

Научно-исследовательская работа
по английскому языку

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК НА УЛИЦАХ МОЕГО ГОРОДА

Выполнила:

Егорова Варвара Александровна

учащаяся 8 класса

*МОУ СОШ № 5 им. 63-го Угличского
пехотного полка, Россия, г. Углич*

Руководитель:

Егорова Ольга Александровна

Учитель английского языка, 1 категория

*МОУ СОШ № 5 им. 63-го Угличского
пехотного полка, Россия, г. Углич*

Содержание

I.	Введение	3
II.	Теоретическая часть	4
1.	Понятие англицизмов	4
2.	Причины появления англицизмов	4
3.	Классификация англицизмов	5
III.	Практическая часть	6
1.	Результаты опроса	6
2.	Результаты поиска заведений с английскими заимствованиями в г. Угличе	8
3.	Классификация найденных английских названий по способу заимствования	8
4.	Анализ соответствия названий с назначением данных учреждений	10
IV.	Заключение	12
V.	Список использованных источников и литературы	12
VI.	Приложение	14

Введение.

Сегодня невозможно представить нашу жизнь без иностранного языка, в особенности английского. Об этом можно судить по появлению большого количества англоязычных заимствований в русском языке. Язык стремительно проникает во все сферы нашей жизни. Английские заимствования встречаются не только в компьютерных технологиях, СМИ, политике, музыке, художественной литературе, но и зачастую в рекламных вывесках.

Гуляя по своему городу Угличу, невозможно не заметить бросающиеся в глаза яркие названия магазинов, ресторанов, кафе, которые часто включают в себя целые слова или отдельные буквы английского алфавита. Почему владельцы русских заведений дают своим заведениям названия, так или иначе имеющие отношение к английскому языку? Чем объясняется их выбор? В нашей работе мы бы хотели изучить тему «Английский язык на улицах моего города».

Проблема: по названию заведения, имеющего английское название, не всегда понятно, какой профиль этого заведения.

Цель: определить соответствие англоязычных вывесок с местами их использования.

Для достижения цели мы поставили перед собой следующие **задачи:**

- изучить теорию, связанную с английскими заимствованиями;
- составить список англоязычных заимствований в названиях ресторанов и других учреждений города Углича;
- классифицировать англицизмы в названиях учреждений по способам заимствования;
- рассмотреть значения использованных слов;
- проверить соответствие названий с назначением данных учреждений.

Гипотеза: названия на английском языке соответствуют профилю данного учреждения.

Методы исследования: поиск информации, опрос, классификация, обобщение, анализ.

Теоретическая часть

1. Понятие Англицизмов

Чтобы глубже вникнуть в тему исследования, мы начали с изучения понятия англицизмов, их типов и причин появления в русском языке.

Пополнение словаря русского языка, во многом связано с заимствованиями иноязычной лексики, в частности, английской. Термин "англицизмы" многие ученые трактуют по-разному.

В словаре С.И. Ожегова *англици́зм* характеризуется как «слово или оборот речи в каком-либо языке, заимствованные из английского языка или созданные по образцу английского слова или выражения» [5,30].

Ученый и профессор А.И. Дьяков в своей научной работе дает такое понятие англицизмам:

Англици́зм – это английское слово или словосочетание, перенесенные в русский язык из английского, прошедшие определенную трансформацию или оставшиеся в своем оригинальном облике. [3,35]

Таким образом, англицизмом считается не только английское слово, которое оказалось в русской речи, но и слово, образованное при помощи разных английских морфем. Русский язык всегда считался великим и могучим. Так почему к нам проникают слова из другого языка?

2. Причины появления англицизмов.

Русский язык стремительно развивается. На смену старым словам приходят новые и прочно укрепляются в нашей речи. На данный момент большое количество слов пришло к нам из английского языка.

Советский и российский лингвист Л.П.Крысин указывает на следующие причины заимствований [4,58].

1. Потребность в наименовании новой вещи, нового явления и т.д.

