**Англоязычные заимствования и их влияние на культурную жизнь и языковое поведение молодёжи**

**Свиридова Валерия, студентка 103 группы**

**Деркач Ирина Сергеевна,** преподаватель иностранных языков

 ГАУ АО ПОО «Амурский медицинский колледж»

# ****Введение****

 Я не считаю хорошим и пригодным иностранные слова, если только их можно заменить чисто русскими или более обруселыми. Надо беречь наш богатый и прекрасный язык от порчи. - *Н. Лесков*

   Обогащение словарного запаса русского языка происходит постоянно. Одним из способов его пополнения является заимствование иностранных слов преимущественно из английского языка. В настоящее время наблюдается небывалый приток иноязычной лексики во всех областях нашей жизни: политика, наука и техника, культура и туризм. Увлечение англицизмами стало модной тенденцией, которая обусловлена некоторыми убеждениями, созданными в молодежном обществе. Таким убеждением является представление о том, что уровень жизни в западных странах, в частности в Америке, намного выше, чем в России. Русская молодежь пытается всеми силами приобщиться к идеализированной американской культуре и стилю жизни, употребляя в речи сленгизмы английского происхождения. Данная работа посвящена анализу заимствованных слов из английского языка и их влияние на языковое поведение молодежи.

**Цель исследования:**

Изучить процесс заимствования английских слов и их влияние на языковое поведение молодежи.

**Задачи:**

1. Познакомиться со способами заимствования.
2. Определить причины англоязычных заимствований в русский язык.
3. Составить словарь англоязычных заимствований.
4. Составить словарь терминов, используемых в проекте.

**Предмет исследования:**

  Заимствованные англицизмы в современном русском языке.

**Методы исследования:**

1. **Изучение и анализ литературы, сети Internet.**
2. **Анкетирование студентов.**
3. **Анализ полученных данных.**

**Актуальность:**

 Англоязычные заимствования – одно из составляющих процесса развития языка, его пополнения, его многообразия. Язык не может стоять на месте или развиваться сам по себе. Молодое поколение не может оставаться в стороне от этого процесса, а является одним из его участников. Проблема состоит в том, что с одной стороны появление новых слов расширяет словарный запас носителей русского языка, а с другой -  утрачивается его самобытность и  неповторимая красота.

**Гипотеза:**

Англоязычные заимствования оказывают влияние на культурную жизнь и языковое поведение молодежи.

# ****Способы заимствования****

1. **Прямые заимствования**. Слово встречается в русском языке приблизительно в том же виде и в том же значении, что и в языке – оригинале. Это такие слова, как  уик-энд –  выходные; мани – деньги.
2. **Гибриды.** Данные слова образованы присоединением к иностранному корню русского суффикса, приставки и окончания. В этом случае часто несколько изменяется значение иностранного слова – источника, например: аскатьот английского to ask – просить, бузить от busy – беспокойный, суетливый.
3. **Калька.** Слова, иноязычного происхождения, употребляемые с сохранением их фонетического и графического облика. Это такие слова, как  меню, пароль, диск, вирус, клуб.
4. **Полукалька.** Слова, которые при грамматическом освоении подчиняются правилам русской грамматики  (прибавляются суффиксы). Например: драйв – драйва (drive) «Давно не было такого драйва» – в значении «запал, энергетика».
5. **Экзотизмы**. Слова, которые характеризуют специфические  национальные обычаи других народов и употребляются при описании нерусской действительности. Отличительной особенностью данных слов является то, что они не имеют русских синонимов. Например: чипсы(chips), хот-дог (hot-dog),  чизбургер (cheeseburger).
6. **Иноязычные вкрапления**. Данные слова обычно имеют лексические эквиваленты, но стилистически от них отличаются и закрепляются в той или иной сфере общения как выразительное средство, придающее речи особую экспрессию. Например:  о’кей (ОК); вау (Wow).
7. **Композиты.** Слова, состоящие из двух английских слов, например: секонд-хенд – магазин, торгующий одеждой, бывшей в употреблении; видео-салон –  комната для просмотра фильмов.

