МАОУ г. Рязани «Школа № 47»

» Исследовательская работа по теме:

«Использование англицизмов

в рекламе и названиях учреждений

Константинова Софья

МАОУ «Школа №47»

9 А класс

**Руководитель**:

Копцева И.К.

учитель английского языка

2023/2024 учебный год

Оглавление

Введение…………………………………………………………………… 3

Глава 1. Использование англоязычных слов в русском языке………….5

1.1 Причины внедрения англоязычных заимствований………………...5

1.2 Оправданность использования англицизмов. Англицизмы и варваризмы………………………………………………………………….5

Глава 2. Использование английских слов в рекламе и названиях учреждений г. Рязани………………8

Заключение………………………………………………………………..10

Литература………………………………………………………………...11

Приложение 1

Приложение 2

Приложение 3

**Введение**

Язык является отражением всех процессов, происходящих в обществе. В условиях всемирной глобализации, не вызывает сомнений тот факт, что английский язык, являясь признанным международным языком в разных сферах деятельности человека, оказывает влияние на развитие других языков, в том числе и на русский язык.

Это исследовательская работа, в которой мы рассматриваем взаимодействие английского и русского языков. В своей работе мы исследовали англицизмы, активно употребляемые многими носителями русского языка.

***Актуальность*** данного исследования заключается в том, что изучается особенность употребления английских слов и словосочетаний, активно используемых в городской рекламе и названиях учреждений, но не всегда понятных для жителей нашего города.

***Практическая ценность*** работы состоит в возможности использования материала и результатов данного исследования на уроках английского и русского языка, а также при дальнейшем исследовании взаимодействия русского и английского языков.

***Цель*** нашего исследования – выявление степени употребления и возможных причин использования английских слов в городской рекламе и названиях учреждений г. Рязани.

***Задачи исследования:***

* в рамках нашего исследования провести наблюдение и выявить английские слова, употребляемые в городской рекламе и названиях учреждений города, сравнить и классифицировать их;
* провести социологический опрос и выявить отношение жителей нашего города к этой проблеме;
* по результатам опроса определить возможные причины использования английских слов в городской рекламе и названиях учреждений нашего города;
* обобщить результаты исследования и сделать выводы.

***Гипотеза исследования***: Английские слова и словосочетания интенсивно используются в городской рекламе и названиях учреждений г. Рязани. Чаще всего использование этих слов излишне.

***Методы исследования:***

* изучение и анализ литературы по теории вопроса
* наблюдение
* метод систематики и классификации
* социологический опрос
* обобщение

***Предмет исследования****:* лексические единицы английского происхождения.

**О*бъекты исследования****:* реклама в средствах массовой информации (газетах, ТВ, на Интернет-порталах) и названия учреждений г. Рязани.

***Ход исследования:***

1. Изучить литературу по вопросу факторов, влияющих на интенсивность процесса употребления английских слов.
2. Провести наблюдение, выявить английские слова, употребляемые в городской рекламе и названиях учреждений города, классифицировать и сравнить их.
3. Провести социологический опрос и выявить отношение горожан к использованию английских слов и возможные причины их популярности.
4. Проанализировать полученные результаты и сделать выводы.
5. Подтвердить или опровергнуть гипотезу

**Глава 1** Использование **англоязычных слов в русском языке**

Для ознакомления с данной темой мы изучили работы таких авторов как М. А. Брейтер, Л. П. Крысин, А.И. Дьяков, а также статьи преподавателей английского языка и филологов, представленные на сайтах:

http://www.filologia.su/anglicizmy

http://www.study-english.info/article024.php

http://www.philology.ru/linguistics.htm

http://www.ruscenter.ru/624.html

**1.1 Причины внедрения англоязычных заимствований**

Существуют разные причины активного внедрения англицизмов в русский язык:

Внутриязыковые причины:

- заимствование уже существующего названия вместе с заимствуемым понятием и предметом;

- замена описательного оборота в русском языке, более коротким и удобным англицизмом;

Внешние причины:

- интеграция России в мировое сообщество и процесс глобализации;

- активизация связей с Западом в области культуры, науки, экономики, спорта, торговли, моды, музыки, туризма и т.д.

Социально-психологические причины:

-восприятие некоторыми людьми иноязычного слова как более престижного, "ученого", "красиво звучащего";

-желание подражать авторитетному человеку, употребляющему англицизм в своей речи.