2. Необходимость разграничить содержательно близкие, но все же различающиеся понятия.
3. Необходимость специализации понятий - в той или иной сфере, для тех или иных целей.
4. Тенденция, заключающаяся в том, что цельный, не расчлененный на отдельные составляющие объект и обозначаться должен "цельно", нерасчлененно, а не сочетанием слов.
5. Социально-психологические причины и факторы заимствования: восприятие всем коллективом говорящих или его частью - иноязычного слова как более престижного, "ученого", "красиво звучащего", а также коммуникативная актуальность обозначаемого понятия.

3. Классификация англицизмов.

Существуют разные виды англицизмов. Проанализировав примеры, которые мы нашли на улицах города Углича, мы решили взять за основу классификацию С.А. Бойко [1,33], в которой он выделяет:

- 1) полностью английские слова (Beauty);
- 2) заимствования на графическом уровне (Zanoza);
- 3) заимствования на морфологическом уровне (супер-, -инг);
- 4) заимствования на лексическом уровне (прямые) – это те слова, которые совпадают в русском звучании с английским написанием. Слово в русском и на языке — оригинале встречается в одном и том же значении, (чизбургер, сэконд-хэнд, ток-шоу);
- 5) заимствования на синтаксическом и орфографическом уровне, когда мы имеем дело с сочетанием английских и русских слов в одном предложении (восточный express, happy weekend на Байкале);
- 6) гибриды – это вид заимствований, который образуется путем присоединения к иностранной основе русских приставки, суффикса и окончания или с использованием англоязычных графических знаков;
 - а) в области графики (Блин'ок, ЖАРА, ЧЕРДАК);
 - б) лексики (шуб-тур, линзалайн);

с) синтаксиса, когда мы имеем дело с сочетанием английских и русских слов в одном предложении (восточный express, happy weekend на Байкале).

Практическая часть

1. Результаты опроса

В начале нашего исследования мы провели опрос среди жителей города Углича. Нам удалось опросить 50 человек, среди которых были взрослые и подростки.

На первый вопрос «Как вы относитесь к названиям заведений на английском языке?» мы получили следующие ответы: практически половина (24 опрошенных) относятся к названиям на английском положительно, почти каждый пятый (9 человек) негативно, а почти каждый третий (17 человек) сказал, что ему безразлично, на каком языке название того или иного места.

К своим ответам некоторые давали комментарии, что также не могло не привлечь нашего внимания – «Мне не нравится, когда в одном названии сочетаются слова на разных языках, или, когда сами владельцы используют слово в названии, хотя толком сами не знают его значения». «Мое мнение, что английский нужен, но не для того, чтобы наш язык вытеснить». «Языковой клуб может носить название на иностранном языке. Остальное... Смешно выглядит, когда тряпки продают, а название...»

Второй вопрос «Обращаете ли вы внимание на названия на английском языке?» дал следующие результаты: 12 человек всегда обращают внимание, больше половины опрошенных (31 человек) иногда лишь обращают внимание, а 7 человек – никогда.

На третий вопрос «Всегда ли вы понимаете названия заведений на английском языке?» только 6 человек ответили, что всегда понимают, как переводится название, 37 иногда понимают, а 7 человек никогда не могли понять слова на английском языке.

Большая часть опрошенных жителей (34 человека) хотели бы знать, как переводится то или иное название, 12 опрошенных сказали, что им все равно, и только лишь 4 ответили, что это им совсем не интересно.

Также в опросе предлагалось перевести три названия заведений города Углича. 27 человек без проблем перевели Butterfly (бабочка), 29 – Beauty Room (красивая комната), 22 знают слово Bridge (мост) и всего лишь 8 человек знают, как переводится название ресторана Бранч (завтрак, второй завтрак).

И в последнем вопросе мы предложили определить профиль нескольких мест в нашем городе. Для нашего опроса мы взяли места, которые не на слуху у угличан и могли вызвать затруднения. В итоге, Васькин Rabbit – 90% горожан правильно определили – кафе (1 человек предположил – зоомагазин, от английского Rabbit - кролик), 65 % человек правильно назвали профиль салона красоты Рай, и всего 25 % верно указали профиль Happy kids – парк развлечений (многие давали предположения – детский магазин, что тоже имеет смысл, kid - ребенок). Возможно, жители города, правильно ответившие на наши вопросы, знают данные места в городе, но тем, кто не знает, было сложно по названию понять профиль того или иного заведения.

