

На правах рукописи

Ингул Виктор Васильевич

**Особенности функционирования англицизмов
в современной русскоязычной коммуникации**

Специальность 10.02.01 - русский язык

Направление подготовки 45.06.01 Языкознание и литературоведение

Программа «Русский язык»

ДОКЛАД

об основных результатах

подготовленной научно-квалификационной работы

Красноярск 2022

Работа выполнена на кафедре общего языкознания федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева»

Научный руководитель:

Васильев Александр Дмитриевич, доктор филологических наук, профессор федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева»

Рецензенты:

Осетрова Елена Валерьевна, доктор филологических наук, профессор федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева»

Михайлов Алексей Валерианович, кандидат филологических наук, доцент федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнёва».

Общая характеристика работы

В современную русскую речь активно проникает иноязычная лексика преимущественно американско-английского происхождения. С подобным явлением сталкиваются все мировые языки, что обусловлено растущей глобализацией. Все чаще в нашем обиходе встречаются английские лексемы, которые реализуются в наименованиях привычных бытовых явлений. Существенным стимулом вхождения заимствований выступают средства массовой информации: интернет, телевидение, радио, пресса. Повсеместное распространение интернета нивелирует табуирование сленгизмов¹, так как интернет благодаря своей общедоступности незамедлительно транслирует новейшие англицизмы на все слои населения.

Новейшие иноязычные лексемы способны вызвать ряд вопросов, ведь большинство из них ещё не кодифицировано в русском языке. Данные обстоятельства не мешают подобным заимствованиям активно функционировать в российском социальном обиходе в зыбкой семантике.

В работе исследуются процессы ассимиляции англицизмов в полувековом периоде, уделяется пристальное внимание их текущему функционированию на бытовом базовом уровне русского языка. Выявляются причины, особенности и обоснованность их употребления. Устанавливаются причинно-следственные связи между сегодняшней коммуникативной ситуацией и общемировыми процессами. При помощи социолингвистического эксперимента (анкетирования) удастся установить общую степень агнонимии² в категории новейших лексических заимствований среди различных возрастных групп.

¹ «Сленгизмы — это слова, которые часто рассматриваются как нарушение норм стандартного языка. Это очень выразительные, ироничные слова, служащие для обозначения предметов, о которых говорят в повседневной жизни» [Ахманова, 1964, с. 301].

² «Агнонимы [от др.-греч. ἀ – не, γνῶσις – знание и ὄνομα, ὄνυμα – имя]– лексические и фразеологические единицы родного языка, неизвестные, малопонятные или непонятные многим его носителям» [Морковкина, 1993, с.].

В нашем исследовании также рассматриваются примеры функционирования англицизмов в выступлениях российских политиков. Обращение к политическим текстам обусловлено их прецедентностью и активной ролью в информационном пространстве. В отличие от привычных текстов СМИ, политические выступления не подразумевают форсированного присутствия новейших англицизмов и сленговых конструкций. По своему лексическому составу они приближены к официально-деловому стилю, нередко заранее составлены специалистами.

Отобранный материал позволил исследовать фрагменты как бытовой, так и официально-деловой лексики русского языка. Полученные данные показали, что существенное количество англицизмов, употребляемое на этих уровнях, не всегда обоснованно, так как имеет широкие синонимические ряды исконно русского происхождения. При этом весомая часть рассмотренной нами лексики не имеет кодификации, провоцируя коммуникативные диссонансы.

В нашем исследовании производится анкетирование с целью выявления агнонии среди лексических заимствований в русском языке. В эксперименте приняли участие 135 реципиентов, среди которых представители различных возрастных групп, в том числе и свободно владеющие английским языком. Данный эксперимент производился посредством интернет-опроса, реципиент указывал известные ему значения заимствованных лексем.

Новизна исследования определяется широким употреблением англицизмов в нередком сочетании с незнанием их семантики.

Цели исследования:

- Выявить и классифицировать возможные закономерности в употреблении новейших лексических заимствований.
- Установить степень обоснованности употребления таковых.
- Произвести эмпирический анализ данных лексем с целью выявления степени их агнонии в русском языковом сознании.

Предметом исследования выступили новейшие англицизмы на бытовом и официально-деловом уровнях употребления языка.

Объектом исследования явилась современная русскоязычная коммуникация.

