Комитет по образованию

Администрации Муниципального образования

Ломоносовский муниципальный район Ленинградской области

Муниципальное общеобразовательное учреждение

«ЛЕБЯЖЕНСКИЙ ЦЕНТР ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»

(МОУ «Лебяженский центр общего образования»)

Научно-практическая конференция «Старт в науку»

Название работы: Влияние зарубежных фильмов на речь старших школьников

Тип работы: исследовательская

Участник конференции: Коваленко Анастасия, Мазалова Аделина

МОУ «Лебяженский центр общего образования» школа 9 класс

Научный руководитель проекта: Башкирцева Ксения Сергеевна, учитель

гп Лебяжье

2020 г

СОДЕРЖАНИЕ

Введение………………………………………………………………...….. стр. 3

1. Теоретическая часть

1.1 Понятие культуры речи………………………..……………………...... стр. 4

1.2 Факторы, влияющие на формирование культуры речи школьника … стр. 6

1.3 Стилистические особенности лексики, ограниченной в употреблении, в

русском языке …………….…….................................................................. стр. 7

1.4 Англицизмы …………………………………………………………… стр. 10

1.5 Причины заимствований………………………………………………. стр. 7

1. Практическая часть

2.1 Анкетирование……………………………………….………………... стр.16

2.2 Просмотр современных зарубежных фильмов……………………… стр.18

Выводы…………………………………………………………………….. стр.20

Рекомендации…………………………………………………………….... стр.21

Список используемой литературы и интернет ресурсов……………... стр.22

Приложение 1……………………………………………………………… стр.24

Приложение 2 ……………………………………………………………… стр.25

**Введение**

«В звуке голоса, в глазах и во всём облике говорящего заключено не меньше красноречия, чем в выборе слов» Ларошфуко́

В среде школьников заметно усилилось использование слов сниженной стилистической окраски, что ведёт к снижению уровня языковой компетенции носителей русского языка, к обеднению индивидуального словаря, к расшатыванию литературных норм языка. Известно, что источником формирования речевой культуры школьника являются не только семья, школа, книги, общение со сверстниками, но и СМИ. Причем телевидение и компьютеризация являются самым массовым и доступным средством информации, активно влияющим на речь учащихся. Мы решили провести исследование влияния телевидения, в частности зарубежных фильмов, на речь старших школьников.

Исходя из вышеизложенного целью данной работы является: выявить характер влияния зарубежных фильмов на культуру речи старшеклассников.

Объект исследования: Речь школьников 9-11 классов

Предмет исследования: Сниженная лексика, употребляемая школьниками под влиянием зарубежных фильмов.

Гипотеза: Словарный запас школьников пополняется за счет лексики зарубежных фильмов, ограниченной в употреблении и негативно влияет на культуру их речи.

Задачи исследования: 1. Изучить литературу по теме исследования 2. Сделать опрос учащихся 9-11 классов путем анкетирования. 3. Выявить, какие слова заимствуют школьники из лексики фильмов.

Методы исследования**:** анализ литературы, анкетирование, просмотр зарубежных фильмов, сравнительный анализ.

**1.1 Понятие культуры речи.**

Культура речи - распространенное в советской и российской лингвистике понятие, объединяющее владение языковой нормой устного и письменного языка, а также «умение использовать выразительные языковые средства в разных условиях общения».

Современные ученые под нормой понимают следующее.

Нормы - это относительно устойчивые правила употребления языковых единиц, принятые в обществе в качестве образцовых. Следование нормам обязательно для всех образованный людей (В. Ф. Греков)

Под литературно - языковой нормой обычно понимают совокупность наиболее устойчивых, освящённых традицией языковых средств и правил их употребления, принятых в данном обществе, в данную эпоху (Г. Я. Солганик)

Норма - центральное понятие о правильности речи и о её культуре. Норма литературного языка - это социально одобряемое правило, «объективированное реальной речевой практикой, правило, отражающее закономерности языковой системы и подтверждаемое словоупотреблением авторитетных писателей», учёных, образованной части общества (В. Горбачевич).