Подводя итоги нашего опроса, можно сделать вывод, что больше половины опрошенных жителей нашего города иногда обращают внимания на названия заведений на иностранном языке, но тем не менее, смысл английских слов не всегда бывает понятен. В подтверждении этому, далеко не все смогли перевести названия на русский язык и определить статус городского учреждения.

Какую цель преследуют владельцы, давая своим заведениям английские названия? С этим вопросом мы обратились к нескольким предпринимателям нашего города. Ответ нас не удивил – название показалось звучным, запоминающимся, красивым. По словам директора детского парка Happy kids, это английское название звучит намного интереснее, чем его русский эквивалент «Счастливые дети». Название ресторана Бранч (англ.Brunch)

придумывал весь коллектив. Русский эквивалент «Завтрак, обед» менее звучен. Решили написать Бранч, используя буквы русского алфавита.

Таким образом, к причинам появления англицизмов в названиях мест можно отнести – привлечение внимания, новизна звучания, индивидуальный стиль и неповторимость.

2. Результаты поиска заведений с английскими заимствованиями в г.Угличе.

Следующий шаг в нашей исследовательской работе – найти и составить список учреждений, имеющих в своем названии англицизмы. На наш взгляд, список для нашего маленького города получился довольно значительный. Как оказалось, в большинстве своем англицизмы встречаются в названиях магазинов, салонов красоты, кафе и ресторанов. Мы узнали, что у нас есть следующие заведения с англоязычными заимствованиями – «Рай», «Beauty Profi», «Beauty Room», «Beauty Loft», «ГоСТИ», «Вulka», «Васькин Rabbit», «Шашлычная Кебаб House», «Hollywood», «Суши Good», «Люкс», «Kari», «Gyobar», «Aleksa», «Love Li», «Colibri», «Бранч», «Пицца vs Суши», «Опята Sweet», «Happy Kid», «Мадам Баттерфляй», «Bridge», «Спорт Plus», «MaXimum», «Shefon'er», «Dress Code», «Элегант», «Афанасий & Фасоль», «Микс продукты», «Egoza», «Rieker», «Sinta», «DNS», «Красное & Белое», «Квант», «Юникс», «Sportswear», «Miss & Mister Sport», «Orhideja», «Krujevo», «Кидприкид», «Fix Price», «Golden Ring», «Альянс-N», «Sacvoyage», «Славтайм», «Диваны & кухни», «Pudra», «Фронтекс», «Энергомикс», «Фактория», «Гранд», «Golden Apple».

3. Классификация найденных английских названий по способу заимствования.

Следующий этап нашего исследования заключался в установлении и классификации обнаруженных англицизмов в названиях общественных точек города по способам заимствования. Анализ названий данных учреждений позволил нам выделить несколько типов заимствований и их процентное

соотношение, которое приведено в таблице 1. Так, полностью английские слова составляют 19,3 % от общего числа проанализированных названий; разного рода гибриды – 33,3 %, заимствования на графическом уровне – 26,3 %, заимствования на лексическом уровне, как и слова, не имеющие перевода – 10,5%.

Таблица 1. Разные типы англицизмов в анализируемых названиях

полностью английские слова	заимствования на графическом уровне	заимствования на лексическом уровне (прямые)	гибриды	Названия, не имеющие смысла
Beauty Profi Beauty Room Beauty Loft Love Li Happy Kid Bridge Wildberries Sportswear Golden Ring Golden Apple Fix Price	Мадам Баттерфляй Бранч Люкс Vulka Shefon'er Элегант Egoza Квант Юникс Orhideja Krujevo Sacvoyage Pudra Гранд	Dress Code Colibri MaXimum Hollywood, Gyrobar, Miss & Mister Sport	Кебаб House Рай ГоСТИ Васькин Rabbit Суши Good Пицца vs Суши Опята Sweet Спорт Plus Афанасий & Фасоль Микс продукты Красное & Белое Триколор Спортландия Кидприкид Альянс-N Славтайм Диваны & кухни Энергомикс Фактория	Kari Aleksa, Rieker, Sinta, DNS Фронтекс
19,3%	26,3 %	10,5 %	33,3 %	10,5 %

