

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический
университет имени В.М. Шукшина»
(АГГПУ им. В.М. Шукшина)

Факультет иностранных языков
Кафедра германских языков

Использование англицизмов в прессе г. Бийска

Выпускная квалификационная работа

Допустить к защите

Зав. кафедрой _____
« ____ » _____ 20 ____ г.

Выполнил студент
Я-А111 группы
Чебышева Ирина Анатольевна

Научный руководитель:

канд. филол. наук, доцент
Виноградова Н. Г.

(подпись)

Оценка _____
« ____ » _____ 20 ____ г.

Подпись _____
(Председатель ГАК)

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Англицизмы в русском языке.....	6
1.1 Процесс заимствования в языке.....	6
1.2 История и причины заимствования англицизмов в русском языке.....	7
1.3 Особенности использования англицизмов в русском языке.....	9
1.4 Виды англицизмов.....	12
Выводы по первой главе.....	15
Глава 2. Англицизмы в прессе г. Бийска.....	17
2.1. Англицизмы конца XX начало XXI века.....	17
2.2. Англицизмы в прессе г. Бийска.....	21
2.3. Социальная значимость англицизмов в прессе г. Бийска.....	31
Выводы по второй главе.....	35
Заключение.....	37
Список использованной литературы.....	38
Приложение.....	42

Введение

Английский язык является международным языком, который используют бизнесмены, пилоты, дипломаты, политики, ученые, потому как считается, что его легче изучать, чем любой другой язык. В современном мире с его нарастающей тенденцией к интеграции и диалогу, все большую значимость приобретает вопрос о появлении новых слов в составе языка. Одним из способов пополнения словарного запаса состава языка является заимствование. «Заимствование – это переход элементов одного языка в другой, как результат взаимодействия языков» [22].

Заимствованные слова и выражения в русской речи стали появляться задолго до 21 века. Иностранные слова стали проникать в русский язык в результате контактов между народами, торговыми и экономическими отношениями России со странами Европы и Америки. Однако самая сильная волна заимствований из иностранных языков в русский приходится именно на конец 20 - начало 21 века.

Ежедневно количество заимствованных из разных языков слов и выражений увеличивается. Это касается как устной речи, так и средств массовой информации. Вследствие этого, многие жалуются на недопонимание смысла некоторых статей газет и журналов.

Наша работа является актуальной, так как этот вопрос касается каждого члена современного российского общества, и заимствованные слова настолько прижились в русской речи, что многие не задумываются о том, что уже более 10% русской лексики приходится на заимствованные слова и выражения. В исследовании сделана попытка показать, насколько часто используются американизмы в русской прессе.

Материалом исследования послужили периодические издания города Бийска, а именно газеты «Бийский рабочий», «Наш Бийск», «Деловой Бийск», «Кредо» и журнал «Бийчанка» выпуски с 2006 – 2010 г. г. и с 2011 –

2015 г. г. Практическая значимость нашей работы заключается в том, что материал данного исследования можно применить на практике, в частности на занятиях по дисциплине теоретический курс английского языка.

Объект исследования: англицизм как общее понятие.

Предмет исследования: использование англицизмов в прессе.

Целью исследования является изучение использования англицизмов в прессе г. Бийска.

Задачи исследования:

- исследовать процесс заимствования;
- исследовать причины заимствования англицизмов в русском языке;
- изучить виды англицизмов;
- проследить динамику использования англицизмов в прессе г. Бийска.
- выяснить социальную значимость наличия англицизмов в прессе г.

Бийска по результатам анкетирования.

Для решения поставленных задач в исследовании применяются следующие методы лингвистического анализа – метод сплошной выборки, описательный метод, метод анкетирования.

Структура работы определяется целями, задачами и набором методов исследования. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, библиографического списка и приложений.

Во введении рассматриваются цели, задачи, объект, предмет и методы исследования.

В первой главе рассматриваются причины заимствования англицизмов, их особенности и способы их образования.

Во второй главе рассматривается распространение англицизмов в русском языке, социальная значимость английских заимствований в средствах массовой информации и англицизмы в субъязыке масс-медиа г. Бийска.

В заключении обобщаются основные результаты исследования, их соотношение с общей целью и конкретными задачами, поставленными во введении.

Библиографический список включает в себя 35 источников, цитируемых или использованных в работе.

Приложения содержат проведенные в ходе исследования анкетирования.

Глава 1. Англицизмы в русском языке

1.1 Процесс заимствования в языке

На переломе веков время бежит с огромной скоростью, что не успеваешь осознать все новое, что появилось в буквальном смысле слова вчера или сегодня утром. Так же быстро меняется язык, а точнее, его лексика, то есть его словарный состав. Именно в лексике, прежде всего, отражаются все изменения, происходящие в общественной жизни. Лексическое заимствование обогащает язык и обычно нисколько не вредит его самобытности, так как при этом сохраняется основной, «свой» словарь, а, кроме того, неизменным остается присущий языку грамматический строй, не нарушаются внутренние законы языкового развития [2]. На всем протяжении истории языка в его составе постоянно появляется большое количество новых слов. Заимствования иноязычной лексики особенно расцветают в периоды активных исторических процессов, характеризующихся бурными изменениями в жизни общества, ломкой старых понятий, стереотипов. Роль, которую играют заимствования в языке, зависит от истории определенного языка, политических, экономических и культурных связей между нациями. Именно словарный состав языка особенно отзывчив на каждое изменение в жизни людей. Нигде так очевидно не выражено влияние жизни общества как в этимологическом значении словарного состава.

В процессе исторического развития человеческие языки постоянно вступали и продолжают вступать в определенные контакты друг с другом, где «языковым контактом называется взаимодействие двух или более языков, оказывающих какое-либо влияние на структуру и словарь одного или многих из них.»

1.2 История и причины заимствования англицизмов в русском языке

Время проникновения английских слов в русский язык принято считать середину или конец XVI века - начало непосредственного сближения России с Англией. С начала торговых отношений у России с Англией складываются достаточно крепкие политические и дипломатические отношения. После вступления на престол Петра I большое внимание стало уделяться изучению английского языка. Набирают обороты поездки русских в Англию для обучения не только английскому языку, но и другим наукам – кораблестроению, военному и инженерному делу. В течение всего XVIII в. наблюдается последующее заимствование слов из английской лексики в русскую.

В XVIII веке во времена правления Екатерины, основывается переводческое общество, где были специальные переводчики с английского языка. В большинстве своем, это книги о сельском хозяйстве, об английской законности, религии, истории, об английском быте, моде. Любили и знали английский язык известные русские писатели, поэты, критики: А.С. Пушкин, В.А. Жуковский, М.Ю. Лермонтов, А.С. Грибоедов, И.С. Тургенев, Л.Н. Толстой, А.А. Фет и многие другие, которые переводили с английского языка огромное количество историй, повестей, романов и сказок. Русские впервые познакомились со многими литературными произведениями благодаря театру. Особым успехом пользовались пьесы Шекспира. В «Московском телеграфе» издавались переводы о финансовой системе, об экспедициях и открытиях. Безусловно, большое количество английской литературы в русском обществе повлияло на состав лексики русского языка [6].