Свой взгляд на понятие нормы имели известные ученые-лингвисты. Так, например, А. М. Пешковский считал, что «Норма есть идеал, раз и навсегда достигнутый, как бы отлитый на веки вечные».

А.М.Пешковский

(1878 - 1933)

С. И. Ожегов дает следующее определение: «Норма - это совокупность наиболее пригодных («правильных», «предпочитаемых») для обслуживания общества средств языка, складывающаяся как результат отбора языковых элементов. из числа сосуществующих».

С.И.Ожегов (1900 - 1964)

Источниками языковой нормы служат устная речь литературно образованных и авторитетных в обществе людей, произведения писателей - классиков, лучшие исследования по грамматике русского языка.

В школьной практике нормой считается общепринятое употребление слов, их форм, синтаксических конструкций, закреплённое в словарях и справочниках и рекомендованное ими.

* 1. **Факторы, влияющие на формирование культуры речи школьника**

К факторам, влияющим на развитие речи школьников, можно отнести:

- речевое общение со взрослыми;

- речевое общение со сверстниками;

- обучение в школе;

- образцовая речь учителя;

- чтение художественной литературы;

- занятия по развитию речи;

- просмотр телепередач, в том числе фильмов.

При этом последний играет определяющую роль.

**1.3 Стилистические особенности лексики, ограниченной в употреблении, в русском языке.**

Состав лексики русского языка стилистически не однороден. Функционально - стилистическое расслоение лексики связано со сферой употребления слов.

Основным пластом лексики русского языка являются слова общеупотребительные, межстилевые, например: осень, лето, школа, сад, огород, газета, книга; новый, старый, молодой; учиться, работать, идти, читать, рисовать; хорошо, плохо, интересно и т. д. Такие слова употребляются во всех стилях, называют предметы, действия, признаки и не заключают в себе оценки соответствующих понятий.

На фоне межстилевой лексики, стилистически нейтральной, выделяются слова с повышенной стилистической окраской.

Основные пласты лексики можно представить следующим образом:

Лексика разговорного стиля выделяется некоторой сниженностью, выполняет не только номинативную функцию, но и вносит экспрессивно - эмоциональную оценку. Оценка может быть положительная и отрицательная, пренебрежительная, неодобрительная, словом может передаваться ироническое, фамильярное отношение к предмету. При выражении неодобрительной и отрицательной оценки сниженность разговорной лексики ощущается больше.

Разговорная лексика - это слова, которые употребляют в повседневной, обиходной речи, они не уместны в книжной и письменной речи.

Лексика разговорная свойственна преимущественно бытовой, непринуждённой речи; употребление её в речи книжной, например, в научном докладе, является не всегда уместным. Слова разговорной лексики имеют добавочные оттенки фамильярности, грубоватости, презрительности, неодобрительности, шутливости, иронии, устарелости: столовка (ср. столовая), браслетка (ср. браслет), докторша, генеральша (ср. жена доктора, генерала), ровнёхонько, близёхонько (ср. ровно, очень ровно, очень близко), писанина, писака (с оттенком пренебрежения), бахвал, пройдоха, бестия, архаровец (с оттенком неодобрительности, близко к бранным словам), губастый, зубастый (с оттенком грубоватости), байбак (о неповоротливом, ленивом человеке), медведь (о неуклюжем человеке с оттенком неодобрительности, а иногда шутливости и фамильярности), артачиться, набедокурить, балагурить, безалаберный (ср. беспорядочный), белобрысый (ср. блондин), нынче (ср. сегодня), бедняжка (с оттенком фамильярного сочувствия), басурман (бранное устарелое слово) и др. Слова разговорной речи, являющиеся бранными, очень близки к просторечной лексике.

Ещё большую сниженность, по сравнению с разговорной лексикой, имеют слова просторечные, характеризующиеся упрощённостью, грубоватостью и служащие обычно для выражения резких, отрицательных оценок. Просторечные слова выходят за рамки литературного языка, часто нежелательны даже в обычной беседе.

