

Также был задан вопрос «Как вы сами оцениваете свои знания в английском языке?» на этот вопрос 42,5 % студентов ответили, что их знания в английском языке удовлетворительные.

27,5 % опрошенных считают, что знают этот язык плохо, а 25 % респондентов считают, что знают английский язык хорошо. И лишь 7,5 % опрошенных сказали, что знают этот язык на отлично.

Выводы

В данной статье приведены разные проблемы с которыми сталкиваются студенты при изучении английского языка. Проанализировав результаты опроса, были выявлены самые популярные проблемы в изучении английского языка, такие как путаница с временами глаголов, языковой барьер, правописание и нехватка времени.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Галеева, А. Р. Проблемы при изучении английского языка / А. Р. Галеева. – Текст : непосредственный // Молодой учёный. – 2022. – №25 (420). С. 295 – 298.
2. Brown H. Principle of Language Learning and Teaching. USA: Jungle publication. 2007.

УДК 811.111'373.613:811.161.1'373.45

А. А. Балахонова

Научный руководитель: преподаватель А. К. Ёжикова

Учреждение образования

«Гомельский государственный медицинский университет»

г. Гомель, Республика Беларусь

АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Введение

Английский язык очень распространен по всему миру. Большинство новых слов, появившихся в нашем языке, источником своего происхождения имеют именно английский язык. Часто происходит заимствование из английского языка некоторых новых слов. Новые слова, заимствованные из английского языка, называются англицизмами [1]. Англицизмы стали активно появляться в русском языке в 18–19 веках. Существенный процесс их проникновения начался после 1990-х годов, так как в это время стали значительно развиваться цифровые технологии, появился Интернет, усилились информационные потоки, стали налаживаться международные взаимоотношения, увеличилось количество свободных путешествий по различным странам [2].

Цель

Определение актуальности использования англицизмов в повседневной речи разных поколений.

Материал и методы исследования

Научные статьи, публикации, социологический опрос.

Результаты исследования и их обсуждение

В наше время переход лексических единиц это обычное явление, которое мы можем наблюдать при появлении новых слов в разговорной речи среди людей разного возраста, а также в разных сферах жизни. С англицизмами мы сталкиваемся:

- 1) в названиях косметических продуктов (пиллинг, консилер);
- 2) в названиях различного рода транспорта, их моделей, марок, а также различных названий машинных запчастей (бэнтли, минивен);
- 3) в названиях продуктов питания: блюда и напитки (милкшейк, ролл, маффин);

- 4) в названиях предметов одежды и обуви (сникерсы, слипоны);
- 5) в названиях офисной техники и канцелярских товарах (стикер, степлер);
- 6) в названиях спортивных терминов (скейтборд, фристайл);
- 7) в названиях профессий, должностей (менеджер, тьютор);
- 8) в названиях медицинских терминов (антибиотики, анестезия);
- 9) в названиях музыкальной культуры (пианист);
- 10) в названиях бытовой техники (миксер).

Англицизмы условно разделяются на несколько групп. К первой группе относятся те слова, которые имеют синонимы в русском языке и тут уже не так важно их заменять на английский манер. К этой группе слов относится молодежный сленг и новомодные обороты речи. Такие слова обычно пользуются большой популярностью у молодежи. Например, ланч, вайб, баг.

Ко второй группе можно отнести слова, которые были заимствованы из английского для названия какой-либо появившейся новой вещи, ранее не существовавшей, или действия, связанного с ней. Сюда относятся такие слова как миксер, файл и др.

Почему англицизмы пользуются такой популярностью в русском языке?

Во-первых, они позволяют заменить длинные русские фразы и выражения одним английским словом. Например, тайм-менеджмент – грамотное распределение своего времени, управление временем. Или дефолт – отказ от выплаты долгов.

Во-вторых, англицизмы помогают украсить и разнообразить нашу речь, особенно, если это научные названия, к примеру, регенерация – восстановление.

В-третьих, это удобно, когда нужно как-то назвать изобретенный предмет или то, что недавно вошло в моду. Например, шоппинг – глобальная закупка, или же селфи – разновидность автопортрета, то есть, когда человек сам себя фотографирует.