Вследствие этого, одной из главных причин проникновения англицизмов в русский язык, являются дипломатические и торговые отношения. Наряду с этим можно выделить и другие причины:

1. Они возникают как наименования нового явления, нового предмета, нового понятия, появившегося в общественной жизни. Например: паблисити, брэнд, сноб, юмор, плеер, бульдозер, коктейль [30].

2. Новое слово является более удобным наименованием того, что до этого называлось с помощью словосочетания: самая раскупаемая книга – бестселлер, меткий стрелок – снайпер, бегун на короткие дистанции – спринтер, гостиница для туристов на автомобиле – мотель, предпринимательская деятельность – бизнес, одна из лучших и известнейших песен певца, побывавшего в параде популярности – хит [33].

3. Новые слова возникают в результате потребности особо отметить частичную трансформацию социальной роли предмета в изменяющемся обществе: офис – контора, служебное помещение, сбербанк – прежде сберкасса.

4. Заимствование новых слов определено влиянием иностранной культуры, диктуется просто-напросто модой на английские слова.

5. Конкретизация или уточнение уже имеющегося понятия. Например, в русском языке было варенье, которым называлось и жидкое, и густое варенье. Чтобы отличить густое варенье из фруктов или ягод, которое представляет собой однородную массу, от жидкого варенья, в котором могли сохраниться целые ягоды, густое варенье стали называть английским словом джем. Так же возникли слова репортаж (при исконно русском – рассказ), тотальный (при исконно русском – всеобщий), хобби (при исконно русском – увлечение), комфорт (при исконно русском – удобство), сервис (при исконно русском – обслуживание) и др. [35].

6. Необходимость выразить при помощи англицизма многозначные описательные обороты (термопот – термос и чайник в одном, пиллинг-крем –

крем, убирающий верхний слой кожи, квиз – радио- или телевизионная игра в вопросы и ответы на различные темы с призами) [20];

7. Пополнение языка более выразительными средствами (имидж - вместо образ, прай-лист – вместо «прейскурант», шоу – вместо «представление»);

8. Восприятие иноязычного слова как более престижного, «ученого», «красиво звучащего» (презентация – вместо представление; эксклюзивный – вместо исключительный) [23].

Итак, перенимание новых слов – явление, определяющееся наличием определённых причин, чаще всего экстралингвистических. Язык начинает часто сталкиваться с предметами и явлениями современности, которые необходимо называть, а подходящего слова нет, или оно по каким – либо причинам нежелательно для частого использования.

Таким образом, в настоящее время заимствуется значительное количество слов, обозначающих деятельность человека в различных сферах производства, что отражает изменяющиеся условия жизни современного общества. Язык очень быстро реагирует на изменения, происходящие в жизни людей. Процесс активизации употребления новейших англицизмов в современном русском языке – социально значимое явление, результат изменения общественно-политических и экономических отношений. В освоении англицизмов русским языком появились различные закономерности языковой эволюции.

1.3 Особенности использования англицизмов в русском языке

«Англицизм - это слово или оборот речи в каком-либо языке, заимствованный из английского языка или созданный по образцу английского слова или выражения» [22].

Все заимствования в русском языке можно разделить на две группы: оправданные и неоправданные. Оправданным является заимствование, которое означает в языке то понятие, которого ранее в этом языке не существовало. Например, таких понятий, как "*шоколад*", "*телефон*" и многих других, в русском языке не было. Эти вещи вошли в наш мир, и, соответственно, слова, их обозначающие, появились в языке. В основном, оправданные заимствования встречаются в медицине, науке и технике. Народ или государство, из языка которого берутся слова, считается более развитым, чем тот, в язык которого заимствования попадают. Как только СССР запустил первый в мировой истории спутник Земли, слово "*спутник*" сразу же стало всемирно известным и вошло во многие языки [1].

Таким образом, оправданные заимствования заполняют собой пустые ниши в языке, они обозначают те понятия, для которых слов в языке ещё не придумано. Однако в русском языке, который по праву считается богатейшим языком, следует стремиться к тому, чтобы после введения новых понятий, в язык вводились русские слова, обозначающие эти новые понятия.

Неоправданным заимствованием является слово, которое вводится в язык из иностранного языка в качестве синонима для определения того или иного понятия, притом, что русские слова, определяющие это понятие, уже имеются в наличии.

Однако многие считают, что такие слова, наоборот, обогащают русский язык. Используя данную логику, можно для каждого русского слова набрать огромное количество синонимов из разных языков и "обогатить" русский язык в тысячи раз. Естественно, что результат мало кому понравится.

Ненужные английские заимствования употребляют сейчас все: политики, дикторы радио и телевидения, предприниматели, ученики. В речи молодежи можно насчитать около 1000 неоправданно-используемых английских слов, такие как «*прессинг, никнейм, делит, логин, тренинг*» и т. д. Даже иностранцы, владеющие русским языком, удивляются громадному количеству иноязычных слов в нашей прессе, журналах, рекламе. В

настоящее время наблюдается процесс варваризации русского языка, то есть проникновение в речь иноязычных слов, имеющих в русском языке эквиваленты [11].

Увлечение англицизмами стало своеобразной модой, оно обусловлено созданными в обществе стереотипами и идеалами. Таким стереотипом зачастую служит образ идеализированного американского общества, в котором уровень жизни намного выше, и высокие темпы технического прогресса ведут за собой весь мир. И добавляя в свою речь английские заимствования, люди (особенно молодежь) хотят определенным образом приблизиться к этому стереотипу, приобщаются к американской культуре и стилю жизни.

Прислушиваясь к речи одноклассников, знакомых, друзей - сверстников и взрослых, можно обнаружить много английских слов, которые они произносят на русский манер и не всегда могут выразить то же самое словами родного языка.

Заимствования из английского языка могут помочь углубленному изучению не только английского, но и русского языка. Не секрет, что девушкам и юношам иногда легче выразить свои мысли и чувства с помощью слов иностранного языка, они затрудняются в выборе подходящих для этого русских слов [27].

Как было сказано выше, слова-англицизмы вошли в речь людей разных профессий, социального статуса, возраста и пола. В результате заимствования огромного количества англицизмов происходит постепенное засорение русского языка.

Достаточно вспомнить такие широко используемые сейчас слова, как «*презентация, чатиться, тьюнинг*» и другие. Одни люди используют их для того, чтобы выглядеть лучше, внушительнее и даже умнее в глазах окружающих, другие слепо следуют всем новинкам, не задумываясь о необходимости использования тех или иных слов. Многие считают

иностранную лексику более привлекательной, престижной, «ученой», «красиво звучащей» [18].

Особенно, в среде неоправданных заимствований, хочется выделить группу, которая состоит примерно из трёх слов. Это слова, которые в исходном языке были названием торговых марок, а после появления этих торговых марок на российском рынке стали нарицательными. Вот эти слова: «джип» - слово, которому уже придуманы синонимы: «вседорожник» и «внедорожник»; «ксерокс» - «копировальный аппарат, множитель».

Последнее из упомянутых слов вызывает особые опасения, ибо оно уже успело немало навредить: в русском языке появились такие слова, как "отксерить" (размножить) и "ксерокопия" (копия, экземпляр) [4].