Просторечная лексика отличается от разговорной большей степенью экспрессии. Многие просторечные слова имеют оттенок грубости, и поэтому употребление их характерно лишь для определённых видов языкового общения - для фамильярной речи, разного рода словесных перепалок, перебранок, ссор. Сравните такие слова, как харя, мурло, облапошить, загнуться, жрать и т. п. В речевой практике литературно говорящих людей некоторые просторечные слова нередко используются намеренно - для оживления речи, для шутливого обыгрывания тех или иных ситуаций и т. п.

В лексике русского языка встречаются жаргонные и арготические слова, они находятся за пределами литературного языка, их употребление говорит о невысокой культуре человека, который ими пользуется. Жаргонизмы - это слова, ограниченные в своем употреблении определенной социальной или возрастной средой. Многие жаргонизмы очень выразительны, что способствует их быстрому переходу в просторечие. Жаргонизмы всегда были и будут в языке. В их создании проявляется речетворческое начало народа. «Употребление жаргонной лексики, - пишет языковед Л. И. Скворцов, - засоряет и огрубляет разговорную речь».

Наличие у слова дополнительного стилистического значения находит отражение в словарях, указывается стилистическими пометами. Помета «разговорное», «просторечное», «бранное», «вульгарное» - указывает не только на сферу употребления, но и на сниженность стилистической оценки.

Помимо всего вышеперечисленного, в речи школьников все чаще используются англицизмы.

Что же это такое, почему и как влияет на разговорную речь?

* 1. **Англицизмы.**

Англици́зм — заимствование слов из английского языка в какой-либо другой язык.

Англицизмы начали проникать в русский язык на рубеже XVIII-XIX веков, но их приток в лексику русского языка оставался незначительным вплоть до 1990-х годов: в это время начался интенсивный процесс заимствования как слов, для которых отсутствовали соответствующие понятия в когнитивной базе языка-рецептора — например, компьютерной терминологии (шредер, оверхэд, плоттер, сканер) и деловой лексики (дефолт, маркетинг, дилер, офшор), — так и замещение русских лексических единиц английскими для выражения позитивных или негативных коннотаций, которые отсутствуют у исходного слова в языке-рецепторе (пивная → паб, убийца → киллер).

Кроме прямых заимствований лексики английского языка в русском языке также происходит процесс словообразования псевдоанглицизмов (ложных англицизмов) — неологизмов, обозначающих понятия или явления, новые для языка рецептора и одновременно отсутствующие в языке-источнике. Такие англицизмы могут образовываться словосложением как английских основ (например, шоп-тур, не имеющий эквивалента в английском), так и композицией английской и русской основ (например, шуб-тур и лох-тур).

Большое число случайных англицизмов может содержать перевод, выполненный человеком, недостаточно хорошо владеющим устоявшейся русской терминологией в данной области.

Изучением причин заимствования иноязычных слов занимались многие лингвисты еще в начале XX в. Однако выявление причин заимствования проводилось без достаточно четкой дифференциации языковых и внешних, неязыковых, причин. Так, в работе Л. П. Крысина [4, с. 12] указывается, что Э. Рихтер основной причиной заимствования слов считает необходимость в наименовании вещей и понятий. Перечисляются и другие причины, различные по своему характеру - языковые, социальные, психические, эстетические и т. п., потребность в новых языковых формах, потребность в расчленении понятий, в разнообразии средств и в их полноте, в краткости и ясности, в удобстве и т. д. Сам процесс языкового заимствования рассматривался им в неразрывной связи с культурными и иными контактами двух разных языковых обществ и как часть и результат таких контактов.