# ****Причины заимствования****

  Пути  и способы заимствования из английского языка весьма разнообразны, но все они сводятся к тому, чтобы приспособить английское слово к российской действительности и сделать его пригодным для постоянного использования.

 Уже стало привычным, что в нашей речи появляются новые слова и их можно услышать практически во всех сферах деятельности. Ученые выделяют несколько факторов, влияющих на развитие и пополнения сленга, а, следовательно, и несколько сленговых групп:

**Развитие компьютерных технологий и социальных сетей**, которые пользуются популярностью среди представителей молодежи, безусловно, влияет на состояние сленга. IT-термины прочно вошли в нашу жизнь: *user — юзер, gamer — геймер*, *login — логин, e-mail-имейл*, *computer- компьютер,* *notebook- ноутбук*, *mobile- мобильный,* *scanner- сканер, printer- принтер, organize- органайзер, keyboard- клавиатура*, *monitor- монитор*. Некоторые сленгизмы вошли в лексикон русского человека сравнительно недавно. Примером может служить слово *контра* — сокращенное название компьютерной игры Counter Strike. *Он полный чайник в контре —*т. е. он плохо играет в компьютерную игру. Сленговые выражения не всегда заимствуются в исходном варианте. Некоторые сленгизмы образуются путем слияния двух и более слов, например, мы получили слово *копипастить*, которое означает копировать информацию, в основном компьютерную, без изменения, зачастую выдавая ее за свою. Оно образовалось путем соединения слов *copy* (копировать) и *paste* (вставлять). *Студент скопипастил доклад из интернета* — т. е. текст доклада полностью совпадает с текстом, размещенном на каком-либо сайте.

**Современная музыкальная и «клубная» культура,** а также киноиндустрия оказывают непосредственное влияние на жизнь молодых людей. К этой группе относятся такие слова, как *release — релиз*, *playlist — плейлист*, *remake — ремейк*, *face-control — фейс-контроль*. Некоторые англицизмы подверглись сокращению и перешли в сленг русской молодежи в сокращенном виде, например, слово *шоубиз* (от англ. *show-business*).

**СМИ и телевидение** являются неотъемлемой частью жизни молодежи и, следовательно, влияют на состояние сленга. Благодаря средствам массовой информации вокабуляр пополнился такими словами, как *prime-time — прайм-тайм*, *talk-show — ток-шоу*, *image-maker — имиджмейкер*.

**Названия популярных видов спорта** также заимствуются русским языком. Данная группа включает в себя следующие заимствования: *fitness — фитнес*, *bodybuilding — бодибилдинг*, shaping*— шейпинг*. Массовое использование приведенных сленговых единиц в речи русской молодежи обусловлено тем, что набирает популярность и все большее количество поклонников так называемый «культ красивого тела», широко пропагандируемый на Западе.

**Производственные термины,** внедряемые работниками различных сфер профессиональной деятельности: *marketing — маркетинг*, *leasing — лизинг*, *broker— брокер*, *manager — менеджер*, *promoter — промоутер*. Причем, некоторые молодые люди, употребляя в своей речи англицизмы, делают ошибки, например, ставят ударение в слове маркетинг на второй слог.

**Развитие сетей быстрого питания с**тало причиной появления некоторых сленгизмов, таких как *fast-food — фаст-фуд*, *cheeseburger — чизбургер*, *hot-dog — хот-дог*. Тенденция широкого употребления подобных слов в русской речи берет свое начало еще в 90 гг. в связи с открытием первых магазинов быстрого обслуживания. Сленгизмы этой группы также подвергаются сокращению: *макдак* (от англ. *McDonald`s*).

**Подражание образу жизни американской и английской молодежи** послужило стимулом к появлению самой многочисленной сленговой группы. В нее входят следующие слова, которые употребляются русской молодежью в повседневном общении и в стандартных бытовых ситуациях: *boy-friend — бойфренд*, weekend*— уикенд*, *party — пати*, *looser — лузер*, *baby — бейби*, *go — гоу*. Некоторые из этих сленговых единиц уже не расцениваются как сленг вовсе, так как они прочно вошли в нашу жизнь и, как следствие, в наш словарный запас.

