

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

По английскому языку



«Англицизмы в речи русского делового человека»

Работу выполнила: Сафроненко Наталья
9 класс

МОУ «Тверская Гимназия №8»
Научный руководитель: Жукова Елена Вячеславовна
Учитель высшей категории



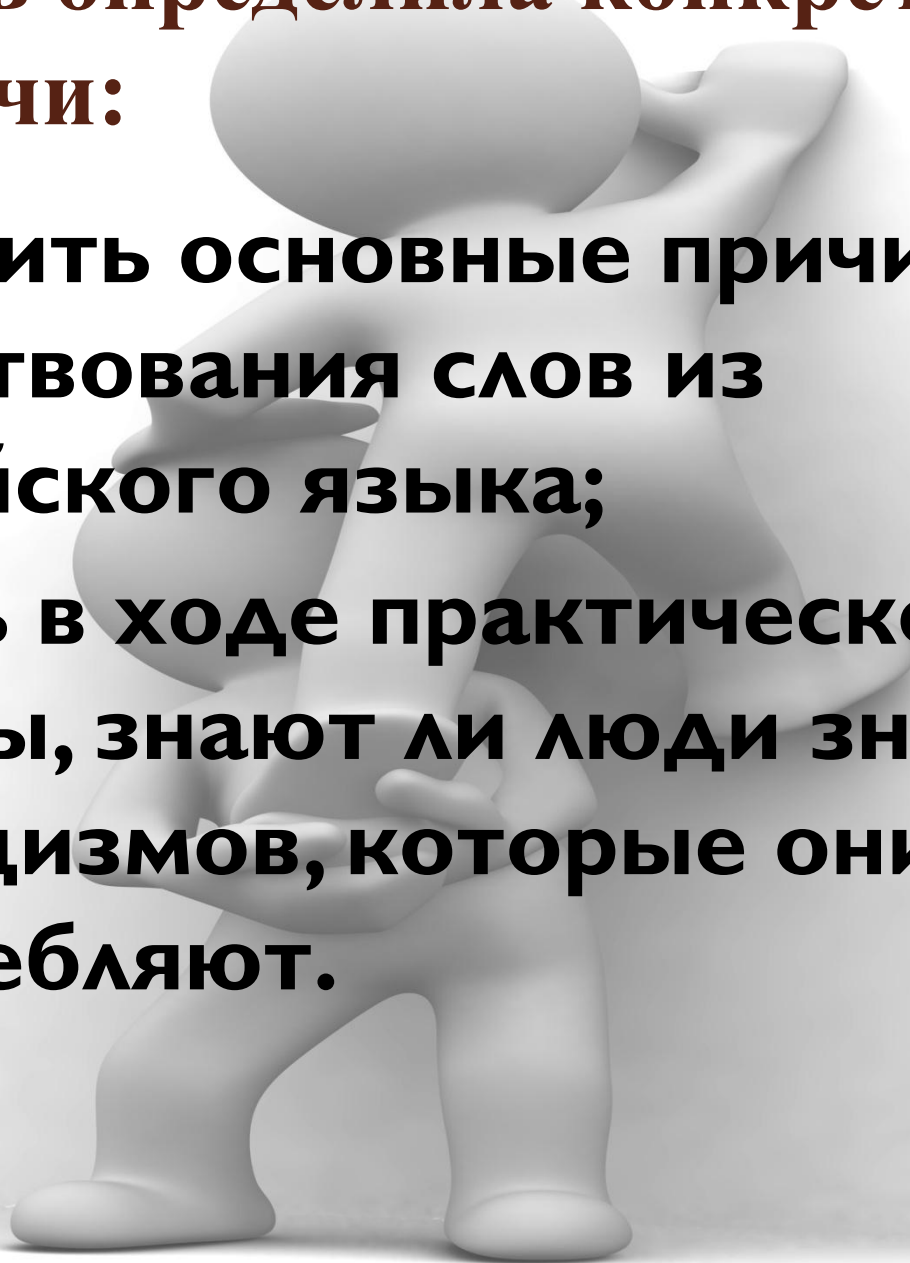
Цель:

- **данной работы состоит в том, чтобы изложить роль англицизмов в деловом сленге русского человека.**




