

5. Макарова, М. А. Концепты «любовь» и «брак» в пословицах и поговорках английского и французского языков / М. А. Макарова // Молодежь и наука: проблемы современной филологии и методики преподавания филологических дисциплин : материалы VIII Международной молодёжной научно-практической конференции, г. Ульяновск, 03 апреля 2019 г. / Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова. – Ульяновск: Ульяновский государственный педагогический университет имени И.Н. Ульянова, 2019. – С. 176–179.

УДК 811.161.1'373.45:811.111'373.613

Д. П. Вечор

Научный руководитель: старший преподаватель М. Ю. Сенчук

Учреждение образования

«Гомельский государственный медицинский университет»

г. Гомель, Республика Беларусь

ПРИЧИНЫ И СПОСОБЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Введение

Англицизмы – это слова и выражения, заимствованные из английского языка и используемые в русском языке. Началом их проникновения в русский язык считается начало 19 века. Заимствование касалось, как терминов, не имеющих аналогов в русском языке, например, в области компьютерной терминологии (таких как «шредер», «оверхэд», «плоттер») и бизнес-лексики (например, «дефолт», «маркетинг»), так и случаев замещения русских слов английскими для передачи значений, отсутствующих в оригинале (например, «пивная» на «паб» и «убийца» на «киллер»). Заимствование англицизмов стало наблюдаться во множестве языков мира в силу углубления международных контактов, роста туристических потоков, распространения Интернета и культурного обмена. Английский язык стал международным языком общения, и использование англицизмов приобрело элемент моды, особенно среди молодежи, стремящейся подражать западной культуре.

Цель

Выявить основные причины и способы возникновения англицизмов в русском языке.

Материал и методы исследования

Сравнительный анализ, социолингвистический подход и лексикографические источники.

Результаты исследования и их обсуждение

Проведенный анализ показал, что англицизмы широко распространены в различных сферах, особенно в бизнесе и молодежной культуре. В текстах деловой переписки и специализированной литературы доля англицизмов достигла 30–40 процентов.

Основные причины возникновения англицизмов включают:

1. Глобализация: увеличение международных связей и взаимодействия с англоговорящими странами. Например, *talk show* – «ток-шоу», *stand up* – «стенд ап», *fitness* – «фитнес», *come back* – «камбэк», *make up* – «мэйк ап», *oversized* – «оверсайз», *peace* – «пис» (в значении мир или приветствие), *food corts* – «фуд корты», *reception* «ресепшен», *marketing* – «маркетинг», *coffee break* – «кофе брэйк» или «перерыв на кофе», *lunch* – «ланч», *couch* – «коуч», *training* – «тренинг», *speaker* – «спикер», *okey* – «окей», *sequel* – «сиквел», *prequel* – «приквел», *spinoff* – «спин-офф», *track* – «трек», *respect* – «респект» (в значении уважения, признания), *community* – «комьюнити» (как общество, коллектив), *user* – «юзер» (в значении пользователь), *public* – «публиковать», «паблик», «публикация» [2].

2. Технический прогресс: появление новых технологий, требующих новых терминов, которые часто заимствуются из английского языка. Например, *internet* – «интернет», *computer* – «компьютер», *gadget* – «гаджет», *website* – «веб-сайт», *e-mail* – «и-мэйл», *interface* – «интерфейс», *scanner* – «сканер», *printer* – «принтер», *provider* – «провайдер», *slide* – «слайд», *presentation* – «презентация», *evm* – «электронно-вычислительная машина».

3. Культурное влияние: популярность западной культуры, в частности, кино, музыки и моды, способствующая внедрению английских слов в повседневную речь. Например, *performance* – «перформанс», *quiz* – «квиз», *quest* – «квест», *destination* – «пункт назначения», *sight seeing* – «осмотр достопримечательности», *event* – «ивент» (событие).

4. Бизнес и экономика: в сфере бизнеса и маркетинга многие термины, такие как *brend* – «бренд», *marketing* – «маркетинг», *start-up* – «стартап», *cashback* – «кэшбэк», *sammit* – «саммит», *barter* – «бартер», *default* – «дефолт», *price-list* – «прайс-лист», *monitoring* – «мониторинг», *investor* – «инвестор», *office* – «офис», *realtor* – «риэлтор», *holding* – «холдинг», *teambuilding* – «тимбилдинг или сплочение команды» широко используются в практике.

5. Наука и образование: научные исследования и публикации зачастую ведутся на английском языке, что приводит к заимствованию специализированной лексики. Например, *PR-agency* – «PR-агенство», *chat* – «беседа, чат», *flash* – «память», *design-center* – «дизайн-центр», *express-payment* – «экспресс-оплата» [1].