Гипотеза исследования. Собранные материалы позволяют:

- изучить глубину ассимиляции новейших англицизмов в русскоязычной коммуникации;
- проследить динамические процессы функционирования англицизмов;
- установить степень семантической обоснованности их употребления;
- обозначить уровень агнонии отдельных англицизмов в русском языке;
- выявить случаи коммуникативных диссонансов у различных возрастных групп.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

1. Зафиксировать характерные случаи употребления новейших англицизмов в русскоязычной коммуникации.
2. Выявить особенности функционирования англицизмов на базовом и официально-деловом уровнях языка.
3. Провести анкетирование на семантическое понимание англицизмов среди различных возрастных групп.
4. Описать структуру и содержание полученных результатов
5. Классифицировать степень агнонии в понятийном пространстве реципиентов.

Теоретико-методологическую основу работы составили труды:

А.А. Потемни, В.Г., А.Д. Васильева, В.А. Козырева, В.В. Морковкина, В.Д. Черняк, О.Б. Сиротининой, Г.М. Мандриковой.

Методология исследования:

1. Сплошная выборка (отбор англицизмов из социального обихода).
2. Описательный метод (первичный анализ отобранных лексем).

3. Сравнительно-сопоставительный метод (сопоставление англицизмов со словарными толкованиями и семантикой в сферах их применения).
4. Эмпирический метод (проведение анкетирования на семантическое понимание англицизмов в российском социуме).

Материалом исследования послужили:

- Разговорная городская речь (общеупотребительные бытовые англицизмы).
- Массовая литература³.
- Российские эргонимы.
- Публикации СМИ (заголовки с англицизмами).
- Выступления российских политиков.

Структура работы подчинена реализации ее целей. Она состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

Первая глава посвящена описанию ситуации в русскоязычной коммуникации, рассматриваются следующие аспекты:

- Русский язык в контексте глобализации.
- Функционирование заимствований в русском языке.
- Процесс замещения англицизмами базовых слов русского языка.

Вторая глава посвящена анализу функционирования англицизмов на бытовом и официально-деловом уровнях русского языка, а также выявлению общей степени их агнонимии.

Практическая ценность работы состоит в возможности применения результатов исследования при разработке школьных и университетских курсов по дисциплине «Культура речи».

³ «Массовая литература - совокупность литературных текстов, в которых доминирует ориентация на коммерческий спрос и использование готовых словесных (культурных) моделей. Массовая литература входит в состав массовой культуры, разделяя с другими её разновидностями ряд общих закономерностей» [Чекалов, 2008, с. 24].

Положения, выносимые на защиту:

1. В современном русском языке присутствует тенденция к злоупотреблению англоязычной лексикой в разных сферах жизни: политике, экономике, СМИ, литературе, науке.
2. Большое количество англицизмов никак не кодифицировано при их широком употреблении.
3. Не все англицизмы обоснованно функционируют в русском языке, так как имеют широкие синонимические ряды исконно русского происхождения.
4. Подобные тенденции на бытовом уровне при закономерном отсутствии своевременной семантической идентификации способны вызвать коммуникативный диссонанс.
5. Чрезмерное вхождение англицизмов в базовый бытовой уровень русского языка ведет к деформации его лексикона и изменению сознания носителей русского языка.

Апробация работы. Основные положения и результаты диссертационного исследования обсуждались на следующих научных конференциях:

на международных научно-практических конференциях:

- 1) «X Международная научно-практическая конференция, посвященная Дню славянской письменности и культуры», проводимой в рамках XIX Международного научно-практического форума студентов, аспирантов и молодых ученых «Молодежь и наука XXI века» (Красноярск, 2021)
- 2) «Динамические процессы в языке и языковой картине мира», проводимой в рамках осенней научной сессии КГПУ им. В.П. Астафьева (Красноярск, 2022)

По теме диссертационного исследования опубликовано 3 научные работы, 2 из них в списке рецензируемых изданий, рекомендованных ВАК.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении раскрывается актуальность темы исследования, определяются цель, объект, предмет, задачи, методы и этапы исследования; обосновывается научная новизна работы, методологическая и теоретическая база исследования; теоретическая и практическая значимость результатов исследования; формулируются положения, выносимые на защиту.

ГЛАВА 1. «Лексические заимствования в современном русском языке» содержит три параграфа.

В параграфе 1.1. Русский язык в контексте глобализации рассматриваются общемировые тенденции, влияющие на русский язык.