Цель определила конкретные задачи:

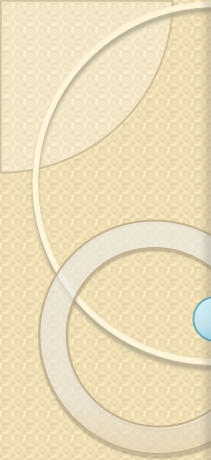
- **изложить основные причины заимствования слов из английского языка;**
- **узнать в ходе практической работы, знают ли люди значение англицизмов, которые они употребляют.**




- **Материалом исследования** послужили 60 лексических единиц, полученные методом соцопроса и работы со СМИ.
- **Теоретической основой исследования** послужили научные труды Брейтера и Крысина.



- 
- **Методом исследования** моей работы стал метод работы с научной литературой и другими источниками информации.



Деловой язык русского человека основан большей своей частью на заимствованиях, англицизмах, именно этим фактом обусловлена **актуальность данной темы.**



Данная работа состоит из введения, 2 глав, заключения, списка использованной литературы и приложения. В первой главе изложена теория, касающаяся основных причин появления заимствований. Во второй главе мною рассмотрена роль англицизмов в деловом сленге русского человека и представлены результаты соцопроса в фирме ООО «BAU Мастер».

Основные причины заимствования слов из английского языка:

- **Причина №1. Отсутствие соответствующего понятия в базе языка-рецептора**

органайзер, пейджер , сканер, тюнер и т. д.

Причина №2. Отсутствие соответствующего (добавим - более точного) наименования (или его "проигрыш" в конкуренции с заимствованием) в языке-рецепторе

- ***детектор (валют), топ-модель, brand name, виртуальный, инвестор, дайджест, спичрайтер, спонсор, спрей***


Причина №3 Выражение позитивных или негативных коннотаций, которыми не обладает эквивалентная единица в языке-рецепторе;

Причина №4. Социально-психологические причины и факторы заимствования

- **Роуминг**
- **мейк-ап (make-up - макияж),**
- **лифтинг крем (lifting – cream – крем подтягивающий кожу.**

Причина №5. Обеспечение стилистического эффекта

- рецензия на книгу "Миры Пола Андерсона" была озаглавлена "Аптека. *Street*. Фонарь"