Как мы видим, ряд заведений взяли за основу слова, написанные исключительно на английском языке, другие написали английское слово на русском языке, третьи сделали название русско-английским, а известные торговые сети получили название от производителя.

Кроме того, из таблицы видно, что, давая своему заведению двойное название, владельцы зачастую прибегают к использованию амперсанда (&), который является графическим сокращением латинского союза et (и).

3. Анализ соответствия названий с назначением данных учреждений

* название соответствует статусу

Название	Перевод	Назначение заведения
1. «Beauty Profi»	Профессионал в области красоты	Магазин профессиональной косметики *
2. «Beauty Room»,	Комната красоты	Ногтевая студия*
3. «Beauty Loft»,	Чердак красоты	салон красоты*
4. «Hollywood»,	Голливуд	ресторан, кофейня
5. «Gyrobar»,	Гиробар (бар, где подают гиро-блюдо греческой кухни, схожее с арабской шаурмой или турецким донером)	кафе, быстрое питание*
6. «Love Li»,	(от английского Lovely – милый)	студия красоты
7. «Happy Kid»,	счастливый ребенок	парк аттракционов*
8. «Bridge»	Мост	курсы английского языка
9. «Рай»	рай (замена букв)	Солярий. Салон красоты
10. «Dress Code»	дресс код	магазин одежды*
11. «Colibri»	колибри	Эпиляция. Салон красоты
12. «MaXimum»	максимум	магазин одежды
13. «Триколор»	три цвета	спутниковое телевидение
14. Wildberries	дикие ягоды	международный интернет-магазин
15. «Мадам Баттерфляй»	мадам бабочка	Маникюр. Массаж
16. «Бранч»	второй завтрак, обед	ресторан*
17. «Люкс»	люкс	торговый центр
18. «Вулка»	булка	кафе*
19. «Shefon'ег»	шифоньер	магазин одежды*
20. «Элегант»	элегант	магазин обуви

21. «Egoza»	егоза	детский магазин
22. «Квант»	квант	магазин электротоваров
23. «Юникс»	юникс	магазин сантехники
24. «ГоСтИ»	гости	ресторан
25. «Васькин Rabbit»	васькин кролик	кафе
26. «Aleksa»	алекса	салон красоты
27. «Кебаб-House»	кебаб дом	кафе*
28. «Пицца & Суши»	пицца и суши	пиццерия. Магазин суши и азиатских товаров*
29. «Опята sweet»	опята сладости	кафе*
30. «Красное & белое»	красное и белое	магазин алкогольных напитков*
31. Спортландия	sportland +ия (спортивная земля)	спортивная одежда и обувь*
32. Спорт Plus	спорт плюс	спортивная одежда и обувь*
34. Miss &Mister	мис и мистер спорт	одежда больших размеров
35. Sportswear	спортивная одежда	спортивная одежда и обувь*
36. Микс	смесь	магазин продуктов
37. Orhideja	орхидея	магазин белья и купальников
38. Krujevo	кружево	магазин белья и купальников*
39. Кидприкид	kid (ребенок) +прикид	магазин детской одежды*
40. Rieker	-	магазин обуви
41. Sinta	-	магазин обуви
42. Kari	-	магазин обуви
43. Fix Price	фиксированная цена	товары для дома
44. Golden Ring	золотое кольцо	магазин подарков и сувениров

45. Golden Apple	золотое яблоко	ювелирный магазин
46. Sacvojage	саквояж	магазин сумок*
47. Славтайм	слав/a + time (время)	магазин часов*
48. Pudra	пудра	одежда больших размеров
49. Фронтекс	-	компьютерный магазин
50. Гранд	grand (грандиозный, главный, важный)	торговый центр

Проанализировав собранный материал, можно сделать вывод, что меньше половины (40%) заведений соответствуют заявленному профилю. Понимая это, владельцы рядом с названием добавляют – ювелирный салон, магазин сумок, обувь и т.д.