М. А. Брейтер отмечает, что около 15% новейших англицизмов заимствуются в связи с отсутствием соответствующего наименования в языке-рецепторе. К ним он относит: детектор (валют), топ-модель, brand name, виртуальный, инвестор, дайджест, спичрайтер, спонсор, спрей. Отмечается, что грань между этой и предыдущей группой размыта, так как в ряде случаев трудно утверждать, является ли данное понятие новым для языка-рецептора, например, инвестор, топ-модель. К этой группе автором отнесены также те заимствования, которые в силу некоторых причин (легче произносятся, короче, прозрачнее по своей этимологии, конкретнее по семантике) вытеснили (частично или полностью) ранее освоенные или исконно русские языковые единицы, например, прайс-лист (вместо прейскурант), имидж (вместо образ). В последнем случае точнее говорить не о вытеснении, а о перераспределении смысловых ролей: в одних ситуациях уместно употребление только англицизма (имидж работника, имидж нашего банка), в других (и этих ситуаций пока больше) - образ (образ Божий / Татьяны / зверя / царя / учителя и др.).

В настоящее время появление большого количества иноязычных слов английского происхождения, их быстрое закрепление в русском языке объясняется стремительными переменами в общественной и научной жизни. Усиление информационных потоков, появление глобальной компьютерной системы Интернета, расширение межгосударственных и международных отношений, развитие мирового рынка, экономики, информационных технологий, участие в олимпиадах, международных фестивалях, показах мод – все это не могло не привести к вхождению в русский язык новых слов.

Увлечение англицизмами стало своеобразной модой, оно обусловлено созданными в молодежном обществе стереотипами, идеалами. Таким стереотипом нашей эпохи 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, молодые люди определенным образом приближаются к этому стереотипу, приобщаются к американской культуре, стилю жизни. Как было указано выше, в нашей стране увеличивается количество людей (особенно молодых), владеющих иностранным языком. Англицизмы, употребляемые молодежью, аттестуют ее в определенных кругах более высоко, подчеркивают уровень информированности, ее превосходство над остальными.

Проанализировав весь теоретический материал, мы пришли к выводу, что причинами заимствований могут быть:

- Послевоенное переустройство мира;

- Развитие «индустрии» развлечений, воздушного транспорта;

- Бурное развитие сферы бизнеса, науки;

- Рекламирование американского образа жизни;

- Распространение компьютера, интернета, СМИ;

- Бездумное использование слов и словосочетаний в тексте, которые вызывают ассоциации с чем-то новым;

- Излишне частое использование английских слов в рекламе, прессе, на телевидении;

- Преднамеренное терминологическое засорение сферы общения;

- Определенная мода на английский язык;

- Чрезмерная глобализация общественных функций английского языка.

- Процесс заимствования английских слов начался не сегодня, это закономерный исторический процесс.

- Заимствование английских слов - это один из каналов пополнения лексики новыми словами.

Современное состояние и употребление иностранных слов в русской речи показывает, что эта проблема по-прежнему остается актуальной. Продолжается нашествие американизмов, англоязычного новояза, об отрицательном воздействии которого на русскую речь справедливо пишет А. И. Солженицын: "Конечно, нечего и пытаться избегать таких слов, как компьютер, лазер, ксерокс, названий технических устройств. Но если беспрепятственно допускать в русский язык такие невыносимые слова, как "уик-энд", "брифинг", "истеблишмент". "имидж" - то надо вообще с родным языком распрощаться" (Солженицын, 1995:3).

Еще можно попытаться объяснить проникновение иностранных слов в специальную лексику современного предпринимательства, торговли, банковского дела и т. п. тем, что терминами русского языка трудно выразить соответствующее понятие (брокер, дилер, провайдер, промоутер и др. ). Однако зачем искать замену словам общелитературного языка (менталитет - духовный склад, креативный - творческий, эксклюзивный - исключительный, экстраординарный - необычный и т. д. и т. п. )?

Начиная с 90-х годов ХХ века, наша страна живет в условиях социальной и языковой нестабильности. Языковые нормы расшатаны, и существование русского литературного языка в его прежнем виде находится под угрозой. Объективно сложившиеся условия таковы, что естественной социальной поддержки у литературного языка нет.

