

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного

**Новейшие заимствования в современной устной речи и интернет-
коммуникации**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 412 группы
направления 45.03.01 – «Филология»
профиля «Отечественная филология»
Института филологии и журналистики

Скворцовой Ольги Алексеевны

Научный руководитель
доцент, к.ф.н., доцент

подпись, дата

Е. П. Захарова

Зав. кафедрой д.ф.н., доцент

подпись, дата

А. Н. Байкулова

Саратов 2022

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования несомненна. Современный русский язык в настоящее время изобилует заимствованиями, нередко русские слова совершенно немотивированно заменяются новыми модными, иностранными словами. Данный феномен в нашем языке проявляется, прежде всего, в устной речи, а также в интернет-коммуникации. Между тем многие специалисты придерживаются мнения, что это совершенно естественное и вовсе не пагубное явление для нашего языка.

Тема новейших заимствований в современной устной речи и интернет-коммуникации является актуальной на данный момент. На масштаб и серьезность такого процесса, как заимствование лексических единиц, указывают исследования известных лингвистов: Л.П. Крысина, Н.М. Шанского, Л.А. Вербицкой, Ю.П. Караулова, И.Б. Голуб, Е.В. Мариновой, О.С. Ахмановой.

Объектом нашего исследования являются новейшие заимствования в современной устной речи и интернет-коммуникации. Под новейшими заимствованиями подразумеваются новые заимствованные слова, появившиеся в русском языке за последние 10-15 лет.

Предметом исследования являются особенности употребления новейших заимствований, их восприятие.

Материал исследования – 230 лексических единиц, зафиксированных в современной устной речи и интернет-коммуникации за период с января 2019 по декабрь 2021 года. Критерием отбора новейших заимствований для исследования послужило время их возникновения, степень употребления и актуальности.

Цель работы – комплексный анализ новейших заимствований в современной устной речи и интернет-коммуникации за последние 10-15 лет.

Задачи исследования:

1. Выявить тематические группы новейших заимствований.

2. Определить сферы употребления новейших заимствований и их частотность.
3. Сопоставить восприятие и понимание новейших заимствований представителями разных поколений.

Для решения поставленных задач в работе использовалась комплексная методика анализа с применением описательного метода, элементов компонентного анализа, приема статистической обработки материала, онлайн-анкетирование.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников, приложений, словаря новейших заимствований.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первая глава «Теоретические основы исследования заимствований» содержит три основных раздела.

В **разделе 1.1** дается определение понятию заимствования. Для того, чтобы дать определение понятия «заимствования» и раскрыть данную тему, было проведено исследование самых разнообразных и ключевых трудов. Основной базой стали научные работы, авторами которых являются Е.В. Маринова, Л.П. Крысин, О.С. Ахманова, Е.А. Трубинова и др.

Проанализировав и сравнив довольно много определений понятия «заимствование», которые были представлены в разнообразных научных и научно-публицистических работах, справедливо будет указать, что заимствование – это элемент одного языка, который переходит в другой в результате тесных экономических, культурных, политических и других контактов, в ходе которых слова заимствовались либо устно, либо письменно.

Раздел 1.2 посвящён рассмотрению основных источников заимствований в современной устной речи и интернет-коммуникации. Такие ученые, как Л.П. Крысин, Л.И. Богданова, Е.В. Маринова называют ряд причин заимствования слов. Среди них выделяют экстралингвистические и лингвистические (внутриязыковые) причины.

Основными источниками заимствований являются языковые контакты народов и стран и т.д., необходимость пополнить недостающие звенья в лексической системе, разного рода тенденции: интернационализация лексики современного русского языка, уточнение понятий, обогащение представления носителей языка об окружающей действительности, а также сеть Интернет и система СМИ, обладающая важным качеством – интерактивностью, которая позволяет проводить многосторонний информационный обмен информацией с массовой аудиторией.

В разделе 1.3 рассматривается отражение новейших заимствований в современных словарях. В настоящее время заметная в лингвистической литературе неточность в определении статуса иноязычных заимствований объясняется не только отсутствием строгих критериев в их классификации, но и недостаточно последовательной дифференциацией или даже путаницей терминологических названий (и, соответственно, понятий), относящихся к области заимствования, таких как, например, варварство, экзотика, иноязычные включения и т.д.

Существует ряд новейших словарей, в которых можно найти достаточный лексический материал современных заимствований для их анализа. Это: словари Грамота.ру, Академик.ру, MySlang, а также издания таких авторов, как В. Хайдаров, С. Новиков, С. Иванов и др.