Заключение

Работая над данным исследованием, мы пришли к выводу, что с одной стороны, названия на английском языке действительно звучат красиво, вызывают эмоции, ассоциации и привлекают жителей города, но с другой стороны, те же названия могут ввести в замешательство тех, кто, не знает, что несет в себе смысл красивого слова на английском языке. Не зная перевод, простой человек не может понять, что предлагает данное заведение, чем оно занимается, если не дать уточнение на русском языке.

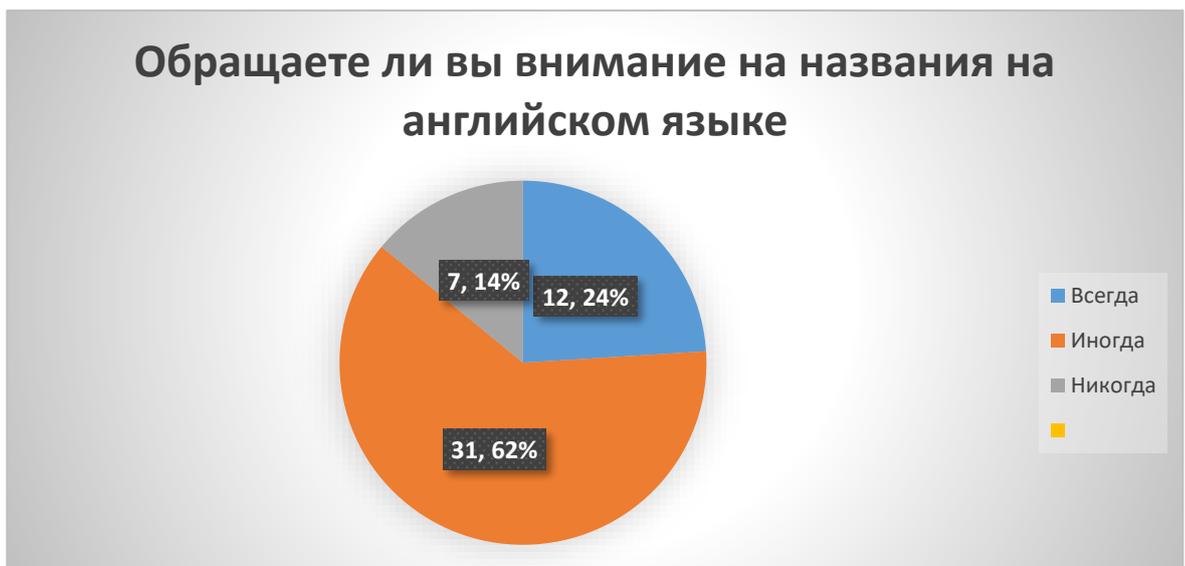
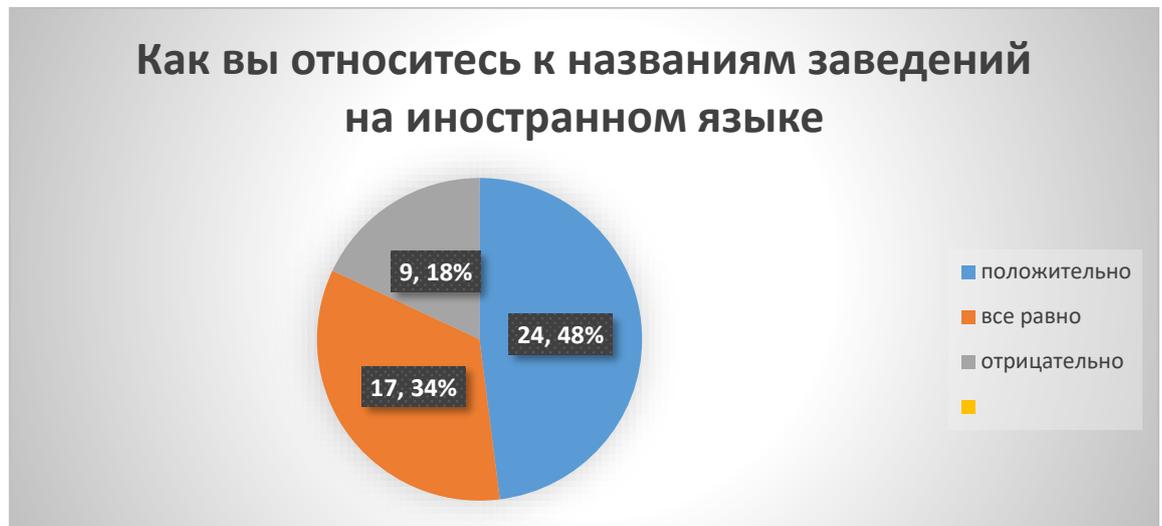
Названия должны не только привлекать, но и отражать суть данного заведения, не вводить в заблуждение. Но, как показало исследование, не все названия магазинов и других заведений несут тот же смысл, что и их профиль.

