустимо применение иностранных слов, за исключением не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке, которые зафиксируют в нормативных словарях [4].

К оправданным же относятся те нововведённые термины, которые по истине наполняют и окрашивают русский язык, а не засоряют его. Это те сова, которые невозможно или очень маловероятно заменить русским аналогом.

Одной из задач нашего исследования является выявление самых используемых англицизмов в СМИ, а также в разговорной речи обучающихся Луганской гимназии № 36 имени маршала Г.К.Жукова.

Для примера исследования англицизмов в СМИ в нашем исследовании был взят канал «Россия 1» - программа «60 минут». На рассмотрение было взято именно политическое ток-шоу, поскольку политология изначально подразумевает собой обзор положения на международной мировой арене, что предполагает использование широкого спектра различных неологизмов. Анализируя все озвученные англицизмы, их можно разделить на две группы: экономическая и политическая.

В последнее время информационная среда захватила все области жизнедеятельности людей, а потому, появилась тенденция к фальсификации многих документов, фактов и тд. Исходя из этого, по личным подсчётам, самым употребляемым словом за программные 60 минут, является неологизм «фейк» - повторялся 38 раз, далее следует «оппозиция»- 25 раз, «лидер» - 11 раз, «парламент»-26 раз и «саммит»-29 раз. Говоря об экономической сфере, можно отметить гораздо меньшее число используемых англицизмов, а именно: «бизнес» - 15 раз и «бизнесмен» - 11 раз. Таким образом, подытоживая данный анализ, стоить сказать, что англицизмы в столь обширных способах влияния на общество, как государственный канал, имеют всё тот же характер необходимости, так как является практически связующей гранью в международных отношениях.

Проводя исследование в менее обширных границах распространения неологизмов, был организован социальный опрос в Луганской гимназии № 36 имени маршала Г.К.Жукова среди обучающихся 9-11 классов. В ходе данного эксперимента были опрошены дети возрастом от 14ти до 17ти лет. Ученикам был задан вопрос о том, каким самым популярным является английское разговорное слово в их среде общения. Самыми употребляемыми стали слова «Hi!» (от англ. Привет!) и «Оk» (от англ. Всё отлично). Также к наиболее употребляемым можно отнести уже, как заявляют сами школьники, совершенно обыденные и родные им слова: «креатив», «СМС», «супер», «респект», «бренд», «тренд», «дизайн» и тд. (*приложение 2*). Как заявляют сами учащиеся гимназии, англицизмы в их речи – дело влияния сети интернет, они считают их популярными и очень престижными.

Исходя из вышеуказанного эксперимента следует отметить, что для современного общества очень важно хорошо знать не только родной язык, но и быть неплохо знакомым с иностранной культурой, так как для представителей молодёжи звучит достаточно важным факт общей развитости и он же, конечно, даёт личную возможность в два, а то и в три раза намного лучше взаимодействовать и коммуницировать с разными людьми в обществе.

**ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ**

Анализируя всё вышесказанное следует указать, что явление англицизма нашло своё огромное применение в абсолютно всех сферах жизнедеятельности человека. Неологизмы пришедшие в русский язык из английской культуры охватили огромные территории областей от спорта до политики и от моды до экономики, при этом они имеют абсолютно разное процентное соотношение: интернет – 27%, политика -18 %, наука и техника- 15 %,культура- 12%, бытовая сфера, экономика- 11%, названия профессий-6%. Также нельзя не отметить, что англицизмы в русском языке это результат модернизации, эволюции и развития всех областей жизни общества в разных направлениях.

Во второй главе также были рассмотрены самые главные причины заимствования слов из других культур в отечественную. Ими являются:

1. Отсутствие русских аналогов.
2. Престижность английской культуры.
3. Красивое звучание.
4. Простота использования.

В данной главе также было проведено исследование двух сфер, в которых плотно используются англицизмы: СМИ и опрос в Луганской гимназии № 36 имени маршала Г.К.Жукова. Данные два рассмотрения дали возможность к анализу показателей абсолютно разных областей применения неологизмов. Исследование показало, что самой наиболее часто употребляемой сферой в СМИ является политическая и она имеет характер вынужденного присутствия в силу своей специфики. А исследование среди школьников показало, что в разговорной речи наибольшую популярность имеют англицизмы, направленные на упрощённую речь и её наиболее популярные и используемые обороты. Этот анализ показал, что среди молодёжи неологизмы играют роль показателя статуса человека и его развития и образования.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В конце прошлого столетия, когда укрепилась социально- политическая и, в некотором смысле, культурная доминантность англо-американской нации, русский язык захлестнул усиленный поток англицизмов, которые очень быстро закрепились в тогдашней лексике и, до сих пор, имеют сильное влияние на индивидуальность русского языка. На сегодняшний момент отечественный язык переполнен иноязычными единицами, вследствие чего теряется его самобытность. Проблема данной темы имеет очень большое значение для нашей страны, следовательно имеет смысл факт нахождения решения этого вопроса. Сегодня англицизмы представляют собой самобытную единицу и хорошо развитую систему в русском языке. В разговорной речи вы можете узнать их по постоянно повторяющимся гласным «е», «э»; а также окончаниям на «дж», «г», «инг» и тд.