Вторая глава «Исследование новейших заимствований в современной устной речи и интернет-коммуникации» посвящена выявлению тематических групп новейших заимствований, определению сфер их употребления и частотности, а также сопоставлению восприятия и понимания новейших заимствований представителями разных поколений. **Материалом** для исследования являются 230 лексических единиц, зафиксированных в современной устной речи и интернет-коммуникации за период с января 2019 по декабрь 2021 года.

В разделе 2.1 выявляются тематические группы новейших заимствований. Тематическая классификация иноязычных слов особенно актуальна при изучении иноязычных неологизмов.

Анализ фактического материала позволил нам разделить полученный список новых заимствований на тематические группы новейших заимствований: дом, одежда, искусство, косметология, коммуникация, транспорт, офис, наука, общество, политика, спорт, приготовление пищи и питание, сленг.

Предложенная нами тематическая классификация новейших заимствований, разработанная на основе интернет-коммуникации и современного устного общения, которые, как известно, наиболее ярко реагируют на многие изменения, происходящие в нашем языке, не только отражают основные области использования новой лексики, заимствованной из английского языка, но и также позволяет нам установить наиболее проницаемые для заимствования тематические зоны в современном русском языке. В настоящее время проникновение заимствований в русский язык происходит в следующих областях: а) приготовление пищи и питание; б) дом; в) одежда; г) косметология; д) искусство; е) коммуникация; ж) офис; з) транспорт; и) наука; к) общество; л) политика; м) спорт; н) сленг.

Наибольшее количество новых англицизмов, как показало исследование, связано со сферами коммуникации и высоких технологий, экономики и финансов, а также спорта.

В разделе 2.2. указаны сферы употребления новейших заимствований и их частотность. Заимствования различны по своему составу. Среди них выделяются слова, пришедшие в язык из другого языка как название нового предмета, новой реальности, или являющиеся словами – терминами, имеющими международный характер. Их использование в речи в большинстве случаев оправдано, хотя смысл не всегда правильно понимается из-за незнания иностранного языка.

В настоящее время русская лексика активно пополняется иноязычными словами. Представлю в нашем исследовании следующие актуальные сферы употребления новейших заимствований и их частотность употребления на данный момент:

1) Политическая терминология.

Выделяются три подгруппы:

а) название различных политических операций, процедур и др. – импичмент, инаугурация, саммит, баллотирование, брифинг;

б) название политических организаций – меджлис;

в) слова, которыми называют людей, связанных с политической деятельностью – омбудсмен, пролонгация и т.п.

2) Лексика сферы искусства и культуры – клипмейкер, имиджмейкер, блог, блогер, апгрейд, лакшери, лук, ньюсмейкер, поттерн, хайп, гуру, бодипозитив.

3) Спортивная лексика.

Выделяются следующие подгруппы:

а) слова, указывающие на вид спорта – слоупстайл, вейкборд, серфинг, джет-скай, джоггинг, фриклайминг, скелетон, кэтч, маунтинбординг, могул, клаудчейсинг;

б) наименования людей, занимающихся разными видами спорта, а также связанных с деятельностью в области спорта – джет-скайер, вейкер, серфер, матчмейкер, плеймейкер, коуч, форфард.

в) название спортивных процедур – велотрек, джоггинг, драфт, овертайм;

4) Сфера науки и техники – драйвер, интерфейс, битрейт, блокчейн, блэкаут, бэкап, айдентика, камбек, месседж, стриминг

5) Названия предметов быта:

а) продукты – фишбургер, профитроли, мюсли, смузи;

б) названия приборов, приспособлений, используемых в повседневной жизни – шейкер, кофр, тостер, несессор, спиннинг, повербанк, шоппер, санитайзер.

в) канцелярские принадлежности – маркер, органайзер, степлер и др.

6) Коммерческая сфера – аутлет, анбоксинг, бигдиал, грант, кэш, кэшбек, лоукостер, маркетплейс, мастхэв, оффер. перфоманс, рекрутинг, ритейл, спам, тендер, фидбэк, яппи, лоукостер, каршеринг, коворкинг, криптовалюта, биткоин.

7) Сфера косметологии – пиллинг, барбершоп, барберинг, лифтинг, груминг, френч.

8) Названия новых профессий – аниматор, геймер, клинер, клипмейкер, копирайтер, кутюрье, мерчендайзер, ньюсмейкер, промоутер, ритейлер, стример.