6. Сленг: молодежь в разговорной речи использует множество слов, заимствованных с английского языка. Например, «трэш или ужас», «хиллить» – в значении лечиться (от слова *heal*), *power* – «сила, мощь», *nice* – «найс (в значении хорошо)», *offer* – «оффер» (в значении предложение), *cringe* – «кринж» дословно (в значении чего-то неприятного), *crush* – «краш» (объект симпатии), *loser* – «лузер» (как проигравший), *chill* – «чил, чиллить» (в значении отдыхать), *vibe* – «вайб», *hate* – «хейт, хейтить» (как оскорбление, оскорблять), *health point* – «точка здоровья», *hype* – «хайп» (что-то популярное), *drive* – «драйв», *connect* – «коннект» (в значении пересечения в чем-либо (мнение и тп), *outfit* – «аутфит» (как образ), *skill* – «скилл» (умение), *achievement* (ачивки) – «достижение», *angry* – «агриться» (злиться), *proof* «пруф» (доказательство), *real* – «реально», *native* – «нейтив» (местный житель, носитель языка), *trouble* – «трабл» (проблема), *lol* – «лол» (что-то смешное, забавное).

7. Медицина: в связи с внедрением технологий в медицинской сфере так же используются английские слова, помогающие передать более емкий смысл. Например, *implant* – «имплант», *hospice* – «хоспис», *non-sense* – «нонсенс-мутации», *miss-sense* «миссенс-мутации».

Способы возникновения англицизмов:

1. Прямое заимствование: это самый распространенный способ, когда слово или выражение берется из английского языка без изменения. Например, «окей», «лайк», «комьюнити», «селебрити», «бести».

2. Калькирование: в этом случае происходит перевод элементов слова или выражения на русский язык. Например, «глобальное потепление» от *global warming*, «беседа» от *chat*, «память» от *flash*.

3. Адаптация: англицизмы могут адаптироваться к фонетическим и грамматическим нормам русского языка. Например, слово «менеджер» изменяется по падежам, также «тренинг», «спикер», «лук», «аутфит».

4. Сокращения: многие англицизмы приходят в виде аббревиатур, таких как «СМИ» (средства массовой информации) от *mass media*, «электронно-вычислительная

машина» от *evm*, «смеюсь взхлеб» от *lol*, «рофл» (шутка) от *rofl* (*rolling on floor laughing* – кататься по полу от смеха).

5. Комбинации: иногда англицизмы комбинируются с русскими словами для создания новых выражений. Например, «интернет-магазин», «супермаркет», «универсам».

Опросы показали, что молодое поколение (18–30 лет) использует англицизмы значительно чаще, чем старшие возрастные группы. Это связано с их активным использованием интернета и социальных сетей. Уровень образования также влияет на частоту использования англицизмов: лица с высшим образованием чаще применяют заимствованные слова в профессиональной среде. Многие англицизмы адаптируются к фонетическим и грамматическим нормам русского языка. Например, слова «блог», «шопинг», «тренинг», «коуч», «ресепшен» изменяются по падежам и имеют русские окончания.

Выводы

Исследование показало, что причины возникновения англицизмов в русском языке многообразны и взаимосвязаны. Англицизмы не только заимствуются, но и адаптируются к фонетическим и грамматическим особенностям русского языка. Это свидетельствует о гибкости языка и его способности к изменениям в ответ на новые реалии. Отношение к англицизмам остается неоднозначным. С одной стороны, они воспринимаются как необходимые для современного общения, с другой – вызывают опасения по поводу потери языковой идентичности. Таким образом, исследование причин и способов возникновения англицизмов в русском языке подчеркивает динамичность языка как живого организма, способного адаптироваться к изменениям в обществе и культуре, а также важность осознания этого процесса для будущего языкового развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дьяков, А. И. Словарь англицизмов русского языка: книга / А. И. Дьяков. – М.: Издательство «ФЛИНТА», 2021. – 1383 с.
2. Антрушкина, Г. Б. Лексикология современного английского языка: учебн.-метод. пособие / Г. Б. Антрушкина. – М.: Дрофа, 1999. – 288 с.

УДК: 378.016:811.161.1

Е. Е. Воробьев, В. А. Вирко

Научный руководитель: младший научный сотрудник В. А. Вирко

Учреждение образования

«Военно-медицинская академия им. С.М. Кирова»

г. Санкт-Петербург, Россия

ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ КУРСАНТОВ-МЕДИКОВ КАК ГЛАВНОЕ ПРЕПЯТСТВИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ В РОССИЙСКОМ ВУЗЕ: МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ К ПРЕОДОЛЕНИЮ ЯЗЫКОВОГО БАРЬЕРА

Введение

На сегодняшний день обучение иностранных граждан в российских вузах, особенно в области медицины, является важной составляющей международного сотрудничества и экспорта образовательных услуг. Однако, успешная интеграция иностранных курсантов в учебный процесс сопряжена с рядом трудностей, среди которых ключевую роль играет языковой барьер и, как следствие, – языковая интерференция. Интерференция, под которой понимается влияние родного языка на процесс усвоения иностранного [1],