

ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Шарипова Нилуфар Шахрилло кизи

Преподаватель кафедры узбекского и русского языков БухГПИ

sharipovanilufar721@gmail.com

Файзуллаева Шахноза Хусен кизи

Студентка БухГПИ

Аннотация

Данная статья посвящена исследованию научного процесса проникновения англицизмов в русский язык. Необходимо изучить причины появления и использования таких заимствований, их возможную угрозу для заимствующего языка. Данная тема всегда будет актуальна.

Ключевые слова. Средство массовой информации, русский язык. заимствования, англицизмы, интернет, англицизм

Введение.

Язык пополняется и изменяется при помощи заимствований. Невозможно не согласиться и с утверждением И. Бодуэн де Куртене в работе «О смешанном характере всех языков» «...Нет и быть не может ни одного чистого, не смешанного языкового целого. Смешение есть начало всякой жизни...[1]. Из этого можно сделать вывод что заимствование как процесс присуще любому языку. В своей работе «Языкознание» он пишет, что «с помощью исследования заимствованных слов мы можем с большей точностью делать выводы о культурном влиянии одного народа на другой».

В «Словаре лингвистических терминов» дается такое определение термину: «заимствование – процесс и результат перехода из одного языка в другой слов, грамматических конструкций, морфем, фонем; самый распространенный вид языковых контактов». Из вышесказанного можно сделать вывод: в основном лексическое заимствование- это заимствование лексических единиц языка[2].

Обсуждение и результаты.

Определение для термина «англицизм» дал С.И. Ожегов в своем словаре, где говорится что «англицизмы»- это «слова или обороты речи в каком-нибудь языке, заимствованные из английского языка или созданные по образцу английского слова или выражения»[3].

Прежде чем перейти к самому исследованию рекламных Интернет-

В текстов, нужно определить причины широкого использования англицизмов

рекламе. Использование в русскоязычной рекламе англицизмов объясняются многими факторами:

1. Появление новой терминологии. Быстрое развитие и распространение информационных технологий привело к появлению многих новых предметов, которые требуют нового наименования. Так в язык проникали англицизмы, такие как *ноутбук, диск, байт, сайт, интернет*.

2. Отсутствие соответствующего наименования – более 15% англицизмов проникают в язык из-за отсутствия наименования в языке-рецепторе новому предмету, явлению.

3. Престижность знания английского языка – это дань моде, при которой мы заменяем наши исконные слова на более престижные, модные.

Большой энциклопедический словарь дает такую формулировку термина "заимствование" «переход элементов одного языка в другой как результат взаимодействия языков или сами элементы, перенесенные из одного языка в другой»

Существует несколько способов образования заимствованных из английского языка слов: прямой, гибридный, калька, полукалька, экзотизмы, иноязычные вставки, композиты, жаргонизмы[4].

Проблемой англицизмов является определение того, какие слова можно и нужно называть англицизмами, поскольку после того, как англицизм адаптирован и официально признан, его уже трудно признать таковым.

Л.П. Крысин делит процесс адаптации англицизмов на 5 этапов[5]:

1. иноязычное слово употребляется в том же виде, в каком существует и в своём языке;
2. приспособление слова к системе заимствующего языка;
3. утрата сопроводительных комментариев, то есть носители языка не замечают непривычность иностранного слова;
4. утрата социальных особенностей;
5. закрепление слова в толковом словаре.

Следует обратить внимание на факт, что этапы исторического развития языков отличаются характером тематических групп слов. Во время правления Петра I произошли преобразования в различных сферах, в том числе и в кораблестроении, что привело к появлению в русском языке английской морской терминологии, а также военной лексики. В конце XIX – начале XX века, во время научно-технического развития, заимствуется лексика сферы науки и техники. Рубеж XX–XXI веков отмечен развитием сферы общественной жизни: высокие технологии, экономика, бизнес, компьютерная техника. Именно в этот момент

появляется огромное количество англицизмов, а именно американизмов, результатом чего явилась американоцентричность современной мировой культуры, причём в высшей степени[6].

Заключение.

Современную ситуацию языкового общения в мире можно охарактеризовать как эпоху глобального билингвизма – «родной язык + английский язык». Следует выделить несколько факторов, которые подтверждают мнение некоторых научных деятелей, говорящих об английском языке как о современном лингва франка[7]:

1) стремление государства вступить во всемирное мировое сообщество; «любое государство, стремящееся к модернизации, индустриализации и к тому, чтобы стать технологически конкурентоспособным, должно принимать и использовать информацию, поступающую на английском языке»[8];

Список использованной литературы:

1. Бодуэн де Куртенэ, И. А. Избранные труды по общему языкознанию : в 2 т. / И. А. Бодуэн де Куртенэ. – М. :Изд-во АН СССР, 1963. С12
2. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов . В. Жеребило. – Назрань : Пилигрим, 2010. – 486 с.С68
3. Ожегов, И. С. Словарь русского языка [Текст]. / С. И. Ожегов ; под ред. Н. Ю. Шведовой. – М. : Рус. яз., 1990. – 921 с.С. 2
- Шишло П. А. Англицизмы и их использование в русском языке. С.69
4. Бондарец О. Э. Иноязычные заимствования в речи и в языке: лингвосоциологический аспект/ под редакцией Г.Г. Инфантовой. Изд-во Таганрог: 2008. С. 144
5. Тарасова, М. В. Семантические изменения английских заимствований в русском и немецком языках в условиях глобализации : дис. ... канд. филол. наук / М. В. Тарасова. – Белгород, 2009. – 192 с. С.16
6. Sano, H. The world's lingua franca of science / H. Sano // English Today 72, 2002. – Vol. 18. – № 4. – pp. 45–49.
7. Гейбель, Н. А. Англоязычная лексика в современном русском языке / Н. А. Гейбель // Вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков. – Омск, 2002. – Вып. 4. – С. 17–22.
8. Колесов, В. В. Язык и ментальность / В. В. Колесов. – СПб. : Петербургское востоковедение, 2004. – 240 с.