Заимствования из иностранных языков, а в частности, из английского, традиционно делят на две группы. Первая группа включает в себя слова, заимствованные по причине **отсутствия их эквивалентов в русском языке**. Прежде всего, это слова и выражения, связанные с компьютерной техникой и IT-технологиями (*file — файл*, *site — сайт*). Названия бытовых приборов, которые на момент своего распространения в России относились к категории сленга (*toaster — тостер*, *blender — блендер*). К данной группе причисляют и спортивные термины, и названия некоторых видов спорта (*bowling — боулинг*, *diving — дайвинг*).

К другой группе относятся англицизмы, **имеющие синонимы в русском языке.** Примерами данного вида заимствований могут служить слова, связанные с музыкальной культурой, СМИ и телевидением: *«хит» (hit)* вместо «популярная песня», *«постер» (poster)* вместо «плакат, афиша», *«секьюрити» (security)* вместо «охрана».

Заимствование англицизмов из второй группы создает в русском языке лексическую избыточность и, как правило, один из синонимов закрепляется в языке, а другой выходит из употребления. Молодежь чаще использует в своей речи заимствованные слова, а русский эквивалент забывается. Немотивированно употребляемые слова английского происхождения нередко становятся агнонимами, т. е. зачастую являются непонятными для большинства носителей языка. Это явление приводит к «засорению» родного языка. Обидно, что заимствования становятся более популярными, чем их исконно русские аналоги. Чрезмерное использование слов иностранного происхождения ведет к потере интереса к русскому языку и к русской культуре. Существует мнение, что употребление иностранного слова, когда есть равносильное ему русское слово, является, в первую очередь, неуважением к собственному языку.

Однако, заимствования из первой группы, не имеющие синонимов в русском языке, не «засоряют», а, напротив, обогащают наш язык, делая его приближенным к современной действительности.

# ****Исследования отношения молодежи к использованию англицизмов в русском языке****

Как известно, доминантой языка молодежи является разговорный стиль, устная форма языка. Идеалами «хорошей речи» служат оригинальность, комизм, эпатаж, языковая игра. При этом субъектом речи выступает молодежь: школьники, студенты, творческая молодежь, молодые специалисты. Усиление информационных потоков, появление глобальной компьютерной сети интернет, развитие мирового экономического рынка, международного туризма, культурных связей – все это привело к появлению новых заимствованных слов, которые очень привлекают молодежь.

  Рассуждая о нынешней ситуации, многие филологи и лингвисты отмечают, что интенсивность заимствования чужеродной лексики достигла угрожающих темпов. Особую озабоченность вызывает тот факт, что в повседневной речи русскоговорящей молодежи все чаще и чаще встречаются заимствованные из английского сленга и их производные. Молодым людям легче выразить свои мысли и чувства при помощи средств иностранного языка. Быть может, впервые за тысячелетия существования русской нации возникло реальное разделение отцов и детей.

Заимствования в своей речи активно используют практически все люди. Большая часть населения нетерпимо относится к частому употреблению англицизмов, но все же их использует в своей повседневной речи.

В процессе своей работы я составила словарь терминов, используемых в работе (См. Приложение №1) и задалась таким вопросом: как же реагирует общество, окружающее меня, на такое засилье англицизмов в русской речи?

Пользуясь информацией из сети интернет, я составила словарь англицизмов (См. Приложение №2) по следующим направлениям: "Еда", "Мир бизнеса", "Спорт", "IT - сфера", "Сфера быта".

Чтобы проследить отношение учеников к тому, что они употребляют так много заимствованных англицизмов, я попросила их принять участие в анкетировании. Из моего словаря я взяла список распространенных слов среди старшеклассников, студентов и включила незнакомые слова из сферы бизнеса. Затем попросила учеников нашей школы объяснить их значение, проведя анкетирование (См. Приложение№3) Результат получился следующий:

Мною было проведено анкетирование. 43 подростка в возрасте 15-16 лет приняли участие в анкетировании. Им были предложены 2 анкеты. На первый вопрос: "Пользуетесь ли Вы англицизмами в повседневной жизни?" 100% опрощенных ответили "Да".