На стыке XX и XXI вв. русский язык ощутил на себе влияние общемирового процесса глобализации⁴. Ситуацию спровоцировал повышенный интерес к американской культуре. Чрезмерная открытость российской культуры приводит к обильному наполнению языка заимствованными словами. Одной из проблем, связанных с открытостью языка и культуры, является вестернизация⁵ сознания.

Термин «вестернизация» имеет различную трактовку:

1) это полная или частичная переориентация обществ, исходно не принадлежащих западно-христианской культурной традиции, на социокультурное развитие по образцу развитых стран Запада или заимствование отдельных элементов западной культуры, начинающих играть значимую роль в социокультурных процессах сообщества-реципиента [Цыганкова, 1998];

2) это бездумное заимствование западноевропейского и североамериканского образа жизни в области экономики, политики, образования и даже языка [Бачинин, 2005, 23];

⁴ «Глобализация — процесс всемирной экономической, политической, культурной и религиозной интеграции и унификации» [Глебов, 2010, 98 с.]».

⁵ «Вестернизация (от англ. west-запад)-термин, означающий перенос структур, технологий и образа жизни западных (европейских) обществ в незападные» [Федотова, 2010, с. 114]».

3) это процесс превращения многих ценностей западного образца в общечеловеческие ценности современной цивилизации [Яценко, 1999, 68].

Исходя из данных определений, можно заключить, что вестернизация является процессом ассимиляции нового западно-ориентированного сознания, которое во многом транспонируется в российскую языковую реальность посредством СМИ.

Рассматривая английский язык в контексте глобализации, справедливо отметить, что его сформировавшийся лексикон закрыт для иноязычных заимствований. Научные явления, которые впервые обозначились в других странах, нередко заменяются английскими аналогами, например, *космонавт* – (англ. вариант – астронавт), *спутник* – (англ. вариант – сателлит). Стоит заметить, что данные явления впервые возникли в СССР, следовательно, исторически должны закрепить за собой право лексической устойчивости: «Заимствования часто случаются, когда то, что они обозначают, изобретено в данной стране, название, данное ему, очень часто на языке данной страны и поэтому не переводится. Давайте вспомним футбол и регби, спорт, родившийся в Англии, гандбол, он родился в Германии» [Захарова, 2017, 67]. Однако в случае с русскими лексемами это не явилось аргументом для их лексической фиксации в английском языке. Заметим, что данные термины получили аналогичное английское «звучание» и в остальном мире

Учитывая тот факт, что английский язык является относительно молодым, мы видим, что темп распространения англицизмов в историческом контексте всего мирового пространства демонстрирует беспрецедентный феномен: «В текущее время ситуация стремительно прогрессирует, тем самым повсеместно активизируя влияние англицизмов: «Английский язык занимает главенствующее положение в мире. Постоянно в русский язык проникают всё новые английские заимствования. Можно с уверенностью сказать, что к началу XXI в. в русском языке уже насчитывается 10 % англицизмов» [Лихачева, 2017, с.48].

В параграфе 1.2. Функционирование лексических заимствований в русском языке рассматриваются процессы функционирования англицизмов, семантических связей и обоснованности процессов.

Несмотря на то, что в историческом контексте заимствования являются неотъемлемой частью естественного процесса развития и функционирования языка, прослеживается ряд специфических современных тенденций, которые обусловлены следствием актуальных социально-политических процессов.

Современная языковая ситуация характерна повсеместным употреблением англицизмов, которые создают прецеденты их применения в речевых конструкциях, где семантика при их отсутствии не меняется. Таким образом, лексические заимствования становятся употребительными в сферах, где легко можно подобрать русский синоним. Подобные тенденции на бытовом уровне, при закономерном отсутствии своевременной семантической идентификации, способны вызвать коммуникативный диссонанс.

Значение также имеют области, из которых англицизмы приходят в русский язык: интернет, спорт, индустрия моды, косметология, экономика, техника, сфера развлечений, реклама, кино, музыка. Особый тип англицизмов пришёл в русский язык из интернет-переписки. С позиции литературной нормы, письмо в интернете эклектично, потому сеть является благоприятной средой для вхождения и ассимиляции заимствований. В интернете активно формируется своеобразный сленг, на котором общаются пользователи сетевых сообществ. Учитывая современную общедоступность интернета, распространению данных лексем подвержены все возрастные группы населения. Таким образом, подобные сленгизмы, переходя в бытовую жизнь, встречаются в обиходе не только молодёжи, но и лиц зрелого возраста. Некоторые слова какое-то время уже не расцениваются как сленг, так как они прочно укрепили свои позиции в нашем словарном запасе. Такие лексемы прочно ассимилировались и имеют множество вариантов в отечественной морфологии (прим: *лузер, лузерский, лузерша, лаки-лузер*).