9) Сфера психологии – буллинг, абьюзер, гештальт, кэнселинг, тильт, троллинг, чайлдфри.

10) Сфера развлекательной индустрии – хайф, стрим, дропинг, кибербуллинг, фейк, краудсорсинг.

Таким образом, современный процесс заимствования носит масштабный характер, проявляющийся в том, что активизируются все его разновидности. Англицизмы функционально активны в русском языке. Тотальность этого процесса проявляется в том, как мы могли заметить, что он охватывает самые разнообразные области человеческой деятельности.

В разделе 2.3 анализируется восприятие и понимание новейших заимствований представителями разных поколений. Было проведено 2 опроса.

Опрос проводился среди носителей русского языка, представителями разных возрастных групп (20-30 лет, 30-40 лет и 40-50 лет). Общее число информантов составило 100 человек. Гендерный параметр не учитывался. Анкета для информантов включала список слов и руководство, в соответствии с которым требовалось указать,

1. является ли данное слово знакомым или незнакомым;
2. использовалось ли оно или не использовалось в собственной речи;
3. дать определение этим словам;
4. подобрать контексты для этих заимствований.

Анкета

1. Вы используете в своей речи заимствованные слова?
 - а) всегда, постоянно;
 - б) довольно редко;
 - в) никогда.
2. Знакомы ли вам следующие слова: лук, шоппер, флагман, мастхэв, повербанк, нюдсы?
 - а) да
 - б) нет
 - г) некоторые из них (напишите их)
3. Используете ли следующие слова в собственной речи: лук, шоппер, флагман, мастхэв, повербанк, нюдсы?
4. Попробуйте дать определение следующим словам: лук, шоппер, флагман, мастхэв, повербанк, нюдсы?
5. Подберите доступные вам контексты к данным заимствованиям: лук, шоппер, флагман, мастхэв, повербанк, нюдсы?

Обобщенный анализ материалов, полученных в ходе эксперимента, позволил нам прийти к следующим выводам:

1) скорость овладения иностранными словами варьируется в разных социальных группах и тематических областях, и ее самый высокий уровень наблюдается в возрастной группе 20-30 лет;

2) восприятие и понимание заимствованных слов определяется национальными, индивидуальными особенностями и характером самих лексических единиц. Идентификация знакомой или незнакомой лексики носителями русского языка происходит на ассоциативном уровне или на основе внешней формы слова.

Выявление значений знакомых слов у носителей русского языка в большинстве случаев происходит на ситуационном уровне. Молодые люди в основном описывают понятие, в то время как представители старшего поколения, как правило, выражают свое отношение к нему.

4) формально правильное употребление не всегда является критерием точного понимания заимствованной единицы, поскольку были выявлены случаи автоматического запоминания иностранного слова и его формально правильного употребления без понимания значения.

Участникам опроса также было предложено ознакомиться с двумя медиатекстами.

Текст №1. Картины демонстрируют красоту белорусской природы: мартовский закат, осенние березки, зимнее утро оживают под кистью мастера. Его работам присуща точность построения композиции и проработанность.

Текст №2. #Appletooo начала публиковать истории о токсичном отношении к сотрудникам. Ранее активисты сообщили, что почти все истории затрагивают сексизм, прессинг, бездействие кадровиков, расизм и эйблизм, сталкинг и харассмент.

На втором этапе необходимо было дать подробные ответы на следующие вопросы:

1. Оцените понятность изложения текста по десятибалльной шкале.
2. Как вы понимаете значение данных слов: прессинг, сталкинг, эйблизм, харассмент?
3. Как вы относитесь к заимствованиям? Считаете ли вы использование заимствований в тексте уместным?

Результаты опроса не могут быть истолкованы однозначно. Однако обобщенные результаты свидетельствуют о том, что русскоязычные читатели не всегда понимают заимствованную лексику из английского языка.

При этом необходимо учитывать сферу употребления заимствований и словарный запас носителя. В то же время в ходе опроса было выявлено, что носители языка требуют соответствующего использования заимствований в медиатекстах. Основываясь на полученных данных исследования, можно отметить, что российские СМИ используют заимствования в своих текстах для того, чтобы ориентироваться на особую аудиторию. Тексты рассчитаны на

людей, знающих английский язык. В то же время такая лексика создает определенный стилистический эффект, тем самым влияя на весь текст.

В заключении представлены результаты исследования.

В приложении А дан самостоятельно составленный словарь новейших заимствований.

В приложении Б представлены материалы социологического опроса.