Неоправданное введение в текст заимствованных слов наносит большой ущерб не только разговорной, бытовой, но и художественной речи. Речь обесцвечивается, если разнообразным и ярким русским синонимам предпочитают слова заимствованные и невыразительные. Например, пишут: "Я хорошо помнил модуляции ее голоса" (а почему бы не сказать "переливы" или - "как звучал ее голос"?); "Я не могу сконцентрироваться" (а лучше было бы написать "сосредоточиться, подумать") и даже так: "В старину все деревенские новости концентрировались у колодца" [10].

1.4 Виды англицизмов

Количество новых понятий и явлений, которые имеют русское происхождение, ограничено. Поэтому более престижным и эффективным является заимствование уже готового слова, которое имеет свое понятие. Выделяются следующие группы иностранных заимствований:

1. Прямые заимствования. Слово в русском языке имеет примерно то же значение и приблизительно такой же вид, как и в языке-оригинале. Например, слова, как уик-энд - выходные; мани – деньги.

2. Гибриды. Эти слова образовались благодаря присоединению к корню иностранного слова приставок, суффиксов и окончаний русских слов. В данном случае значение иностранного слова несколько видоизменяется, например: аскать (to ask - просить), бузить (busy – беспокойный, суетливый).

3. Калька. Слова, иностранного происхождения, которые употребляются для того, чтобы сохранить их фонетический и графический облик. Например, такие слова, как меню, пароль, диск, вирус, клуб, саркофаг [5].

4. Полукалька. Слова, подчиняющиеся правилам русской (например, добавление суффиксов). Например: драйв – драйва (drive) “Я давно не получал такого драйва!” – что может означать, задор, энергия.

5. Экзотизмы. Слова, характеризующиеся особенными национальными традициями, нравами других народов и употребляющиеся при описании не свойственной русским действительности. Особенность таких слов заключается в том, что в русском языке они не имеют синонимов. Например: чипсы (chips), хот-дог (hot-dog), чизбургер (cheeseburger) [13].

6. Иноязычные вкрапления. Эти слова используются в речи как выразительно средство, для придания речи особой выразительности. В русском языке они имеют свои эквиваленты, но отличаются от них стилистически.

7. Композиты. Слова, которые состоят из двух или более иностранных слов, например: *секонд-хенд* – магазин, который торгует одеждой, ношенной другими людьми; *видео-салон* – помещение, в котором можно посмотреть фильм.

8. Жаргонизмы. Слова, которые появились из-за деформации каких-либо звуков, например: крезанутый (crazy) – шизанутый [14].

9. Иноязычные выражения. В последнее время усилился поток иностранных заимствований в русскую речь. По радио и телевидению мы зачастую слышим – «требуется менеджер в арт-студию»; «для лучшего соединения вай-фай необходимо проверить роутер»; «внимание, идет

саундчек» [29]. В сфере политики мы уже привыкли к новым понятиям — парламент, инаугурация, консенсус, саммит, спикер. Иностранные слова стали ключевыми в самых ведущих сферах науки и техники — монитор, автомобиль, СиДи-плеер, а также в финансово-коммерческой деятельности — бартер, спонсор, холдинг.

10. Профессионализмы. Англицизмы, употребляющиеся в разнообразных сферах жизнедеятельности человека. В таких как: политика, бизнес, компьютерные технологии, повседневное общение (общение сверстников), спорт и средства массовой информации [19].

Так же, англицизмы употребляются в следующих сферах: «в компьютерных технологиях англицизмы употребляются для названия программ, компьютерных терминов, глаголов для работы, например («ICQ, дисплей, модем, чип, программировать» и т. п.); в общении подростков англицизмы употребляются для легкого общения, например, не Интернет, а «инет» или «нет», не «компьютер», а комп»; в спорте англицизмы используются для наименования игр, например («футбол-football, регби-rugby, теннис- tennis, гольф-golf» и т. п.); в средствах массовой информации англицизмы употребляются для того, чтобы сделать чтение легким для тех, кто не знает английского языка, для легкого общения для политиков и бизнесменов (телевидение), например («шоумен, бизнес, полисмен, телешоу, мотто-шоу, шоу-бизнес» и т. п.)».

Выводы по первой главе

Проанализировав и исследовав литературу по англицизмам, мы пришли к выводу, что процесс заимствования иноязычных слов в русскую речь является процессом не новым и не кратковременным. В связи с развитием технологий, наук, искусства, а так же в связи с развитием международных отношений русский язык требует все более новых и современных слов, слов-универсалов, которые будут пониматься представителями разных культур и сообществ. Таким образом, русский язык стал своего рода губкой, которая впитывает в себя новые иностранные слова.

Проникая в русскую речь англицизмы, настолько прочно оседают в головах русскоговорящих людей, что нам становится сложно понять и выяснить этимологию того или иного слова, выяснить является ли оно исконно русским или же оно было заимствованно из иностранного языка много лет назад.

На наш взгляд, англицизмы имеют как положительное, так и отрицательное влияние на русский язык. Минус англицизмов заключается в том, что русская речь теряет свою окраску, теряет ту особенность, которая складывалась веками. Ведь не даром великие русские умы ценили и уважали русский язык. Как говорил В. Г. Белинский «...Употреблять иностранное слово, когда есть равносильное ему русское слово - значит оскорблять и здравый смысл, и здравый вкус... Охота пестрить русскую речь иностранными словами без нужды, без достаточного основания, противна здравому смыслу и здравому вкусу, но она вредит не русскому языку и русской литературе, а только тем, кто одержим ею». Плюсом же является то, что за счет заимствований русский язык и русская речь, в частности, обогащается и становится более легкодоступной и понятной для людей иностранных диаспор. А так же, не мало важным плюсом пополнения русского языка иностранными заимствованиями и англицизмами, является их

способность описывать новые явления такими словами, которых нет в языке – оригинале, например: шоколад, телефон.

Английский язык является международным языком, потому как считается, что его легче изучать, чем любой другой язык. В современном мире все большую значимость приобретает вопрос о появлении новых слов в составе языка. И не смотря на споры и сомнения, заимствования иностранных слов в русский язык - явление необратимое и остановить его уже невозможно.

Глава 2. Особенности заимствования англицизмов в прессе г. Бийска

2.1 Англицизмы конца XX начало XI века

В последнее время наблюдается активное заимствование иноязычной лексики в русскую речь. Это напрямую связано с изменениями в политической, экономической, культурной жизни современного общества [19]. Об этом свидетельствует смена названий в сфере политики, например:

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

В городах появились мэры, вице-мэры; советы уступили место администрациям; главы администраций обзавелись своими пресс-секретарями, которые регулярно выступают на пресс-конференциях, рассылают пресс-релизы, организуют брифинги и эксклюзивные интервью своих шефов. У всех на слуху многочисленные экономические и финансовые термины, такие как: «бартер, брокер, ваучер, дилер, дистрибьютер, маркетинг, инвестиция, фьючерсные кредиты» [28]. Для тех, кто любит спорт, появляются новые виды спортивных занятий: «виндсерфинг, армрестлинг, фристайл, скейтборд, кикбоксинг, а боец в кикбоксинге заменяется англицизмом файтер (fighter)». С развитием компьютеризации, сначала в профессиональной среде, а затем и за ее пределами появились термины, относящиеся к компьютерной технике: само слово компьютер, а также дисплей, файл, интерфейс, принтер, сканер, ноутбук, браузер, сайт и другие.