**1.2 Оправданность использования англицизмов. Англицизмы и варваризмы**

Возникает вопрос: *Всегда ли использование слов английского происхождения оправдано? Какие слова действительно необходимы, а какие излишни?*

Заимствования неоднородны по своему составу. Среди них выделяются слова, которые пришли в язык из другого языка как наименование нового предмета, новой реалии, или являются словами — терминами, имеющими интернациональный характер. Но, очень часто в языке появляются слова, в которых нет необходимости, т.к. они имеют полноценный эквивалент в русском языке.

Е. Маркова пишет в своей статье «О неологизмах англоязычного происхождения в современном русском языке» о таких словах:

… Их проникновение в язык создаёт лексическую избыточность и может мешать пониманию смысла. Наличие лексических дублетов, „своего“и „чужого“ наименования, устраняется с течением времени: один из них утверждается в активном составе языка (в результате наиболее частого его употребления), а другой отходит на периферию языковой системы... Сейчас такие слова активно употребляются в средствах массовой информации, в языке многочисленных реклам….. Употребляемые немотивированно слова английского происхождения часто являются агнонимами (т. е. словами, значение которых непонятно, неизвестно большинству носителей языка). Зачастую они требуют специальной расшифровки, семантизации средствами родного языка…[6]

А.И. Дьяков разделяет английские заимствования на слова, которые могут быть заимствованы русским языком и «варваризмы», чуждые, механически перенесенные в русский язык английские слова.

В своей статье он рассматривает предпосылки заимствования, сформулированные Ю.С. Сорокиным, как условия существования заимствованных слов в отличие от варваризмов:

1. Формальная приспособленность слова к нормам языка, то есть к его звуковой и морфологической системе: дилер (-а, -у), дилерский (-ого, -ому, -их).

2. Широкое употребление слова в речи, в разных стилях, у разных авторов.

3. Появление у иноязычного слова производных и подчинение его словообразовательным законам усвоившего языка: спонсор – спонсорство, брокер – брокерша, парк – парковка – припарковаться.

4. Дифференциация значения английского заимствованного слова и его ближайших синонимов: презентация – представление, имидж –образ – подобие и т.п.

Все перечисленное не характерно для варваризма.

Варваризмы — слова иноязычного происхождения, употребляемые с сохранением их фонетического и графического облика.

Подобными словами – варваризмами пестрят вывески и рекламные щиты, их можно встретить на страницах газет и услышать в ТВ рекламе.

Реклама является источником проникновения в русскую речь все новых и новых иноязычных слов. Основной целью рекламы является привлечение внимания потребителя. Именно для этой цели характерно использование оригинальных и экзотических наименований с использованием английских слов.

Изучив теоретический материал по теме исследования, мы сделали следующие выводы:

***Существуют разные причины заимствования английских слов.***

***В зависимости от причин, использование англицизмов может быть оправданным и неоправданным.***

***Среди английских слов, употребляемых в русском языке, есть слова, которые могут быть заимствованы и варваризмы.***

***Варваризмы часто употребляются в рекламных текстах и названиях.***

**Глава 2**. **Использование английских слов в рекламе и названиях учреждений г. Рязани**

Следующим этапом после изучения литературы по данной теме стало наблюдение. Объектом наблюдения стали названия городских учреждений,

городские газеты «Панорама города и «Городские вести», местная реклама на канале ТНТ, городские Интернет–порталы , группы в контакте, сайт ТРК Ока.

Цель наблюдения - выявление употребления английских слов. Наблюдение показало, что английские слова и словосочетания активно используются в городской рекламе и в названиях учреждений нашего города.

Всего мы выявили 72 случая употребления англоязычных наименований на улицах города и в местных СМИ.

Больше всего английские слова используются в сфере услуг, т.е. в названиях магазинов, салонов, ресторанов и т.п.

После проведенного наблюдения, мы систематизировали и классифицировали полученный лексический материал.

**(Таблица представлена в приложении 1)**

Все слова и словосочетания разделили на три группы:

1. слова-варваризмы, т.е. слова, употребляемые с сохранением их фонетического и графического облика
2. словосочетания английское слово + русское слово
3. слова с использованием транслитерации

**Полученные результаты мы представили в диаграмме 1 (приложение 2)**

**74% слов являются варваризмами**

**11% - словосочетания русское слово + английское слово**

**15% - слова с использованием транслитерации**

Далее мы проанализировали названия с точки зрения их лексического значения и выявили, что большая часть названий несет отпечаток благополучной жизни и процветания. В названиях используются такие слова как красота, стиль, очарование, блеск, золото, любовь, мода и др.