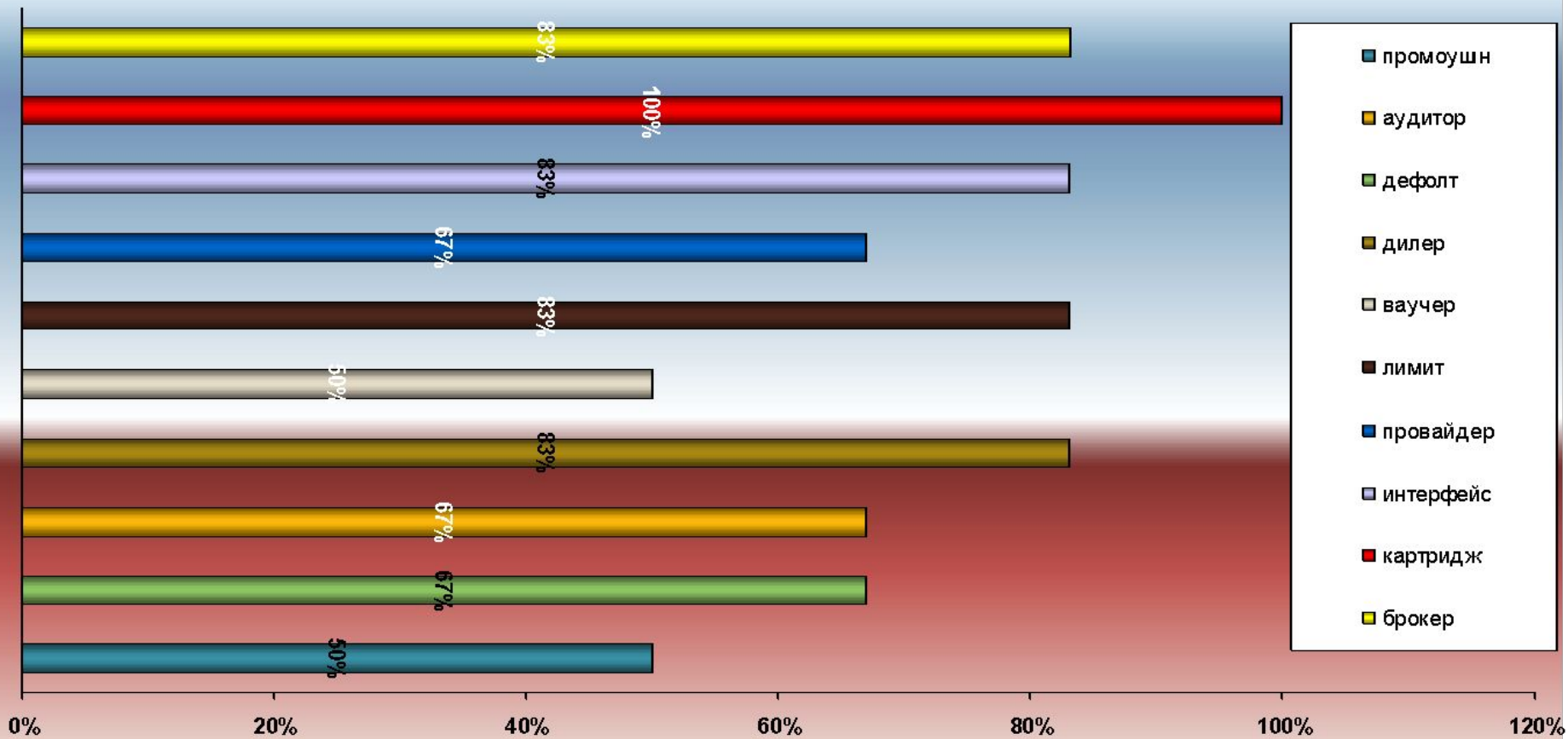


Соцопрос в тверской фирме
ООО «VAU Мастер», с целью
выявить употребляют ли сотрудники
выше указанной фирмы слова,