Закономерно, что образованный взрослый человек способен

цензурировать натиск подобных лексем, однако сегмент подрастающего поколения, который формируется в данной языковой среде, оказывается не в состоянии адекватно разграничивать ненормированную лексику.

Данные языковые процессы вызывают разумную настороженность среди российских лингвистов: «С одной стороны, появление новых слов расширяет словарный запас носителей русского языка, а с другой, в связи с употреблением огромного количества неоправданных заимствований происходит засорение русского языка, утрачивается его самобытность и неповторимая красота. Но молодое поколение не может не использовать английские слова в своей речи, поскольку некоторые из этих слов уже давно проникли в русский язык» [Березуцкая, 2019, с. 71].

1.3. Процесс замещения англицизмами базовых слов русского языка

В популярных печатных изданиях находится подтверждение тому факту, что заимствования из английского языка широко представлены в разных сферах современной российской жизни: «Наличие в массовом обороте множества англицизмов способно привести к парадоксальному выводу: для полноценного восприятия современной русской речи необходимо хорошее знание англо-американского лексикона. Правда, официально, кажется, такая лингводидактика еще не декларируется в системе образования, однако довольно актуальна применительно к российской ситуации» [Васильев, 2022, с. 41].

Проведенный анализ ситуаций употребления англицизмов, представленный нами в практической главе, выявил основные причины заимствований, их признаки и целесообразность использования, новые заимствования можно разделить на две категории:

- 1) Оправданные заимствования.
- 2) Неоправданные заимствования.

Таким образом, слова базового лексического пласта и иногда официально-делового, имеющие в своём синонимическом гнезде существенное количество вариантов, не только активно замещаются англицизмами, там, где на это нет никакой необходимости, но и при несвоевременной идентификации часто провоцируют явление языковой агнонии: «Получается также, что многие англицизмы обозначают нечто, для именованного чего якобы совершенно нет адекватных русских именованных. Это приводит к умалению и даже отрицанию действительных ресурсов родного языка и сакрализации чужого (в данном случае – английского)» [Васильев, 2022, с. 41].

Подробнее ознакомиться с результатами исследования особенностей функционирования англицизмов в современной русскоязычной коммуникации можно в практической главе 2.

ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Экспериментальное исследование в четырёх параграфах. Сравнительно-сопоставительный анализ бытовых англицизмов

Цели экспериментального исследования:

- Выявить случаи функционирования новейших англицизмов в современной русскоязычной коммуникации.
- Классифицировать возможные закономерности их употребления.
- Установить степень обоснованности употребления таковых.
- Произвести эмпирический анализ данных лексем с целью установления степени их агнонии в русском языковом сознании.

В нашей практической главе мы рассматриваем примеры функционирования англицизмов, которые активно употребляются на бытовом уровне русского языка. Лексемы проанализированы на предмет:

1. **Толкования в англо-русских словарях.**
2. **Фиксации в словарях русского языка.**
3. **Упоминания в словарях синонимов.**
4. **Наличия синонимов в разговорном русском языке** (на основе анкетирования).
5. **Наличия производных лексем в русском языке** (все они сгруппированы по частям речи, даны их толкования).
6. **Примеров употребления в массовой литературе** (обращение к источникам массовой литературы обусловлено наличием распространенных лексических конструкций, которые могут отражать бытовой лексикон самого автора как представителя социума рассматриваемой эпохи).
7. **Примеров заголовков СМИ** (мы специально обращаемся к заголовкам, так как они передают суть статьи, приводятся дополнительные фрагменты из публикаций).
8. **Примеров употребления в социальном обиходе:**
(нами рассматриваются названия социальных явлений, магазинов, акций и т.п. На основе данного материала мы можем наблюдать, насколько сильно слово укоренилось в нашем социуме).
9. **Примеров употребления в политической речи** (обращение к политическим текстам обусловлено их востребованностью и активной ролью в информационном пространстве).
10. **В конце описания каждой лексики осуществлено анкетирование** среди жителей РФ, которое позволяет установить общую степень агнонии на данные англицизмы, а также классифицировать неcodифицированные разговорные синонимы к рассматриваемым лексемам.