Активное заимствование новой иноязычной лексики происходит и в менее специализированных областях человеческой деятельности. Достаточно

вспомнить такие широко используемые сейчас слова, как «презентация, номинация, спонсор, видео (и производные: видеоклип, видеокассета, видеосалон), шоу (и производные шоу-бизнес, ток-шоу, шоумен), триллер, хит, дискотека, диск-жокей» [21]. Многие считают иностранную лексику более привлекательной, престижной, “ученой”, “красиво звучащей”. Например:

- эксклюзивный – исключительный;
- топ-модель – лучшая модель;
- прайс-лист – прейскурант;
- имидж – образ;

Были отмечены случаи, когда заимствования использовались для обозначения понятий, новых для языка рецептора и не имеющих в языке источнике: детектор, виртуальный, инвестор, дайджест, спрей и т. д. [31]

Исследуя английскую лексику последних десятилетий XX века в русском языке, мы пришли к выводу: если понятие затрагивает важные сферы деятельности человека, то слово, обозначающее это понятие, естественно, становится употребительным.

Проблема заимствований иностранных слов в русскую речь давно вышла за рамки рассуждений и активно рассматривается не только лингвистами. Одной из причин нападков на поток иностранных слов в русскую речь является то, что язык считается не только одним из главных и характерным признаком той или иной культуры и инструментом его сохранения, но и инструментом создания картины мира. Ценности являются важной категорией формирования картины мира. Человек, носитель своего языка является не только исполнителем семантики языка, но и активным субъектом познания, который наделен своим собственным личностным опытом и опытом социальным; системой знаний о мире, благодаря которой он реализует процесс коммуникации [3].

Распространение англицизмов в русскую речь и в язык масс-медиа, вместе с развитием современных информационных технологий и распространением межкультурного общения, сопутствует фактор социально-культурного порядка, то есть, идеализирование американского стиля жизни, повышенный интерес к американской культуре, бизнесу, образованию. В настоящее время знание английского языка является престижным, различные культурологические подходы рассматриваются в школьных и вузовских программах, методике преподавания иностранных языков, изданиях специальных языковых словарей, учебников, идет активная пропаганда в печатных средствах массовой информации, на радио и телевидении. В некоторых сферах незнание иностранного языка не совместимо со статусом профессии, например, копирайтер, веб-дизайнер [9].

Причины заимствования могут быть различными по своему характеру - языковые, социальные, психические, эстетические другие факторы. Процесс языкового заимствования рассматривается в тесной связи с культурными и другими контактами двух разных языковых обществ, а так же как часть и результат этих контактов.

Причины заимствование иностранных слов в русский язык очень разнообразны, так же, как и разнообразен сам процесс межкультурного общения. Но, не смотря на это, в современном русском языке принято выделять две основные группы заимствований:

- 1) терминология;
- 2) «дань моде» [25].

Видимой границы между этими группами нет, так как многие заимствования, мотивированы и престижностью нерусских номинаций (ток-шоу, шоумен, брейн-ринг).

Одной из стойких причин заимствования иностранных слов в русский язык, как более значительной и выразительной, лингвисты выделяют «яркость новизны». Англицизмы имеют некое преимущество перед русскими синонимами – они представляют говорящего в некоторых сферах более

высоко, подчеркивая, тем самым, уровень знаний и информированности, и претендуют на первенство в некоторых молодежных группах, использующих эту лексику [7].

Существуют, так называемые, субъязыки – языки науки, политики, образования, СМИ, культуры и спорта и так далее. Так же в науке признан факт социального разделения языка. Оно обусловлено возрастными особенностями говорящего, уровнем из образованности, территориальной принадлежности, профессиональной сферы и прочих других особенностей [16].

Рассматривая сферу культуры, в нашей стране заметно увеличивается распространение иностранных фантастических фильмов. В связи с этим, в русском языке появилось два англицизма - киборгизация (cyborgization - замена отдельных органов человека кибернетическими устройствами как научно-техническая проблема) и киборг (cyborg - человек, подвергнутый киборгизации) [24].

Такое же распространение иностранной лексики приходится на терминологию вычислительной техники. Такие слова, как сайт, АйПи-адресс, роутер и другие используются в речи людей, которые имеют непосредственное дело с компьютерными технологиями. Но с развитием этой сферы терминология вычислительной техники переходит из сугубо профессиональной в разговорную лексику.

Так же, иностранная лексика влияет и на сферу спорта. Например, сёрфинг – катание на волнах с помощью специальных досок, от англ. surf - прибой; футбол - командный вид спорта, в котором целью является забить мяч в ворота соперника ногами, от англ. foot – нога, ступня; ball – мяч и так далее [17].

Сфера политики не осталась без влияния иностранных заимствований: Верховный совет переименовался в парламент, председателя парламента принято теперь называть спикером (от англ. to speak – говорить, рассказывать), вместо процедуры вступления в должность президента страны

стало популярным слово инаугурация (от англ. inauguration «вступление в должность»). Советы уступили место администрациям, в администрациях вместо глав сидят мэры и вице-мэры, которые обзавелись секретарями и пресс-атташе, которые организуют брифинги и рассылают пресс-релизы.

Активно проникают англицизмы в профессиональную сферу. Например: "секьюрити - «охрана», от англ. security «безопасность, надёжность; охрана, защита»; провайдер - «поставщик», от англ. provider с тем же значением; риэлтор - «агент по продаже недвижимости», от «амер. realtor (от англ. realty «недвижимое имущество»); брокер - от англ. broker «комиссионер, оценщик; лицо, производящее продажу имущества»; киллер - «профессиональный убийца», от англ. killer «убийца» от to kill «убивать» и др. [26].

Что касается субъязыка средств массовой информации, то он является относительно самостоятельной и готовой подсистемой общенационального языка и пользуется общеязыковыми средствами, отражая тенденции общеязыкового развития. Макросистема (субъязык) средств массовой информации, в свою очередь, может делиться на ряд микросистем, таких как: газеты, журналы, радио, телевидение и Интернет [8].

С одной стороны, каждая из этих подсистем включает в себя некое количество общих понятий, но с другой стороны, она имеет конкретные и специфичные для нее установки, стилевые особенности и языковые черты. Таким образом, в качестве причин заимствований, в том числе в языке масс-медиа, мы усматриваем наряду с основаниями: терминология, «дань моде», экспрессивность новизны, эмоциональность высказывания, и очень важное основание как субъязыковое распознавание [34].

2.2 Англицизмы в субъязыке масс-медиа г. Бийска

Во время работы над практической частью нашего исследования, нами были проанализированы местные печатные издания, а именно газеты

«Бийский рабочий», «Наш Бийск», «Деловой Бийск», «Кредо» и журнал «Бийчанка» выпуски с 2006 – 2010 г. г. и с 2011 – 2015 г. г. Наше исследование было направлено на показание прироста англицизмов в прессе г. Бийска, поэтому мы рассматривали данные печатных изданий, разбив их на года, т. е. с 2006 – 2010 г. г. и с 2011 – 2015 г. г. Во время работы с данными печатными изданиями было установлено, что использование англицизмов можно разделить на подгруппы, так называемые, субъязыки:

- политика;
- экономика;
- музыка/спорт
- наука;
- техника;
- быт.