Далее я предложила объяснить значения либо возможный перевод определенных слов. Результаты получились следующие.

100% опрошенных знают, что такое хот-дог, чипсы, кликать.

80% опрошенных точно определили значение слов панкейк и дедлайн.

70% связали слово бренд с модой, модной маркой.

44% дали четко слово инвестор, ноу-хау.

28% опрошенных четко дали определение слово менеджмент.

25% связали слово маркетинг с рекламой и только 5%(2 человека дали четкое определение).

Предлагая ребятам дать определения следующих слов, я была уверенна, что они ответят 100% правильно, но лишь 28% правильно дали значение слов блог, логин, трафик.

91% верно дали значение слова скриншот.

81% опрошенных дали верное значение слова хакер.

К сожалению, мало ребят знают значения слов из темы спорт, хотя многие им увлекаются. 5 % опрошенных знают значение слова форвард, пенальти, фитнес, бодибилдинг.

Проанализировав данные анкеты № 1, можно сделать вывод:

1. Ребята хорошо разбираются в словах, связанных с темой «Еда","It-сферы".
2. Достаточно хорошо разбираются в сфере менеджмента и маркетинга
3. Плохо разбираются в теме "Спорт".

Я предложила так же ребятам Анкету №2, где они подчеркнули слова, которыми они пользуются в повседневной жизни, и обвели те, значение которых до конца недопонимают.

100% не знают слов эскалация, деструктивный, импичмент, саммит. Это говорит о том, что подростки пока не интересуются политикой.

Ребята подчеркнули некоторые слова (пенальти, ремейк. кемпинг, саундтрек) и одновременно их обвели в кружок. Они недопонимают их значение, но пользуются ими, просто отдавая дань моде.

Остальные слова ребятам знакомы, но не всегда они могут привести русские эквиваленты. Поэтому в помощь мною был составлен словарь англицизмов.

# ****Выводы****

Многие люди обладают недостаточными познаниями в области английского языка, что затрудняет понимание речи, наполненной англицизмами.

Увлечение англицизмами стало своеобразной модой среди молодого поколения, оно обусловлено созданными в молодежном обществе стереотипами, идеалами.

Молодые люди, владеющие иностранным языком, употребляя англицизмы, подчеркивают уровень своей информированности, свое превосходство над остальными, отдавая порой просто дань моде. К сожалению, не всегда понимая значения этих слов.

  Таким образом, подтверждена гипотеза: действительно, англоязычные заимствования оказывают влияние на культурную жизнь и языковое поведение молодежи.

Язык - это самоочищающаяся система, и, как показывает история языка, все заимствованные сверх нормы слова исчезнут через некоторое время.

Необходимо не следовать слепо западной моде, а использовать английские слова, когда это нужно.

Хотелось бы обратить внимание на **позитивные черты процесса заимствования англицизмов:**

* Возможность общаться с другими людьми;
* Узнать другую культуру;
* Возможность получить работу в другой стране

**Отрицательные черты процесса заимствования англицизмов:**

* Возможность потерять ценности родного языка;
* Забыть родную культуру в погоне за западными ценностями.

#

# Библиография

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка: Ок. 57000 слов/Под ред.чл.-корр.АН СССР Н.Ю.Шведовой. - 18-е изд., стереотип. - М.: Рус.яз, 1987.-797с.
2. Русский язык.7 кл.: учеб.для общеобразоват учреждений/М.М.Разумовская, С.И. Львова, В.И.Капинос и др.; под ред. М.М. Разумовской, П.А.Лекитанта.- 13-е изд., стереотип. - М.: Дрофа, 2009. -316с.
3. Русский язык: 10-11 кл.: учеб. Для общеобразов. eчреждений/ В.Ф. Греков, С.Е.Крючков, Л.А. Чешко. – М.: Просвещение, 2008.\_ 368с.- ISBBN 978-5-09-019868-4.
4. Словарь иностранных слов. -14-е изд., -М.: Рус. С 48 яз.., 1987. - 608 с.