И основную роль в этом играют СМИ. Радио- и телетрансляции уже в силу особенностей разговорной речи исключают соблюдение многих языковых норм (неизбежны ошибки в ударениях, в глагольном управлении, повторы и т. п. ).

Воспользовавшись так называемой свободой слова, ТВ, радио, печать, шоу – бизнес обрушили на духовно неокрепшее поколение россиян замешанную на самых низких инстинктах «массовую культуру», используя публицистический жанр, который близок разговорной речи.

При использовании в русской речи собственно английских слов (особенно в рекламе) отмечаются случаи их неправильного произношения и написания: avto вместо auto, citi вместо city, ofis вместо office и др. В дипломе одной из новоявленных "академий" пишется akademy вместо academy. В рекламе чистящего средства говориться: «Ваниш. !» (англ. Vanish)- исчезать, хотя правильно произносить «вэниш». А что это за супермен «мистер Пропер»? как быстро он справляется с грязью в доме. А почему бы не дать название наше, так сказать «по-русски», чтобы всем ясно и понятно было, что этот мистер- настоящий чистюля?

На семантическом уровне происходит утрата значений и ассоциаций, имеющихся в исходной культуре. Название корма для кошек whiskas (whisker - усы у животных), корма для собак - pedigree (родословная), сорта шоколада bounty (подарок, дар) значимы в английском языке, но бессмысленны по-русски.

На семантическом уровне происходит утрата значений и ассоциаций, имеющихся в исходной культуре. Название корма для кошек whiskas (whisker - усы у животных), корма для собак - pedigree (родословная), сорта шоколада bounty (подарок, дар) значимы в английском языке, но бессмысленны по-русски.

Агрессивна и безграмотна реклама: "Сделай паузу, скушай Твикс", "Остановись, сникерсни", "Сникерсни в своем формате" и др.

В названии питьевой воды "Бонаква" использованы латинские корни, но тогда правильно должно быть "Бона аква" (лат. bona aqua). Реклама гамбургеров, использующая запись английских слов русскими буквами, - "Биг Тейсти" (англ. big tasty), очевидно, должна увеличить их размер и улучшить вкус. Реклама нового модема, чтобы сказать, что он обеспечивает "превосходное соединение", объединяет жаргонное слово с неусвоенным заимствованием, порождая немыслимое сочетание "офигительный коннект".

Следует заметить, чрезмерное употребление англицизмов в рекламе и в СМИ вызывает явно негативную реакцию у большой части русскоязычного населения, поэтому создание позитивной коннотации при помощи англицизмов - спорный вопрос в настоящее время.

Именно поэтому мы решили провести своё исследование и выяснить, верна ли гипотеза «Словарный запас школьников пополняется за счет лексики зарубежных фильмов, ограниченной в употреблении и негативно влияет на культуру их речи».

1. **Практическая часть**

**2.1 Анкетирование**

В ходе исследования мы провели анкетирование. Били опрошены учащиеся 9-11 классов в количестве 46 человек.

Были предложены следующие вопросы:

1. Любите ли вы смотреть фильмы?

☐Да ☐ Нет

1. Как часто вы смотрите фильмы?

☐ Каждый день ☐ 1-2 раза в неделю ☐ Редко

1. Какие фильмы предпочитаете?

☐ Отечественные ☐ Зарубежные

1. Ваш любимый зарубежный фильм?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Употребляете ли Вы слова и выражения из зарубежных фильмов в повседневной жизни? Если да, то какие, и знаете ли Вы их значение?

☐ Да ☐ Нет

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Слышите ли Вы их в речи родителей?

☐ Да ☐ Нет

С результатами анкетирования можно ознакомиться в приложении 1.

Анкетирование среди школьников показало, что большинство учащихся любят смотреть фильмы. При этом основная масса смотрит фильмы зарубежного производства.

В числе любимых учащиеся назвали такие фильмы, как «Ривердэйл», «Пираты Карибского моря», «Бегущий в лабиринте», «Джокер», «Оно», «Голодные игры», «Мстители».