Практическая глава разделена на 4 параграфа и содержит 50 лексем, которые представлены в следующем порядке:

2.1. Примеры англицизмов без кодификации в словарях русского языка:

В данном разделе приведены лексемы, которые не только не кодифицированы в толковых словарях русского языка, но и никак не зафиксированы во всех остальных изданиях с классификацией внелитературной лексики. Отметим, что отсутствие какой-либо фиксации не препятствует их употреблению в среде СМИ и повседневном социальном обиходе.

В ходе исследования данной категории нами проанализированы следующие лексемы:

Рандóмный, кэ́жуал, ко́уч, лофт, шоуру́м, га́йд, хейт, прода́кин, селфи, бу́кинг, фэ́шн, ла́кшери, чёллендж, дисклэ́ймер, айти́шник.

2.2. Примеры с полисемией:

Во втором разделе практической главы исследовано функционирование омонимов английского языка, которые входят в русский язык с различным временным интервалом. Закономерно, что наличие полисемии в русском языке повышает общий уровень агнонимии среди данных лексем.

Проанализированы слова:

Лайт, ла́унж, мануáл, ска́утинг, бэкгра́унд, трéйлер, кейс, кра́фт.

2.3. Примеры англицизмов, зафиксированные в словарях внелитературного языка:

В разделе рассматриваются лексемы, которые регистрируются в неакадемических, специализированных, сленговых, а также словарях иностранных слов русского языка:

Воркшо́п, джет, эйча́р, скрíнинг, старта́п, девéлопер, кли́нинг, тью́нинг, квиз, фидбэ́к, но́у-ха́у, креатíв, диска́унтер, мерчанда́йзер, комью́нити, па́ттерн.

2.4. Англицизмы, кодифицированные в академических толковых словарях русского языка:

Рассматриваются относительно привычные, устоявшиеся лексемы с рядом особенностей:

Респéкт, арт, таунхаус, бóнус, монитóринг, фриланс, аутсóрсинг, сítи-мéнеджер, лейбл, шóппинг, хай-тек.

Все лексемы были проанализированы на степень агнонии при помощи анкетирования. В исследования мы обращаемся к следующим группам:

1. Возрастная группа 16-25 лет – 45 человек.
2. Возрастная группа 26-39 лет – 33 человека.
3. Возрастная группа 40-50 лет – 20 человек.
4. Возрастная группа 50 лет и старше – 14 человек.
5. Группа лиц, свободно общающихся на английском языке – 23 человека.

Всего нами было опрошено 135 человек.

Краткий образец разбора лексемы из категории некодифицированных англицизмов:

1. Рандóмный рандомн[^]ый

Данное прилагательное образовано от английского существительного Random (англ. случайный). Примечательно, что англицизм Random в русском языке практически не используется и принадлежит к категории ярко выраженных сленгизмов. Приведем пример сленговой конструкции с существительным *рандом* (орфография сохранена): «Т.е. ответить на вопрос детерминирована вселенная или не детерминирована и есть ли в ней 'чистый рандом' — нельзя». Словосочетание *чистый рандом* употребляется в семантике – чистая случайность. Более активнее в русском языке функционирует образовавшиеся по средствам грамматической ассимиляции его производное.

Повсеместное распространение интернета переводит подобную лексику из разряда сленгизмов в общеупотребительный бытовой пласт русского языка, незамедлительно транслируя на все группы населения. Таким образом, данное прилагательное, пришедшее из молодежного сленга, активно функционирует

в лексиконе возрастной группы до 50-ти лет. Его можно встретить в рекламе, наименованиях товаров и услуг. Таким образом, несмотря на достаточное количество синонимов, наблюдается подмена лексемы из активного запаса языка на бытовом уровне.

Фиксация в каких-либо словарях литературного и внелитературного языка данного слова отсутствует.

В словаре синонимов ASIS. В.Н. Тришина мы находим следующие упоминания: *выборный, произвольный, случайный.*

Основываясь на результатах анкетирования, мы можем выявить следующие характерные разговорные синонимы: *наобум, непреднамеренный, первый попавшийся, что-то наугад, любой, хаотичный, без определенной последовательности.*

Среди производных данной лексемы фиксируются следующие:

Существительные:

1. Рандом - происходит от английского слова random, что переводится как произвольный, случайный.
2. Рандомайзер - Значение прогр. то же, что рандомизатор; программный алгоритм или устройство генерирующее случайную последовательность (цифр, букв, нот, пикселей и т. п.)
3. Рандомизация - (randomization): Случайное упорядочение объектов совокупности. Процедуру рандомизации можно представить следующим образом. Из совокупности, включающей n объектов (n натуральное число), изымают поочередно по одному.