Возникает вопрос, как определять англицизмы?

Каждое слово иностранного происхождения имеет ряд особенностей, по которым можно понять, что это конкретно заимствованное слово из английского языка:

1. Суффиксы: -ing (маркетинг, боулинг); -er (тостер, постер); -ist (пианист); -able (комфортабельный).

2. Слова, заканчивающиеся на структурный элемент -мейкер и другие элементы (имиджмейкер, плеймейкер).

3. Приставки mini-, maxi-, super- (минивен, супермаркет, юбка макси).

Выделяют следующие виды заимствованных слов [3]:

Гибриды – английские слова с русской приставкой, суффиксом, либо окончанием. Например, креативный (creative – творческий).

Кальки – слово, похожее по звучанию и написанию, как в русском, так и в английском языке. Например: футбол (football).

Экзотизмы – слова, которые используются для характеристики обычаев других народов, в данном случае англичан, и не имеют русских синонимов. Например: чизбургер, чипсы.

Варваризмы – слова иностранного происхождения, построенные по образцу этого языка и нарушающие чистоту речи родного языка. Часто варваризмы дублируют слова, которые уже есть в языке. Например: арт – искусство, дайвинг – ныряние.

Композиты – или сложносоставные слова, пришедшие к нам из английского языка, состоящие из двух и более основ английского происхождения. Например: керри-блю-терьер, бойфренд.

Жаргонизмы – слова, английского происхождения, которые получились в результате искажения звучания первоначального слова и существующие для быстрой передачи информации. Например: изи – легко, клёвый – умный.

Лжеанглицизмы – или псевдоанглицизмы. Это слова, кажущиеся взятыми из английского языка, но на самом деле отсутствующие в нем или имеющие в английском языке другой смысл. Лжеанглицизмы оформлены не по законам русской орфографии. Например: фейсконтроль.

Был проведен опрос 40 человек, 20 из которых молодежь (от 17 до 23 лет) и 20 – люди среднего возраста (от 45 до 60 лет).

Проведя анализ полученных данных, можно заметить, что не только молодежь пользуется новомодными словами, конструкциями, выражениями, но и большинство людей старшего поколения.

Что касается молодого поколения, 100 % (20 человек) опрошенных часто встречаются с англицизмами и используют их в повседневной жизни. Из старшего поколения – 85 % (17 человек).

90 % (38 человек) опрошенных узнают о новых словах из просторов интернета, остальные 10 % из других источников.

Выводы

Таким образом, в ходе проведенного анализа литературных и интернет-источников, удалось установить причины и способы проникновения англицизмов в русский язык, а также получить информацию об активном использовании опрашиваемыми англицизмов в повседневной жизни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аракин, В. Д. История английского языка: учебное пособие / В. Д. Аракин. – 2-е изд. – М : ФИЗМАТЛИТ, 2003. – 272 с.
2. Шапошникова, И. В. История английского языка: учебное пособие / И. В. Шапошникова. – 5-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2022. – 508 с.
3. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов / И. В. Арнольд, – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2022. – 384 с.

УДК [81'373.4+003.083]:616.12

А. А. Белицкая

Научный руководитель: к.фил.н., доцент И. А.Боровская

Учреждение образования

«Гомельский государственный медицинский университет»

г. Гомель, Республика Беларусь

АББРЕВИАТУРЫ, ЭПОНИМЫ В КАРДИОЛОГИИ

Введение

Слово 'аббревиатура' пришло в русский язык из итальянского (*abbreviatura*, "сокращение") от латинского *brevis* 'краткий'. Аббревиатуры используются с целью сокращения, быстрого написания часто употребляемых слов и выражений. По мнению Т. И. Арбековой, аббревиация – это «образование новых слов путем сокращения (усечения) основы» [2]. Широко используются аббревиатуры и в медицине.

Цель

Исследовать аббревиатуры и эпонимы в кардиологии.

Материал и методы исследования

Материалом для исследования послужили аббревиатуры и эпонимы, взятые из интернет-источников.

Методы исследования: собирательный, исследовательский, аналитический.