Во время работы с выпусками 2006 – 2010 г. г. выше упомянутых изданий, в политической сфере нами были отмечены следующие англицизмы:

президент

спикер

рейтинг

электорат

ваучер

инаугурация

социум

фракция

стабилизация

перспектива

митинг

актуальность

баллотироваться

легитимность

демократия
парламент
департамент
субсидия
ходатайство
регион
плюрализм
инициатива

Следующей сферой, насчитывающей большое количество англицизмов, в статьях выпусков 2006 – 2010 г. г., стала сфера экономики.

Нами были выписаны следующие единицы:

предприниматель
финансы
коэффициент
финансирование
дефицит
индексация
стабилизация
коммерческая организация
филиал
перспектива
приоритет
бизнес
рейтинг
спонсор
менеджер

Следующей подгруппой, насчитывающей большое количество англицизмов, стала сфера науки и техники. Исследуя выпуски с 2006 – 2010 г. г., рассматриваемых нами печатных изданий – нами были отмечены следующие англицизмы:

менталитет
стипендиат
миссионер
инкубатор
реализм
стерилизация
презентация
популяция
квиз
реставрация
грант
утилизация
экспертиза
таймер
ноутбук
диск
сайт
курсор
сайдинг
принтер
сканнер
видео
аудио

Не осталась без внимания и сфера спорта, музыки и кино. В статьях выпусков 2006 – 2010 г. г. рассматриваемых нами печатных изданий, по данным темам было так же обнаружено большое количество англицизмов:

голкипер
спринт
боулинг
фитнес

сноуборд

тайм – аут

супер – стар

хит – парад

мюзикл

трек

сингл

постер

продюсер

ток – шоу

шоу – мэн

блокбастер

прайм – тайм

вестерн

И, наконец, сфера быта и рекламы – здесь тоже было отмечено большое количество слов английского происхождения:

имидж

сюрприз

киллер

сендвич

позитив

негатив

джинсы

кроссворд

резюме

тинейджер

При рассмотрении выпусков 2011 – 2016 г. г., исследуемых нами печатных изданий г. Бийска, нами было замечено увеличение использования англицизмов в сфере политики, и плюсом мы выписали следующие единицы: санкции

сепаратисты

саммит

брифинг

баррель

консенсус

референдум

Рассматривая выпуски с 2011 – 2016 г. г. исследуемых нами печатных изданий, нами так же был выявлен прирост англицизмов в сфере экономики.

И плюсом мы выписал следующие единицы:

риелтор

холдинг

маркетинг

инвестиция

тендер

оффшор

прайс – лист

промоутер

Сфера науки и техники не осталась в стороне, и, работая со статьями выпусков 2011 – 2016 г. г., были выписаны следующие англицизмы:

перманентный

утрировать

конденсация

IQ

аналог

креативность

флешка

провайдер

спам

девайс

гаджет

хакер

апгрейд

блог

ноу - хау

Исследуя выпуски газет и журналов с 2011 – 2016 г. г. по темам спорт, музыка, кино, нами так же был замечен прирост англицизмов:

клип – мейкер

андерграунд

кастинг

перформанс

фито – центр

шейпинг

Так же как и в предыдущих подгруппах, при исследовании выпусков 2011 – 2016 г. г. печатных изданий г. Бийска, был отмечен большой прирост англицизмов:

ресепшн

бойфренд

уикенд

масс – медиа

хенд – мейд

секьюрити

пати

презент

секонд – хенд

пиллинг

шоппинг

В ходе работы с печатными изданиями г. Бийска был выявлен значительный рост англицизмов в использовании написания статей различных тематик. Как показал ход работы, количество англицизмов в данных печатных изданиях второй пятилетки (а именно 2010 – 2016г.г.)

заметно возросло, это объясняется стремительным развитием общественной и научной сферами жизни. Большой приток англицизмов в политической сфере объясняется развитием международных отношений, налаживанием языковых контактов. Наука и техника не стоит на месте, и именно поэтому в лексике различных языков появляется все больше универсальных слов, происходящих из английского языка. Русский язык не стал исключением, а именно пресса г. Бийска – в этих сферах так же был замечен значительный прирост слов английского происхождения. Не осталась без внимания и бытовая сфера – в написании статей на обыденную тему так же было замечено увеличение англицизмов.

В целом, как показал ход работы с печатными изданиями г. Бийска, прирост англицизмов был замечен во всех нами рассмотренных сферах, ведь жизнь не стоит на месте, общество постоянно развивается, и именно с помощью наполнения лексики новыми словами, мы можем замечать развитие языка.

Мы полагаем, что заимствования в субъязыке средств массовой информации в структурном плане выполняют главным образом грамматические, тематические, оценочные, прагматические и коммуникативно - функциональные задачи, что определяется характером информации, типом направленности (факты, события, отношения к личностям, намерениям), типом коммуникативной стратегии и прочими факторами.

Особенной чертой является использования большого количества транслитерированных и транскрибированных понятий. В сфере средств массовой информации в последнее время наблюдается увеличение таких конструкций как: «тариф роуминга, деловой имидж, секьюритизация бизнеса; рейтинг влияния, реанимация российской экономики, ангажированная пресса, наш спонсор, шоковая терапия, видео - шоу, шоу - бизнес, ток - шоу, хит сезона, аудиторская проверка, банковские авуары, аутсайдер, диверсификация экспортной базы, ликвидность, банковская интервенция,

холдинг, бартер, брокер, брокераж, чартер, валоризация, капитализация, дисконт, тендер, клиринг, менеджер, маркетинг, франшиза, лизинг, мониторинг, мерчендайзер, котировка, локаут, брокерские операции, консигнационные операции, онкольная операция (on call transaction), опцион, бонусное отчисление, банк, расположенный в оф-шорном финансовом центре, фондовый рынок, консолидированный бюджет, солидарный, субсидиарный, флуктуации рынка, маржинальный доход, лицензия, депозитарий, дилер, риэлтер, дистрибьютер, дивиденд, дисконтер, ипотека, презентация, консенсус, рецессия, роялти, тайм - чартер, тарифы, таксатор (tax-collector), тендер, терминал, транзит, трактация, трансферт, фондирование, инжиниринговые услуги» и другие.

Исследуя вышеупомянутые слова и предложения, можно выделить следующее: они перешли из своего статуса понятий экономической и социальной сфер в сферу рассуждений неспециалистов, на газетные издания.

Особое внимание в сфере масс - медиа уделяется живости, яркости и эмоциональности послания, при чем эмоциональность должна быть определенного рода. Создается тональность того или иного эмоционального преувеличения. Часты маркеры: шоковый, кризис, подлинный коллапс и т.п. [32].

Важными аспектами исследования англицизмов в средствах массовой информации являются: выявление специфики виртуального языкового контакта, классификация англицизмов по тематическому признаку и классификация заимствованных элементов по степени ассимиляции русским языком.