заимствованные в английском языке, и
знают ли значение употребляемых
СЛОВ.

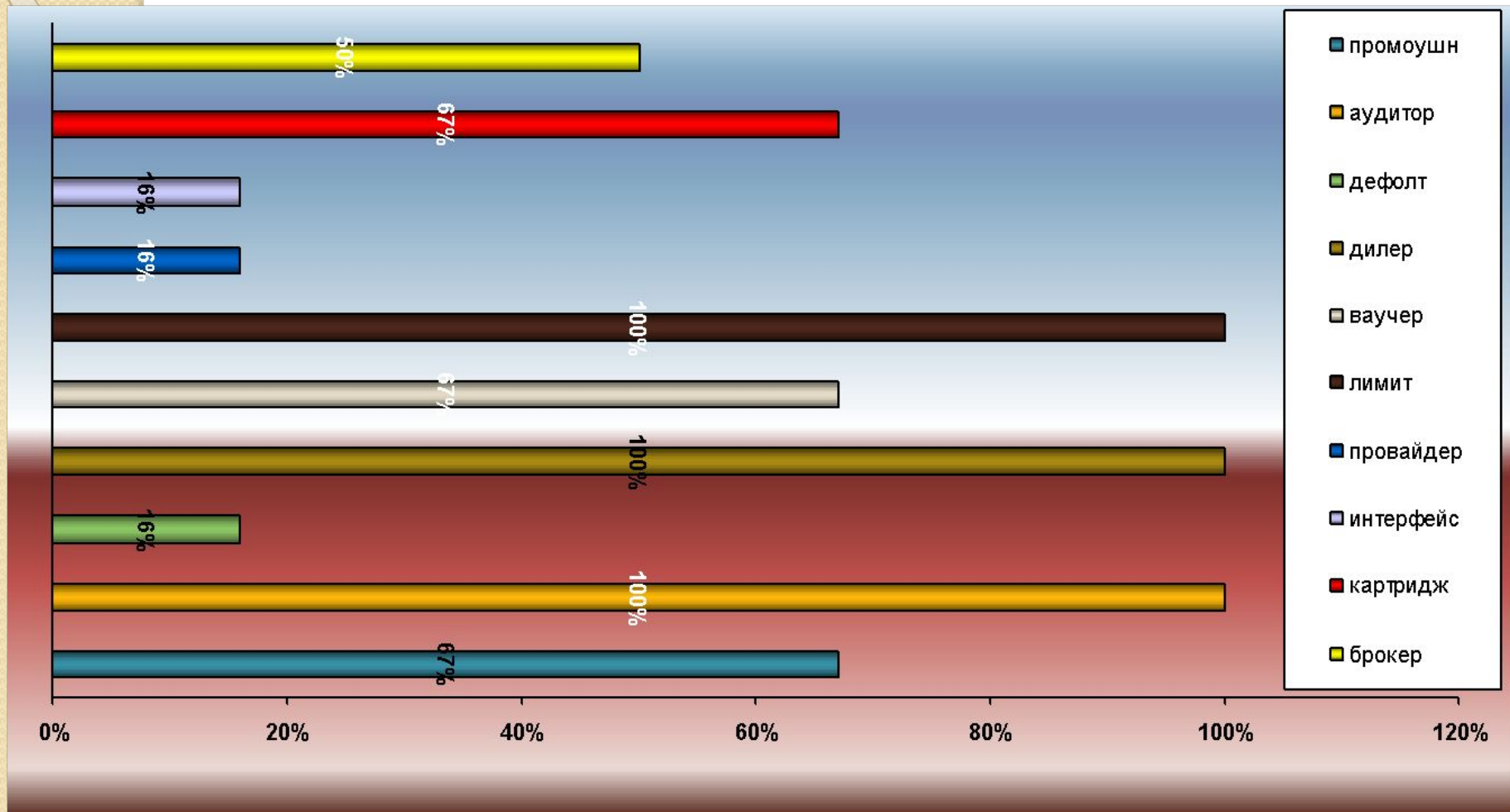
В анкете было представлено 10 лексических единиц:

- промоушн
- аудитор
- картридж
- брокер
- дефолт
- Дилер
- Интерфейс
- лимит,
- провайдер,
- ваучер.

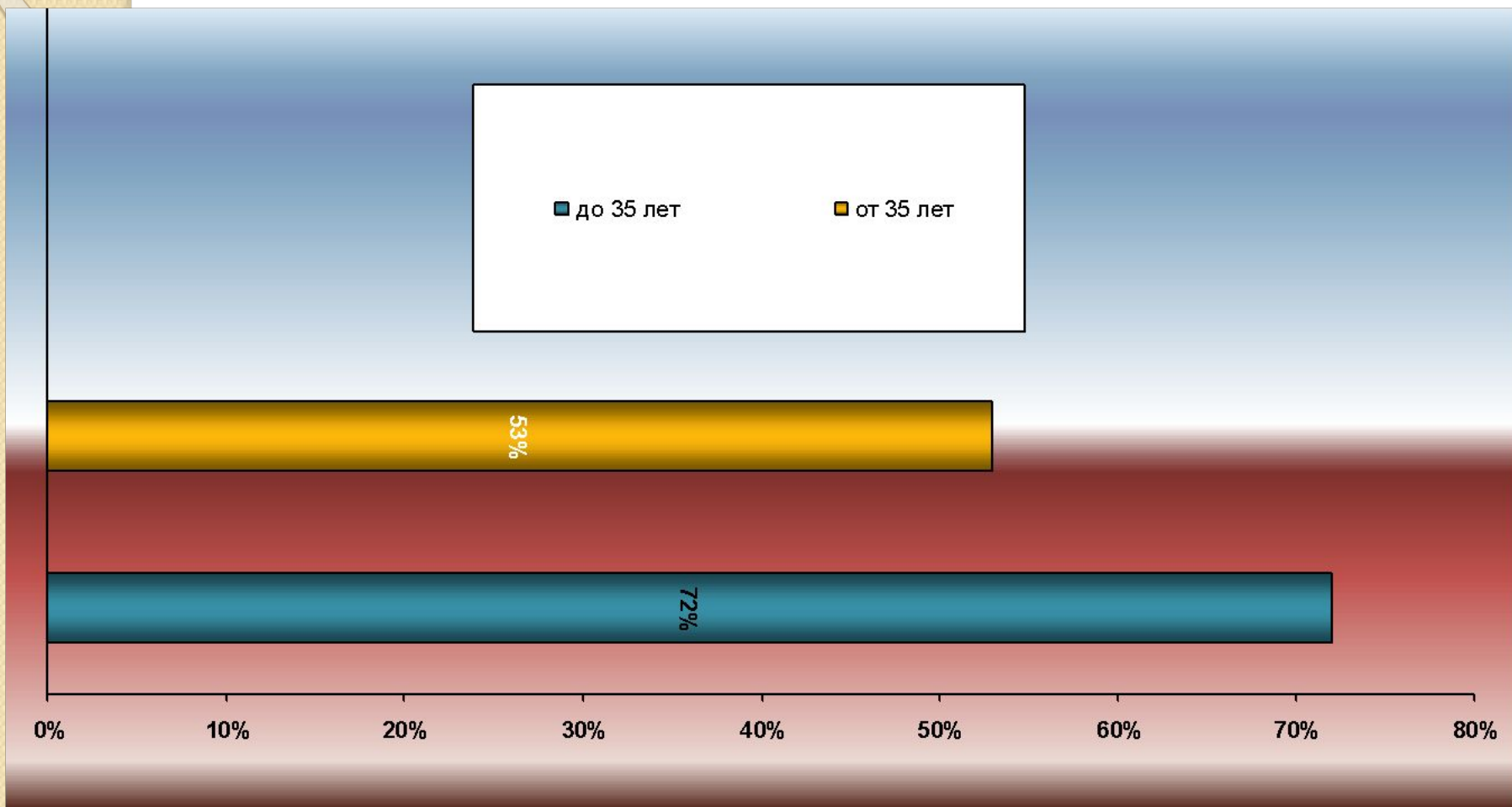
Количество людей употребляющих слово



Количество человек знающих значение употребляемого слова.

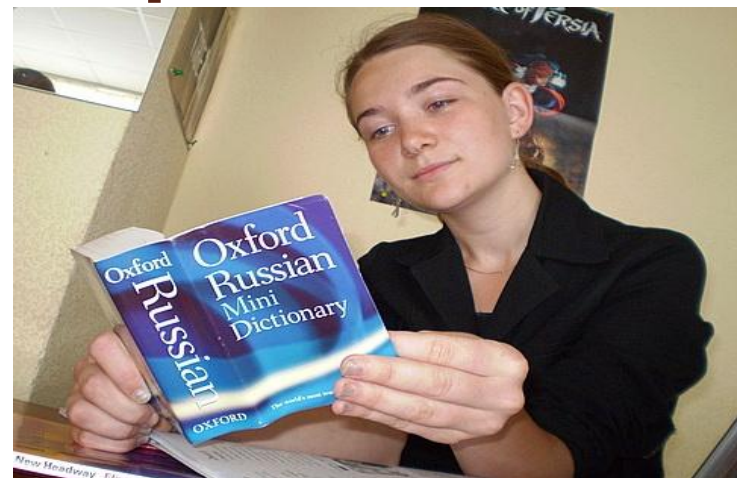



Количество людей в возрастной категории знающие значение употребляемых слов.




Выводы:

В ходе анализа я пришла к выводу, что наиболее часто встречающиеся причины заимствований - это отсутствие соответствующего понятия в языке и социально-психологические причины.





В лексике русского языка великое множество англицизмов, и во время века технического и научного прогресса таких слов будет становиться все больше и больше. Некоторые на долгое время останутся в нашем языке, а может и даже войдут в словари в качестве русского термина.



В ходе практической работы я выясняла, что в деловой речи персонал активно использует заимствования, но при этом не знают точного, а иногда и правильного значения употребляемого слова.

**Данная работа была очень полезна,
так как:**

- **данный вид деятельности совершенствует навыки работы со словарями и научными источниками**
- **расширяет кругозор и учит планировать свою деятельность и работать самостоятельно**
- **способствует обогащению лексического запаса**
- **способствует развитию навыков и умений анализировать, группировать и выделять главное.**



Спасибо за внимание!