

К. М. Дидрих

Миасский филиал ФГБОУ ВО «ЧелГУ»,

Казахстан, г. Костанай

Стендовый доклад

Особенности восприятия неологизмов-англицизмов носителями современного русского языка

Научный руководитель – С. Н. Глазкова, кандидат филол. наук, доцент

кафедры филологии Миасского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Аннотация: В докладе исследуются неологизмы-англицизмы, причины их проникновения в русский язык. Изложены результаты психолингвистического исследования на основе анкетирования молодежи возраста 17 - 22 лет, проанализирована семантизация англицизмов в речи молодых людей, оценена семантическая освоенность неологизмов.

Ключевые слова: *неологизм, англицизм, иноязычные слова.*

Актуальность темы обусловлена семантизацией неологизмов-англицизмов в молодежной среде русскоговорящего общества.

Целью работы является исследование популярных неологизмов-англицизмов, заимствованных методом случайного выбора из английского языка в период второго десятилетия XXI в. употребляемых среди современной молодежи.

Неологизм (др. - греч. νέος – «новый», др. - греч. λόγος – «слово») – слово, значение слова или словосочетание, недавно появившееся в языке (новообразованное, отсутствовавшее ранее). Изучением неологизмов занимается наука неология [2].

КУДРЯВЦЕВСКИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ

Термином «неологизм» принято отмечать характерное для исторического периода пополнение языка новыми, преобразованными словами, фразами.

Большая часть неологизмов недолговечна. Однако определенный пласт неологизмов вливается в словарный состав языка, становятся неотделимой частью словесности. Наше исследование посвящено одному из видов неологизма – англицизму. Англицизм – заимствование слов из английского языка в какой-нибудь другой язык [1].

Проникновение англицизмов в русскую речь растет с каждым годом. Этот процесс неразрывно связан со стремительным прогрессом общества в различных областях деятельности от научных открытий до общественных контактов. Повсеместное распространение информационных потоков, развитие всемирной сети Интернет, рост внутригосударственных и международных взаимоотношений, процветание мирового рынка, экономической индустрии, информационных технологий, увеличение туристических потоков, участие в событиях международного масштаба – все это способствует проникновению англицизмов в русскую лексику.

Развивались деловые, торговые, культурные отношения, развернулся туристический бизнес, обороты набрала профессиональная деятельность отечественных специалистов за рубежом, на территории Российской Федерации свою деятельность укрепили иностранные предприятия, в рамках международного сотрудничества. Все это обозначает необходимость интенсивного общения с людьми, владеющими другими языками и является важным условием не только для непосредственного заимствования лексики из этих языков, но и для приобщения носителей русского языка к интернациональным (а чаще – созданным на базе английского языка) терминологическим системам.

Следует отметить, что в целом отношение русскоязычного населения к данному процессу толерантно. Благодаря открытости языка для

КУДРЯВЦЕВСКИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ

проникновения в него иноязычных слов происходит изменение мышления, расширение кругозора и диапазона знаний в обществе.

Однако можно предположить, что не все англицизмы и их дериваты бывают понятны молодежи.

Для исследования англицизмов в русской речи было проведено анкетирование с целью оценить понимание современных англицизмов, отобранных из словаря неологизмов с учетом охвата различных сфер жизнедеятельности [3]. Респондентами стали студенты высших учебных заведений в возрасте от 17 до 22 лет. Опрос проводился в групповой форме, без использования электронных или книжных носителей (словарей). Количество опрошенных составило 20 человек. Для анкеты было отобрано 20 англицизмов: *апгрейд, дедлайн, лейбл, дизайн, ресепшен, мейкап, инцидент, киднеппинг, реестр, тренинг, фэйк, шопинг, дай-джест, лобби, юзер, спам, ноу-хау, мотивация, вендинг, инновация*. Опросник состоял из трех заданий: *Знаете ли вы это слово? Употребляете ли вы данное слово в собственной речи? Какое значение имеет слово?*

По результатам ответов на первый вопрос можно сделать следующие выводы: 4 из 20 слов оказались знакомы всем респондентам, не менее 15 слов из 20 знает 75% опрошенных. Слова *дайджест* знает 30% респондентов, *лобби* – 40% опрошенных и *вендинг* – 20%. Приведем результаты исследования в виде таблицы.