Исследуя заимствования масс - медиа становится ясным, что они в той или иной степени подвержены влиянию ассимиляции русским языком. Так, например, распространенное в русской речи слово Интернет еще совсем не давно являлось несклоняемым, а сейчас существует правило написания этого слова со строчной буквы. Такой англицизм, как «пиар» очень часто встречается в его первоначальной графической форме (PR – компания, PR -

технологии). В связи с этим можно провести дифференцирование англицизмов по степени ассимиляции [12]:

1. англицизмы, образованные с помощью грамматических средств русского языка (провайдер, Тим - билдинг и т.д.);
2. англицизмы, имеющие узкую область использования, семантически не до конца поняты (пресс - атташе, мерчендайзинг и т.д.);
3. англицизмы, которые имеют специальный характер, чаще всего не склоняются (юзер, онлайн и т.д.);
4. англицизмы, которые сохранили первоначальную форму, являющиеся в некотором роде полужанром (ток – шоу, дисконтная карта и т.д.);
5. англицизмы, имеющие первоначальную графическую или полуграфическую формы (PR – директор, bio – продукты и т.д.).

К особенностям организации средств массовой информации необходимо отнести увеличение содержательной емкости простых по форме конструкций. Из синонимического ряда средств распространения какой-либо информации выбираются самые простые по форме. Это приводит к активному распространению в текстах средств массовой информации таких конструкций, которые представляют собой результат семантико-синтаксических процессов номинализации, атрибутизации, адвербиализации, что позволяет максимально сжать информацию. При наличии минимума языковых средств, они могут заметно усложнить высказывание. Является бессмысленным в масс-медиа употреблять сложные, многокомпонентные конструкции, которые состоят из длинных цепочек. Экономичные конструкции усиливают воздействие на читателя и предполагают максимальное понимание донесенной до читателя информации [15].

Ускоренный способ передачи информации обуславливает менее официальный стиль речи, близкий к разговорному, а также определенную размытость жанровых границ. Созданию идеальной почвы для языкового контакта способствует и повсеместное распространение в среде газет и

журналистов русско-английского билингвизма, сопровождающегося интерферирующим влиянием английского языка.

2.3 Социальная значимость англицизмов в прессе г. Бийска

Во время работы над выпускной квалификационной работой, нами был проведен эксперимент, состоящий из двух частей.

В первой части эксперимента, нами было проведено анкетирование экстралингвистического характера, где людям среднего и старшего возрастов было предложено ответить на следующие вопросы:

1. Укажите возраст.

2. Читаете ли вы такие газеты, как:

- «Бийский рабочий»
- «Наш Бийск»
- «Деловой Бийск»
- «Кредо»
- «Бийчанка»

3. Знаете ли вы, что такое англицизм?

- А) да
- Б) нет
- В) затрудняюсь ответить

4. В процессе чтения печатных изданий, понимаете ли вы значение англицизмов?

- А) да
- Б) нет
- В) затрудняюсь ответить

5. Устраивает ли вас обилие иностранных слов английского происхождения в средствах массовой информации?

- А) да
- Б) нет

В) затрудняюсь ответить

Во время проведения анкетирования было опрошено 100 человек. Для более общей картины были опрошены люди разных полов и возрастов.

Результаты анкетирования показали, что наиболее читаемой газетой является «Бийский рабочий» - 80% респондентов положительно ответили касаясь данного печатного издания. 75% респондентов отметили, что так же читают газету «Наш Бийск» и «Деловой Бийск». Меньшие показатели у бийской газеты «Кредо» и журнала «Бийчанка» - 50% и 40% соответственно.

На вопрос «Знаете ли вы, что такое англицизм?» 60% респондентов ответили положительно, что данное понятие ассоциируется у них с прилагательным «английский». Остальные 40% респондентов, преимущественно старшего возраста, ответили на данный вопрос отрицательно.

Что касается вопроса «В процессе чтения печатных изданий, понимаете ли вы значение англицизмов?» большинство респондентов, а именно 60%, ответили, что не понимают значения англицизмов, используемых в статьях печатных изданиях г. Бийска. 40% опрошенных, большую часть которых составляла молодежь, дали положительный ответ, что в свою очередь, объясняется их возрастными особенностями.

В целом, результаты анкетирования показали, что большинство людей старшего возраста с трудом понимают значения некоторых англицизмов, используемых в прессе. На вопрос, почему количество заимствованных английских слов в прессе г. Бийска их не устраивает, большинство, особенно люди пожилого возраста, называли недостаточные познания в области английского языка. Многих людей раздражает использование английских слов, имеющих вполне подходящие синонимы в русском языке. А так же то, что в средствах массовой информации используется большое количество англицизмов для привлечения внимания и создания рекламы.

Вторая часть анкетирования была направлена на выявление понимания англицизмов населением г. Бийска. Количество респондентов составило 100 человек разных полов и возрастов.

Нами была предложена следующая таблица, насчитывающая наиболее часто употребляемые англицизмы в статьях на различные темы печатных изданий г. Бийска. Задание звучало следующим образом: вам представлен список англицизмов, относящийся к различным сферам, наиболее употребляемых в печатных изданиях города Бийска. Если значение слова вам понятно, дайте русский аналог; если значение слова вам не понятно, отметьте столбец со знаком - .

Англ.	+	-	Англ.	+	-	Англ.	+	-
	Русский			Русский			Русский	
	аналог			аналог			аналог	
спикер			тендер			перформанс		
электорат			маркетинг			ресепшн		
фракция			оффшор			провайдер		
брифинг			промоутер			спам		
легитимность			холдинг			девайс		
санкции			риелтор			андерграунд		
сепаратист			утилизация			апгрейд		
саммит			грант			блог		

Исследуя таблицы, заполненные опрашиваемыми респондентами, мы пришли к выводу, что не все англицизмы, используемые в статьях печатных изданиях г. Бийска, понятны населению. Большой процент не понимающих англицизмы, используемые в местной прессе, приходится на людей взрослого и старшего возрастов (45 – 65 лет). Сложности понимания англицизмов в данном возрастном промежутке объясняется недостаточными знаниями в области английского языка. Что же касается людей молодого возраста (18 – 40 лет), то процент понимания англицизмов, используемых в статьях печатных изданий г. Бийска, уже выше, что объясняется

имеющимися знаниями в области английского языка, а так же активной общественной позицией.

Исходя из исследованных таблиц, нами был сделан вывод, что слова, относящиеся к рубрикам политика, экономика и быт, явились наиболее сложными для понимания людям, читающих местную прессу. Наиболее сложными словами стали – фракция, брифинг, саммит, маркетинг, оффшор, холдинг, промоутер, риелтор, провайдер, тендер, андерграунд, блог – 60% опрошенных затруднились дать русское значение данным словам. Относительно остальных слов у респондентов возникло меньше вопросов, и всем словам было дано русское значение.

Нами были проанализированы способы образования англицизмов, используемых в статьях печатных изданий г. Бийска, и были выявлены наиболее употребляемые виды англицизмов в статьях печатных изданий:

- прямые заимствования (спикер, брифинг, саммит, промоутер, риелтор и т.д.);
- калька (спам, ресепшн, перформанс, андерграунд, и т.д);
- экзотизмы (блог, апгрейд, девайс, оффшор и т.д.).