Следующим этапом нашего исследования стал социологический опрос, в котором приняли участие 50 человек. Это люди разного возраста, социального статуса, с разным кругом интересов, единственное, что их объединяет – все они жители нашего города.

Результаты опроса должны были выявить следующие показатели:

* понятность используемых слов
* отношение горожан к использованию английских слов в городской рекламе и названиях учреждений
* возможные причины их использования

**Полученные результаты мы представили в диаграммах 2-4**

**(приложения 2-3)**

Проанализируем результаты опроса:

Используемые английские слова:

понятны для 38%

непонятны для 20%

не всегда понятны для 42% опрошенных.

50% горожан отрицательно относятся к использованию иноязычных названий

32% нейтральны и 18% относятся положительно.

Среди возможных причин использования английских слов, опрошенные горожане выбрали следующие:

52% - использование английских слов в названиях привлекает потребителей, т.к. несет отпечаток красивой жизни и материального благополучия

32% - использование таких слов – дань моде

10% - английские названия более благозвучны

10% - английские названия более престижны

8% указали свои причины, среди которых:

английские названия выглядят лучше

английские названия содержат в себе загадку

английские названия употребляются в компьютерной системе

английский язык является международным и такие названия необходимы для иностранцев.

Проанализировав результаты нашего исследования, мы сделали следующие выводы:

***Английские слова интенсивно используются в городской рекламе и названиях учреждений г. Рязани.***

***Большинство этих слов варваризмы.***

***Многие из используемых слов имеют полноценные эквиваленты в русском языке.***

***Все выявленные слова используются в сфере товаров и услуг.***

***Использование этих слов обусловлено социально-психологическими причинами.***

***Эти слова не всегда понятны жителям нашего города. Многие из них относятся к этим названиям отрицательно.***

**Заключение**

Интеграция России в мировое сообщество и процесс глобализации, активизация связей с Западом в различных областях жизни, способствуют более интенсивному влиянию английского языка на русский язык и появление в русском языке огромного количества новых слов английского происхождения.

В отличие от англицизмов, которые оправданно используются в речи и со временем становятся частью языка, слова-варваризмы, употребляемые в рекламе, очень часто используются неоправданно, их использование имеет скорее социально-психологические причины.

Нередко подобные слова являются **агнонимами** в русском языке, т.е. словами, значение которых непонятно носителям языка.

Как показало наше исследование, английские слова и словосочетания активно и в большом количестве используются в городской рекламе и в названиях учреждений нашего города.

В основном они употребляются в сфере услуг: в названиях магазинов, салонов, ресторанов и т.п.

В названиях используются слова, несущие отпечаток благополучной жизни и процветания, такие как красота, стиль, очарование, блеск, золото, любовь, мода и др.

Как показали результаты проведенного опроса, такие названия не всегда понятны или непонятны большей части опрошенных горожан. Многие жители нашего города отрицательно относятся к использованию иноязычных слов в названиях учреждений. Анализ возможных причин показал, что чаще всего такие названия используются для привлечения потребителей и как дань моде.

Результаты исследования подтвердили выдвинутую нами гипотезу: английские слова и словосочетания интенсивно используются в городской рекламе и названиях учреждений г. Рязани. Чаще всего использование этих слов излишне.

Результаты, полученные в ходе исследования, используются на уроках английского языка в 8 и 9 классах при изучении темы взаимодействия языков.

**Литература**

1. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов. - Владивосток: изд-во "Диалог".
2. Дьяков А.И. Англоязычные варваризмы в языке города // Лингв. ежегодник Сибири. Вып. 1. Красноярск, 1999. С. 113 - 120.
3. Дьяков А. И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке /Язык и культура. - Новосибирск, 2003. - С. 35-43
4. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца ХХ столетия. - М., 1996.
5. Крысин Л. П. О русском языке наших дней - Изменяющийся языковой мир. - Пермь, 2002
6. Маркова Е. «О неологизмах англоязычного происхождения в современном русском языке» http://www.ruscenter.ru/624.html
7. http://www.filologia.su/anglicizmy
8. http://www.study-english.info/article024.php
9. http://www.philology.ru/linguistics.htm