Таким образом, мы приходим к выводу, что гипотеза, выдвинутая нами в самом начале, подтвердилась.

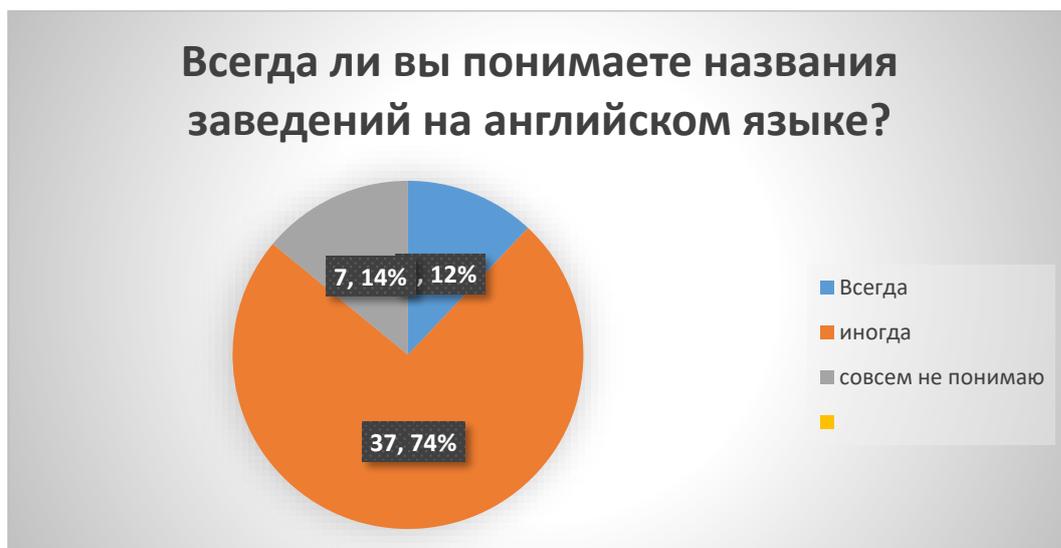
Список литературы:

1. Бойко С.А. Англицизмы в современном русском языке: лингвоэкологический аспект // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. №2. С. 32–43.
2. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов. – Владивосток: Диалог – МГУ, 1997. – 155стр.
3. Дьяков А. И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке // Язык и культура. Новосибирск, 2003. С. 35–43.
4. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык в школе. 1994. №6. – С.16.
5. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М., 1994

Интернет: <http://www.lovelylanguage.ru/interesting/articles/809-anglicisms>.
<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-anglitsizmov-tematicheskoy-gruppy-obihodno-bytovaya-leksika/viewer>



Вопрос 3



Вопрос 4



Вопрос 5

Знают, как переводятся следующие названия