Данное исследование показывает уровень использования англицизмов в сфере масс – медиа, а так же уровень понимания англицизмов в прессе г. Бийска среди местного населения.

Выводы по второй главе

Являясь долговременным и не новым процессом, процесс заимствования иностранных слов в русский язык плавно проникает во все сферы жизнедеятельности человека. Этот процесс обусловлен рядом разнообразных причин, как лингвистических, так экстралингвистических.

Не обращая внимания и не задумываясь об этимологии слова, мы используем в своей речи огромное количество англицизмов, считая, что эти слова принадлежат русскому языку. Заимствуя образ жизни американцев и англичан, их привычки, традиции мы плавно заимствуем их лексику. Простые и всем привычные слова русского языка заменяются более яркими и модными словами иностранного.

В настоящее время становится престижным и в некоторых случаях необходимым знание иностранного языка. Это показывает уровень образованности, начитанности, разносторонности и интеллекта. Но в большинстве случаев знание иностранного языка лишь «дань моде». И очень часто оказывается, что, используя в речи то или иное заимствованное из иностранного языка слово, мы не имеем понятия, о чем говорим и не знаем его значения.

Помимо моды большое значение в заимствовании англицизмов отводится развитию современных технологий. Мы не можем представить свою жизнь без компьютера и Интернета, гаджеты заполнили нашу жизнь, и мы не замечаем, как в повседневной лексике используем чуждые нашему языку слова. Читая периодическую литературу, мы то и дело встречаемся с уже привычными для нас словами – ток-шоу, супер-скидки, поп – сцена, продюсер и т.д. Сфера средств массовой информации заполнена англицизмами и Бийская пресса не исключение.

Проанализировав Бийские печатные издания, а именно газеты «Бийский рабочий», «Наш Бийск», «Деловой Бийск», «Кредо» и журнал

«Бийчанка», мы пришли к выводу, что заимствования встречаются все чаще, и они все прочнее закрепляются в сфере масс – медиа. Бийская периодика наполнена различными англицизмами, которые могут относиться к разным сферам, таким как, политика, экономика, спорт, техника и т.д.

Результаты исследования показали, что не все понимают значение англицизмов. Люди старшего возраста жалуются, что не понимают иностранных слов в связи с недостаточными знаниями в области английского языка, отсюда и недопонимание статей, которые они читают. Что касается людей молодого возраста, то людям, следящим за развитием общества, гораздо легче понимать новые слова, которые приходят в русский язык, поэтому проблем с пониманием статей, насчитывающих большое количество англицизмов, у них не возникает.

Сегодня мы в полной мере ощущаем влияние иностранных заимствований на русский язык. И как бы не старались лингвисты и ученые этот процесс уже не обратим. С развитием современности развивается и язык, развиваясь, он обогащается, а обогащение языка проходит, в том числе и благодаря заимствованиям.

Заключение

Суммируя все выше упомянутое, необходимо сказать, что в пределах структурной лингвистики еще не произошло качественное осмысление в пользу распространения англицизмов в язык масс - медиа как единого и объективного процесса. Поэтому в науке сложно считать данную проблему удовлетворительной.

Мы рассмотрели причины заимствования англицизмов. И наряду с такими основаниями, как «дань моде», терминология, эмоциональность высказывания, экспрессивность новизны мы выделили еще одно – субъязыковая идентификация (или речевую сферу коммуникантов).

Социолингвистическая ситуация в нашей стране помогает англицизмам с легкостью проникать в систему масс – медиа. До сих пор не были созданы условия, которые помогли бы русскоговорящему обществу целенаправленно заниматься языком. Но, мы полагаем, что распространение заимствований в русскую прессу – процесс не долговременный, динамика которого в ближайшее время снизится и приобретет более сбалансированный характер. Но в современном русском обществе увеличивается число Интернет – пользователей, что не может не повлечь дальнейшей экспансии англицизмов.

В связи со снижением уровня общей культуры и культуры речи, которая является важной частью общей культуры, стоит подчеркнуть актуальность дальнейшего анализа и описания языка масс - медиа, так же, необходимо подчеркнуть степень влияния языка масс – медиа на формирование языковой компетенции подрастающего поколения.

Обобщая все вышеизложенное, многие вопросы существования русского языка до сих пор остаются не решенными и актуальными. В частности, вопросы, которые связаны с характером проникновения иностранных языковых средств, обусловленного целым комплексом лингвистических, психологических, социальных, национальных факторов.

Список использованной литературы

1. *Агафонова Н. Д.* Узуальные иноязычные вкрапления в современный русский язык [Текст] / Н. Д. Агафонова. – Ростов н/ Д.: РГУ, 1995.
2. *Брейтер А.* [текст] / А. Брейтер. – Владивосток.: Диалог, 1995.
3. *Борисова - Лукашенец Е. Г.* О лексике современного молодёжного жаргона. Литературная норма в лексике и фразеологии [текст] / Е.Г. Борисова - Лукашенец. – М., Наука, 1983. С. 106 - 120.
4. *Всеволодова М. В.* Теория функционально-коммуникативного синтаксиса: Фрагмент прикладной (педагогической) модели языка [текст] / М.В. Всеволодова. – М.: 2000.
5. *Долинин К. А.* Ролевая структура коммуникации и разговорная речь. Теория и практика лингвистического описания разговорной речи [текст] / К.А. Долинин. – Горький, 1976.
6. *Дьяков А. И.* Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке. Язык и культура [текст] / А.И. Дьяков. Новосибирск, 2003. - С. 34 - 43.
7. *Дьяков А. И.* Англоязычные варваризмы в языке города // Лингвистический ежегодник Сибири. Вып. 1. Красноярск: Красноярский гос. Ун – т, 1999. С. 115 – 120.
8. *Дьяков А. И.* Англицизмы в современном молодежном жаргоне: формальное и семантическое освоение // Вопросы лингвистики и методики преподавания иностранных языков в высшей школе. Новосибирск: Новосибирская гос. Академия водного транспорта, 2000. С. 22 – 34.
9. *Дьяков А. И.* Функциональные особенности англицизмов в русском молодежном жаргоне // Известия Южного Федерального университета. Филологические науки №4. Краснодар, 2011. С. 111.