Зарубежные фильмы смотрят с удовольствием, они яркие, красочные, профессионально отснятые, несут заряд бодрости. Школьникам нравятся спецэффекты, сюжеты с драками, элементы фантастики, герои с их речью и шутками, несмотря на то, что зачастую они грубы и вульгарны. Старшеклассники активно используют слова и фразы стилистически сниженной лексики из фильмов, подражая их главным героям. Перечислим наиболее употребляемые: сыграть в ящик (умереть), дрыхнуть (спать), жрать (есть), клёвый (хороший, интересный), спереть (украсть), училка (учительница), препод (преподаватель), классуха (классный руководитель), муторный (неприятный), башка (голова), трэш (негативная оценка деятельности, поступков или поведения кого-либо)

**2.2 Просмотр современных зарубежных фильмов**

Для подтверждения или опровержения выдвинутой гипотезы были просмотрены популярные фильмы зарубежного производства в период с 27.10.19г. по 05.11.19г. Это было каникулярное время, а значит школьники могли проводить у экрана целый день.

Список просмотренных фильмов:

1. «Ривердэйл» (Riverdale) - американская телевизионная подростковая драма, основанная на комиксах Арчи (США, 2017-2018)
2. «Пираты Карибского моря» (англ. Pirates of the Caribbean) — серия приключенческих фильмов о пиратах в Карибском море, режиссёрами которых выступили Гор Вербински (1—3 части), Роб Маршалл (4-я часть), Эспен Сандберг и Юаким Рённинг (5-я часть). Сценарий к фильмам писали Терри Россио и Тед Эллиот (1—4 части), Джефф Натансон (5-я часть), а спродюсированы они были Джерри Брукхаймером. Фильмы были сняты после открытия аттракционов в Диснейлендах, а также при поддержке кинокомпании Walt Disney Pictures. (США, 2003-2017)
3. «Бегущий в лабиринте» (англ. The Maze Runner) — фильм в жанре молодёжной антиутопии, основанный на одноимённой книге Джеймса Дэшнера. (США, 2014)
4. «Джокер» (англ. Joker) — американский психологический триллер режиссёра Тодда Филлипса по сценарию, написанному Филлипсом совместно со Скоттом Сильвером. Сюжет фильма представляет собой версию истории происхождения суперзлодея Джокера, одного из ключевых антагонистов Бэтмена в комиксах компании DC Comics. (США, 2019)
5. «Оно» (англ. It) — американский фильм ужасов режиссёра Энди Мускетти, вышедший на экраны в 2017 году. Фильм основан на первой части одноимённого романа американского писателя Стивена Кинга, рассказывающей о семерых подростках, которых терроризирует Пеннивайз, существо, которое может принимать разные обличия, черпающее силу из их страхов, ненависти и разочарования. (США, 2017)
6. «Голодные игры» (англ. The Hunger Games) — фильм режиссёра Гэри Росса по одноимённому роману Сьюзен Коллинз. Жанр: антиутопия, психологическая драма, триллер, фантастика, постапокалипсис. (США,2012)
7. «Мстители» (англ. Avengers) — американский супергеройский фильм 2019 года киностудии Marvel Studios, срежиссированный братьями Энтони и Джо Руссо по сценарию Кристофера Маркуса и Стивена Макфили. Экранизация комиксов Marvel о приключениях команды супергероев Мстителей. (США, 2019)

Посмотрев фильмы, мы выделили целый ряд недостатков, которые негативно влияют не только на культуру речи, но и развитие психики ребенка:

- стилистически сниженная лексика;

- переизбыток агрессии и насилия;

- безнаказанность;

- отсутствие границы между добром и злом;

- отсутствие уважения к женщине, родителям, старшему поколению, животным, природе

**Выводы**

Проанализировав прочитанную литературу, информацию в интернет источниках, анкеты учащихся и просмотренные фильмы, мы пришли к выводу, что выдвинутая гипотеза верна.