Словарь-справочник терминов нормативно-технической документации.

Глаголы:

1. Рандомизировать - организовывать последовательность или подбор событий таким образом, чтобы не возникало никакой определённой модели или системы.

Причастия:

1. Рандомизированный - распределённый случайным образом.

Рассматриваемый нами англицизм активно употребляется не только в русскоязычной коммуникации, но и широко представлен в отечественной массовой литературе, приведём один из многочисленных примеров: «Правда, в новой модели конструкторы обещают внести элементы непредсказуемости, чтобы могла отказываться, ссылаясь на *рандомные* причины» [Никитин, 2015, с. 314].

Характерные случаи общего употребления демонстрируют нам **заголовки печатных СМИ:**

«VK Знакомства запускают рандомный чат — где собеседника подбирает алгоритм». **Подзаголовок:** «С помощью новой функции «Ночной чат» сервис автоматически подбирает пользователю случайную пару, наиболее похожую по интересам и увлечениям, — это увеличивает вероятность взаимной симпатии» [<https://www.kp.ru/daily/27470.5/4676168/>]

Данная лексема широко представлена в рекламной сфере отечественного **социального обихода:**

«Следите за розыгрышами призов, всего их будет четыре: 10 и 31 октября, 21 ноября и 12 декабря 2022 года. В каждом из розыгрышей будут *рандомным* образом выбраны 20 участников акции... Списки победителей будут опубликованы на этой странице и в еженедельнике «Комсомольская правда» [«Толстушка» 19 октября, 9 и 30 ноября и 21 декабря 2022 г].

Пример наименования товара в интернет-магазинах:

1. Набор деревянных значков UPDEADUP «11-в-1» Рандомный выбор (В данном случае подразумевается случайно выбранные продавцом значки).
2. Протеиновые батончики Pump Up рандомный вкус без сахара (также подразумевается непрогнозируемость выбранного вкуса батончика).

В современном социальном обиходе встречаются наименования услуг с данным прилагательным:

Экскурсия по городу «Рандомный Ярославль» (в данном виде услуг подразумевается работа гида, неотъемлемым условием которой является

случайный выбор экскурсионных мест).

Примечательны отзывы клиентов на данный вид деятельности (орфография и пунктуация сохранены):

Людмила 18 сен 2022:

«Были на экскурсии 14.09.2022. Олег великолепный рассказчик, умеет интересно рассказать даже про лестницу). Нам очень понравилось. Необычно, а главное *рандомно*))) Спасибо огромное за экскурсию от гостей из Москвы и Санкт-Петербурга!»

Далее нами приводятся результаты анкетирования, где выявляются разговорные синонимы к данному слову, а также устанавливается степень агнонии прочно укрепившийся в отечественном социальном обиходе неcodифицированный англицизм:

Данные анкетирования на слово Рандомный	
Возрастная группа 16-25 лет (45 человек):	
Не знаю значения:	2,2%
Ошибочное значение:	4,4%
Правильная формулировка:	53,3%
Правильно установлена область значения:	40%
Суммарный процент агнонии:	6,6%
26-39 лет (33 человек):	
Не знаю значения:	6,1%
Ошибочное значение:	9,1%
Правильная формулировка:	75,8%
Правильно установлена область значения:	9,1%
Суммарный процент агнонии:	15,2%
40-50 лет (20 человек):	
Не знаю значения:	20%
Ошибочное значение:	0%

Правильная формулировка:	70%
Правильно установлена область значения:	10%
Суммарный процент агнонимии:	20%
Старше 50-ти лет (14 человек):	
Не знаю значения:	57,1%
Ошибочное значение:	0%
Правильная формулировка:	42,9%
Правильно установлена область значения:	0%
Суммарный процент агнонимов:	57,1%
Группа лиц, свободно общающихся на английском языке (23):	
Не знаю значения:	0%
Ошибочное значение:	0%
Правильная формулировка:	69,6%
Правильно установлена область значения:	30,4%
Общая степень агнонимии:	0%
Суммарный процент агнонимии по всем категориям:	14,8%

Описание полученных результатов анкетирования:

1) Группа №1 - 16-25 лет (45 человек):

среди младшей возрастной группы (16-25 лет) не возникло трудностей с идентификацией семантики данной лексемы.