Табл. №1

Результаты анкетирования (первый вопрос)

№	Неологизм	Знаете ли вы это слово?	
		Да	Нет
1	Апгрейд	75%	25%
2	Дедлайн	50%	50%
3	Лейбл	75%	25%
4	Дизайн	100%	0%
5	Ресепшен	90%	10%
6	Мейкап	75%	25%
7	Инцидент	90%	10%
8	Киднеппинг	75%	25%
9	Реестр	80%	20%
10	Тренинг	100%	0%

КУДРЯВЦЕВСКИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ

11	Фэйк	95%	5%
12	Шопинг	100%	0%
13	Дай-джест	30%	70%
14	Лобби	60%	40%
15	Юзер	90%	10%
16	Спам	95%	5%
17	Ноу-хау	90%	10%
18	Мотивация	100%	0%
19	Вендинг	20%	80%
20	Инновация	95%	5%

Обработка второго вопроса показала, что наиболее употребительными среди опрошенных являются слова *дизайн* – 95%, *фэйк* – 90%, *инцидент* – 85%. Менее применяемыми в речи респондентов оказались слова *дай-джест*, *вендинг* – 15%, *лобби* – 20%, *апгрейд* – 30%. Остальные слова используют в своей речи от 35% до 80% анкетированных. Представим результаты в виде таблицы №2

Табл. №2

Результаты анкетирования (второй вопрос)

№	Неологизм	Употребляете ли вы это слово?	
		Да	Нет
1	Апгрейд	30%	70%
2	Дедлайн	40%	60%
3	Лейбл	40%	60%
4	Дизайн	90%	10%
5	Ресепшен	60%	40%
6	Мейкап	45%	55%
7	Инцидент	70%	30%
8	Киднеппинг	35%	65%
9	Реестр	60%	30%
10	Тренинг	75%	15%
11	Фэйк	65%	35%
12	Шопинг	80%	20%
13	Дай-джест	15%	85%
14	Лобби	20%	80%
15	Юзер	35%	65%
16	Спам	80%	20%
17	Ноу-хау	45%	55%
18	Мотивация	80%	20%
19	Вендинг	15%	85%
20	Инновация	65%	35%

КУДРЯВЦЕВСКИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ

На третий вопрос анкеты респонденты подбирали к англицизмам синонимы. Получены следующие результаты.

100% опрошенных верно объяснили слова *тренинг*, *шопинг*, *мотивация*, *инновация*, 95% респондентов правильно понимают слово *фейк*, 90% опрошенных – слово *реестр*; 85% дали правильное объяснение словам *дизайн*, *инцидент*, *ноу-хау*; 80% анкетированных верно понимают слово *ресепшен*; 75% – *мейкап*; 70% опрошенных – слова *апгрейд* и *лейбл*; 65% респондентов – слово *юзер*, 60% респондентов – слово *спам*; 50% опрошенных – слово *киднеппинг*; 40% – слово *лобби*; 35% – слово *дедлайн*; 10% – слова *вендинг* и *дай-джест*.

Таким образом, по итогам анкетирования семантизация предложенных англицизмов наблюдается у 55% респондентов от 15 до 19 слов, у 40% – от 10 до 15 слов, менее 10 слов – у 5%.

Результаты анкетирования позволяют сделать вывод, что представленные в анкете неологизмы-англицизмы достаточно часто используются в молодежной среде.

Констатируется полная семантизация у всех респондентов таких англицизмов, как *тренинг*, *шопинг*, *мотивация*, *инновация*. Неполная семантизация отмечается в словах *фейк*, *реестр*, *дизайн*, *инцидент*, *ноу-хау*, *ресепшен*, *мейкап*, *апгрейд*, *лейбл*, *юзер*, *спам*, *киднеппинг*, *лобби*, *дедлайн*. Наблюдается отсутствие даже частичной семантизации слов *дай-джест*, *вендинг*, что свидетельствует о новизне слов. Таким образом, каждое слово имеет свою лексическую историю освоения в языке. Она зависит от лингвистических и экстралингвистических факторов.

Список использованной литературы

1. Брагина, А. А. Неологизмы в русском языке: пособие для студентов и учителей – Москва: Просвещение, 1993. – 425 с. – Текст: непосредственный.

КУДРЯВЦЕВСКИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ

2. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой – Москва: Советская энциклопедия, 1990 (ЛЭС-90) – 688 с. – Текст: непосредственный
3. Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения / под ред. Г.Н. Складчиковой. – Санкт-Петербург, 2000 – 704 с. – Текст: непосредственный