Следуя классификации лингвиста Крысина, выделяются следующие их виды: прямые заимствования, гибриды, кальки, иностранные вкрапления, экзотизмы, композиты, жаргонизмы.

А также, следуя учёному Дъякову, существует точная классификация англицизмов по сферам их употребления: СМИ, наука и техника, политика, бытовая сфера речи, культура, спорт и мода.

Анализируя все виды и количество сфер употребления англицизмов, можно сделать вывод о том, что данные неологизмы получили огромную нишу в русском языке, поскольку смогли стать его независимой единицей и самостоятельно развиваться.

Для исследования влияния англицизмов в русском языке на личном примере к анализу приводилось политическое ток-шоу и устный опрос учащихся Луганской гимназии №36 имени маршала Г.К.Жукова. По итогам данного исследования подтвердилась предложенная нами гипотеза- употребление англицизмов в русской речи не всегда оправдано. В политическом ток- шоу неологизмы имеют роль всё- же вынужденной терминологии, так как это предусматривает сфера политологии, но говоря о разговорной речи обучающихся нашей гимназии, стоит отметить особое отношение к данным словам. Как заявляют дети, эти неологизмы стали для них чем-то обыденным и это ставит под угрозу индивидуальность нашего русского языка. Для предотвращения излишнего влияния неологизмов на отечественный язык на государственном уровне существуют поправки в Федеральный закон о государственном языке и его индивидуальности. А на уровне личного пользования необходимо просто лишний раз контролировать свои высказывания и использовать наиболее подходящие синонимы, которые прекрасно заменят англицизмы. Для предотвращения проблемы поиска этих синонимов, предоставляем вам продукт нашей работы – словарь синонимов (см. *Таблица 2*).

Таким образом, все исследуемые нами пункты работы рассмотрены, в конце остаётся лишь сказать, что данная работа направлена скорее на теорию более положительного влияния неологизмов на русский язык, поскольку они являются хорошим дополнением нашего языка, к тому же дают больше возможностей коммуницировать с более широким кругом людей.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Бельчиков Ю.А. Интернациональная терминология в русском языке. М., 1959.
2. Валгина, Н. С. Активные процессы в современном русском языке : учебное пособие / Н. С. Валгина. – М. : Логос, 2001. – 304 с.
3. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке // Язык и культура. Новосибирск. 2003. – С. 35-43
4. Закон о государственном языке РФ htt ps://www.newsler.ru/society/2023/03/07/nikakih-negativnyh-posledstvij-ozhidat-ne-stoit-ekspert -rasskazal.
5. Крысин, Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке / Л. П. Крысин. – М. : Просвещение, 1968. – 325 с.
6. Толковый словарь Ожегова онлайн. // Общероссийский информационный ресурс. [Электронный ресурс].- <https://slovarozhegova.ru/>
7. Толковый словарь Даля.// Общероссийский информационный ресурс. [Электронный ресурс].- <https://gufo.me/dict/dal>
8. // Общероссийский информационный ресурс. [Электронный ресурс].- <http://univers-plus.ru/files/1/1/2/1125/Na%20peresech_2020_3/003_%D0%90%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B0.pdf>

|  |  |
| --- | --- |
| **Сферы употребления англицизмов**  | **Процентное соотношение, %** |
| СМИ и интернет | 27% |
| Наука и техника | 15% |
| Бытовая сфера общения | 11% |
| Спорт | 11% |
| Экономика и бизнес | 11% |
| Политика | 8% |
| Культура | 6% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Англицизм**  | **Английское слово**  | **Русский синоним**  |
| Автокар  | Car | Машина  |
| Аутсайдер  | Outsider  | Неудачник  |
| Бестселлер  | Bestseller  | Хорошо продающаяся книга  |
| Бизнесмен | Businessman  | Предприниматель  |
| Блог | Blog  | Дневник в интернете  |
| Гейм | Game | Игра  |
| Голкипер  | Goalkeeper  | Вратарь  |
| Дайвинг  | Diving  | Подводное плавание  |
| Дилер | Dealer | Представитель  |
| Имидж  | Image | Образ |
| Кастинг | Casting  | Подбор актёров |
| Копирайтер  | Copywriting  | Автор рекламных текстов |
| Лейбл | Lable | Этикетка |
| Логин | Login | Имя пользователя |
| Лузер  | Looser  | Неудачник  |
| Маркет  | Market | Рынок  |
| Масс – медиа  | Mass Media  | СМИ |
| Менеджер  | Manager  | Управляющий  |
| Миллениум  | Millennium  | Тысячелетие  |
| Никнейм  | Nickname  | Имя, прозвище  |
| Овертайм | Overtime  | Дополнительное время  |
| Офлайн  | Offline  | Вне сети  |
| Пазл | Puzzle | Загадка  |
| Паркинг | Parking | Автостоянка |
| Постер | Poster | Плакат |
| Презент  | Present  | Подарок  |
| Ресепшн  | Reception  | Приемная  |
| Секьюрити  | Security  | Охрана  |
| Сэндвич  | Sandwich  | Бутерброд  |
| Тинейджер  | Teenager | Подросток |
| Уик-энд | Weekend  | Выходные  |
| Хенд- мейд | Handmade  | Сделанный руками  |
| Юзер | User  | Компьютерный пользователь  |

*Таблица 2.*