- 1) **Не знаю значения:** 2,2, % - 1 человек.
- 2) **Ошибочное значение:** 4,4% - 2 человека. Были выявлены следующие слова: *факт, выборочный*.
- 3) **Правильная формулировка:** 53,3 % - 24 человека.
- 4) **Правильно установлена область значения:** 40% - 18 человек.

Данная категория фиксирует следующие корректные синонимы:
любой (12), хаотичный (1).

Перечисление значений (5): *выборочный-любой; любой-наобум; любой- непреднамеренный; первый попавшийся-любой; что-то наугад.*

2) Группа № 2 – 26-39 лет (33 человека):

в данной возрастной группе (26-39 лет) ситуация смещается в сторону конкретики. Результаты показали, что чаще данная группа указывает точную формулировку, однако присутствуют ошибочные предположения значений.

- 1) **Не знаю значения:** 6,1 % - 2 человека.
- 2) **Ошибочное значение:** 9,1% - 3 человека. Были выявлены следующие слова: *единичный, скучный, выборочный.*
- 3) **Правильная формулировка:** 75,8 % - 25 человека.
- 4) **Правильно установлена область значения:** 9,1% - 3 человека.
Были выявлены следующие синонимы: *любой, хаотичный, без определенной последовательности.*

Результаты показали, что в большинстве данная группа указывает точное, попытки подобрать синоним не предпринимаются, однако присутствуют ошибочные предположения значений.

3) Группа №3 – 40-50 лет (20 человек):

в более старшей группе закономерно начинает расти процент агнонии. Ошибочных значений не фиксируется, так как данная группа при сомнениях указывает: *не знаю.*

- 1) **Не знаю значения:** 20 % - 4 человека.
- 2) **Ошибочное значение:** 0% - 0 человек.
- 3) **Правильная формулировка:** 70 % - 14 человек.
- 4) **Правильно установлена область значения:** 10% - 2 человека.

4) Группа №4 – старше 50-ти лет (14 человек):

в данном возрастном сегменте прослеживается модель: *знаю / не знаю.*

Реципиент указывает правильное значение, либо отказывается отвечать на вопрос. Пропорционально возрасту возрастает процент агнонии:

- 1) **Не знаю значения:** 57,1 % - 8 человек.
- 2) **Ошибочное значение:** 0% - 0 человек.
- 3) **Правильная формулировка:** 42,9 % - 6 человек.
- 4) **Правильно установлена область значения:** 0% - 0 человек.

5) Группа №5 - группа лиц, свободно общающихся на английском языке (23 человека):

данная лексема полностью освоена в конкретном сегменте:

- 1) **Не знаю значения:** 0 % - 0 человек.
- 2) **Ошибочное значение:** 0% - 0 человек.
- 3) **Правильная формулировка:** 69,9 % - 16 человек.
- 4) **Правильно установлена область значения:** 30,4 % - 7 человек.

Стандартный синоним: *любой*.

Суммарная процент агнонии по всем категориям составил 14,8%

Вывод: из полученных результатов следует, что данный англицизм практически полностью освоен в русском языковом сознании, при этом не зафиксирован ни в одном из словарей, кроме словаря синонимов. Он активно функционирует в российском социуме, как ассимилировавшаяся бытовая английская лексема с широким синонимическим полем.

В заключении отражены основные результаты исследования.

В Приложении I представлены дополнительные исследованные англицизмы.

В Приложении II демонстрируется оболочка интерне-эксперимента.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

Публикации в научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Ингул В. В. Функционирование новейших лексических заимствований в русскоязычных политических текстах / В.В. Ингул // Сибирский филологический форум. 2020. №1 (9). (ВАК). С. 13-22
2. Ингул В.В. Англицизмы в сематическом поле бытовой лексики русского языка/ В.В. Ингул // Сибирский филологический форум. 2023. №1 (22). (в печати). (ВАК)

В рецензируемых журналах:

3. Ингул В. В. Функционирование новейших англицизмов в российском политическом дискурсе / В. В. Ингул // X международная научно-практическая конференция, посвященная Дню славянской письменности и культуры: материалы Международной научно-практической конференции, Красноярск, 21 мая 2021 года / Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева. Красноярск: Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, 2021. С. 61-66. EDN AUITXX. (РИНЦ)