10. *Дьяков А. И.* Участие англоязычных морфем в русском словообразовании // Филология и человек №2. Барнаул. 2012. С. 44 – 55.
11. *Елизова Т. К.* Заимствование английской лексики в русском языке в 60-70 гг. XX века [текст] / Т.К. Елизова. – Ростов н/Д, 1978.
12. *Ильина Л. А.* Методологические проблемы исследования процесса лексического заимствования // Лексика и фразеология языков народов Сибири [текст] / Л.А. Ильина. – Новосибирск, 1984.
13. *Каверина Д. А.* Англицизмы и американизмы в современном русском языке // Молодой ученый. — 2014. — №21. — С. 773-775.
14. *Костомаров В. Г.* Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики [текст] / В. Г. Костомаров. – М.: изд-во МГУ, 1971.
15. *Крысин Л. П.* Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца XX столетия. - М., 1996.
16. *Крысин Л. П.* О новых иноязычных заимствованиях в лексике современного русского литературного языка. Вопросы культуры речи [текст] / Л.П. Крысин. – М., 1964. С. 71 - 90.
17. *Крысин Л. П.* Развитие лексики русского литературного языка [текст] / Л. П. Крысин. – М., Наука, 1965. С. 104 – 116.
18. *Крысин Л. П.* Иноязычные слова в современном русском языке [текст] / Л. П. Крысин. – М., Наука, 1968.
19. *Линник Т. Г.* Проблемы языкового заимствования. Языковые ситуации и взаимодействие языков [текст] / Т. Г. Линник. – Киев, 1989.
20. *Литвин Ф. А.* Язык и коммуникация: изучение и обучение [текст] / Ф.А. Литвин. – Орел: ОГУ, 1998. - С. 116.
21. *Мжельская О. С., Степанова Е. И.* Новейшие англицизмы в русском языке [текст] / О. С. Мжельская. – Л., 1983. С.125 - 139.
22. *Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка: 800 слов и фразеологических выражений [текст] / С. И. Ожегов. – М.: Азбуковник, 1999.

23. Сологуб О. П. Усвоение иноязычных структурных элементов в русском языке [текст] / О. П. Сологуб. – Новосибирск, 2002. – С. 130–134.
24. Тиббэнм П. Дж. К вопросу о стилистической маркированности англицизмов в современном русском словоупотреблении. // Сборник филологического факультета. - Красноярск, 2001.
25. Хауген Э. Процесс заимствования [текст] / Э. Хауген. – М., Прогресс, 1972. С. 344 – 382.
26. Щерба Л. В. Избранные работы по языкознанию и фонетике. Л. В. Щерба. - Л.: Изд. Ленинградского университета, 1958. Т. 1. С. 40–53.
27. Англицизмы в современном русском языке [электр. ресурс] / Алые паруса – режим доступа: <http://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2013/01/21/anglitsizmy-v-sovremennom-russkom-yazyke>
28. Англицизмы в русском языке: наваждение или необходимость? [электр. ресурс] / Тепляшина Людмила Викторовна – режим доступа: http://teplomila.ucoz.ru/metod/anglicizmy_v_russkom_jazyke.pdf
29. Англицизмы в современном русском языке [электр. ресурс] / Ppt4Web – режим доступа: <http://ppt4web.ru/anglijskij-jazyk/anglicizmy-v-sovremennom-russkom-jazyke.html>
30. Англицизмы в русском языке [электр. ресурс] / A – Z English.ru – режим доступа: <http://azenglish.ru/anglicizmy-v-russkom-yazyke/>
31. Англицизмы и американизмы в современном русском языке [электр. ресурс] / Молодой ученый – режим доступа: <http://moluch.ru/archive/80/14263/>
32. Англоязычные заимствования в современном русском языке (на примере СМИ) [электр. ресурс] / Veni Vidi Vici – режим доступа: <http://www.vevivi.ru/best/Angloyazychnye-zaimstvovaniya-v-sovremennom-russkom-yazyke-na-primere-SMI-ref196532.html>
33. Англицизмы в современном русском языке [электр. ресурс] / Pandia – режим доступа: <http://pandia.ru/text/77/475/003986.php>

34. Засилье английского языка [электр. ресурс] / TRANSLATION-BLOG – режим доступа: <http://translation-blog.ru/anglomanija/>
35. Особенности функционирования англицизмов тематической группы «обиходно-бытовая лексика» [электр. ресурс] / Психология человека – режим доступа: <http://psibook.com/linguistics/osobennosti-funktsionirovaniya-anglitsizmov-tematicheskoy-gruppy-obihodno-bytovaya-leksika.html>

Приложение

Вам представлен список англицизмов, относящийся к различным сферам, наиболее употребляемых в печатных изданиях города Бийска. Если значение слова вам понятно дайте русский аналог, если значение слова вам не понятно, отметьте столбец со знаком - .

Анкета №1

Англицизм	+	-
	Русский аналог	
спикер	Говорящий	
электорат	Круг голосующих	
фракция	Группа, партия	
брифинг		-
легитимность	Признанность действующими нормами, законами	
санкции	Меры пресечения, ограничения	
сепаратист	Представитель группы, противопоставляющей себя официальной власти	
саммит	Собрание	
тендер		-
маркетинг	Рекламная кампания по продвижению продукта	
оффшор	Некая организация (банк) за границей	
промоутер		-
грант	Деньги для реализации проекта	
утилизация	Переработка, уничтожение	
перформанс	Представление	
андерграунд		-
ресепшн	Стойка администрации (гостиницы)	
провайдер		-
спам	Изначально название тушенки. Сейчас – письма, сообщения рекламного или мошеннического характера	

девайс	Устройство	
хакер	Компьютерный взломщик	
апгрейд		-
риелтор	Человек, продающий, сдающий жилье	
холдинг		-

Анкета №2

Англицизм	+	Русский аналог	-
спикер		Тот, кто говорит	
электорат			-
фракция		Составная часть	-
брифинг			-
легитимность		Законность	
санкции		Заперт	
сепаратист			-
саммит			-
тендер			-
маркетинг		Реклама	
оффшор			-
промоутер		Раздатчик листовок	-
грант		Вознаграждение	
утилизация		Уничтожение	
перформанс			-
андерграунд		Подземелье	
ресепшн		Приемная	
провайдер			-
спам		Мусор	
девайс			-
хакер		Взломщик	
апгрейд		Усовершенствование	

риелтор	Тот, кто продает жилье	
холдинг		-

Анкета №3

Англицизм	+	Русский аналог	-
спикер		Говорящий	
электорат			-
фракция		Политическая группа	
брифинг			-
легитимность		Согласие с властью	
санкции		Запреты	
сепаратист		Борящийся за отделение страны	
саммит		Собрание, переговоры	
тендер		Извещение / торги	
маркетинг		Услуги покупателям	
оффшор			-
промоутер		Занимающийся рекламой	
грант		Денежное пособие, стипендия	
утилизация		Переработка отходов	
перформанс		Выступление	
андерграунд		Не являющееся популярным	
ресепшн		Приемная	
провайдер		Организация, предоставляющая Интернет	
спам		Нежелательные письма	
девайс		Приспособления, технические ср-ва	
хакер		Взломщик	
апгрейд		Улучшение	
риелтор		Занимающийся сделками купли-продажи	
холдинг		Система коммерческих организаций с дочерними	

Анкета №4

Англицизм	+ Русский аналог	-
спикер	Представитель	
электорат		-
фракция	Группа политиков	
брифинг		-
легитимность		-
санкции	Ограничения, принудительные меры	
сепаратист		-
саммит	Съезд, собрание	
тендер	Конкурс	
маркетинг	Продажа	
оффшор	Огороженная страна/территория	
промоутер	Человек продвигающий товар	
грант	Плата на безвозмездной основе в научной сфере	
утилизация	Уничтожение	
перформанс		-
андерграунд		-
ресепшн	Регистратура (стойка)	
провайдер	Поставщик	
спам		-
девайс		-
хакер	Взломщик	
апгрейд		-
риелтор		-
холдинг		-