Кроме того, нами были выявлены недостатки зарубежных фильмов, которые могут привести:

- к агрессии;

- разрушению естественного механизма национальной принадлежности;

- взращиванию «опустошенного поколения»

Из этого следует, зарубежные фильмы не ориентированы на российскую культуру, не адаптированы к менталитету нашей страны, а зачастую элементарно пошлы. При этом следует отметить - все, что смотрят дети по телевизору, несет элемент воспитания и формирования личности, его социализации, что в итоге и формирует наше общество.

**Рекомендации**

Для повышения культуры речи школьников можно дать отдельные рекомендации:

1. Уделять больше внимания чтению классической литературы
2. Ввести в традицию «Вечера семейного просмотра отечественных фильмов». Со списком фильмов можно ознакомиться в приложении 2.

**Список используемой литературы и интернет ресурсов:**

Барлас Л.Г. Русский язык. Стилистика. – М: Просвещение, 2003. – 256с.

Володина М.Н. Влияние языка СМИ на современный русский язык.- //Язык и культура. – Новосибирск, 2003.

Горшков А.И. Русская словесность. От слова к словесности: Учебное пособие для учащихся 10-11 классов. – 2-е изд. – М.: Просвещение, 1996. – С. 33.

Гурьева Т.Н. Словарь иностранных слов. – М.: ООО «Мир книги», 2003. – С. 135.

Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 800 слов и фразеологических выражений/ Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – M.: Азбуковник, 1999.

Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Справочник лингвистических терминов. Пособие для учителя. – М.: Просвещение, 1996.

Список англицизмов в русском языке // Викисловарь.

Русский язык, XXI век: заимствования иноязычных слов

Воробьева, С. В. Грамматическая ассимиляция новейших англицизмов в русском языке / С. В. Воробьева // Вестник Минского государственного лингвистического университета. Сер. 1. Филология. — 2009. — № 5 (42), стр. 178—186

Англицизмы // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона : в 86 т. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890—1907.

А. И. Дьяков. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке // Язык и культура. — Новосибирск, 2003. — Стр. 35—43

<https://ru.wikipedia.org/wiki/Википедия>

<https://kopilkaurokov.ru>

**Приложение 1 –** Результаты анкетирования

Приняли участие в анкетировании: 46 учащихся

1.Любители вы смотреть фильмы?

Да:40 Нет:6

2. Как часто вы смотрите фильмы?

Каждый день:28 1-2 раза в неделю:11 Редко:7

3.Какие фильмы предпочитаете?

Отечественные:3 Зарубежные:43

4.Ваш любимый зарубежный фильм?

«Ривердэйл» (США)

«Пираты Карибского моря» (США)

«Бегущий в лабиринте» (США)

«Джокер» (США)

«Оно» (США)

«Голодные игры» (США)

«Мстители» (США)

5.Употребляете ли Вы слова и выражения из зарубежных фильмов в повседневной жизни? Если да, то какие, и знаете ли Вы их значение?

сыграть в ящик (умереть), дрыхнуть (спать), жрать (есть), клёвый (хороший, интересный), спереть (украсть), училка (учительница), препод (преподаватель), классуха (классный руководитель), муторный (неприятный), башка (голова), трэш (негативная оценка деятельности, поступков или поведения кого-либо)

6.Слышите ли Вы их в речи родителей?

Да:0 Нет:46

**Приложение 2 –** Список отечественных фильмов, рекомендуемых для вечеров семейного просмотра

Военные:

1. Иваново детство
2. Девочка ищет отца
3. Сын полка
4. Отряд Трубачёва сражается
5. Молодая гвардия
6. Судьба человека
7. Повесть о настоящем человеке
8. А зори здесь тихие

Добрые:

1. Звонят, откройте дверь
2. Белый Бим, чёрное ухо
3. Тимур и его команда
4. Усатый нянь
5. Сказка о потерянном времени
6. Старик Хоттабыч
7. Приключения электроника
8. Приключения жёлтого чемоданчика
9. Два дня чудес
10. Гостья из будущего
11. Полосатый рейс
12. Чудак из 5 «Б»