

АДАПТАЦИЯ ИНОЯЗЫЧНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ (ЛИНГВОСОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Коновалова Е. А., Волкова Д. С.

Таврическая академия (структурное подразделение)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»,

г. Симферополь,

e-mail: legora@list.ru

Статья посвящена исследованию иноязычных заимствований. В работе на материале проведенного анкетирования определили уровень семантической адаптации иноязычных неологизмов. Процесс освоения заимствования рассматривают на фонетическом, графическом, грамматическом, семантическом уровнях. Мы провели исследования семантической адаптации иноязычных слов. Критерием освоения заимствования использовали понятие «свой», «чужой». Для определения степени освоения иноязычных неологизмов использовали следующие критерии: нулевая степень освоения слова, низкая степень освоения, средняя степень освоения, высокая степень освоения, наивысшая степень освоения. Нулевая степень слова – это минимальный процент употребляемости слова в устной речи, практически отсутствие фиксации в словаре. Наивысшая степень освоения слова характеризуется высоким процентом употребления слова в речи и подтверждается закреплением в словарях русского языка.

Ключевые слова: иноязычные неологизм, семантическая адаптация иноязычных слов.

ВВЕДЕНИЕ

Процесс заимствования слов из других языковых источников, способность русского языка «превращать» чужое в свое, отказываясь от избыточного словесного материала, всегда привлекал исследовательский интерес [13, с. 5].

Изучением языковых контактов, иноязычной лексики, исследованием семантического аспекта занимались Й. Айдукович [1, 2], Н.С. Арапова [3], В.М. Аристова [4], О.Э. Бондарец [5], У. Вайнрайх [6], Э.Ф. Володарская [7], С.С. Изюмская [8], В.Г. Костомаров [9], Е.Е. Кругляк [10], Л. П. Крысин [11, 12], Е.В. Маринова [13; 14; 15; 16; 17], Е. Д. Поливанов [18], В. Ю. Розенцвейг [20], Е.В. Сенько [21], Т.А. Таганова [22], Э. Хауген [23] Т.Е. Шилова [24], Л. В. Щерба [25] и др. [Й. Айдукович [2004], Н.С. Арапова [2000], В.М. Аристова [1978], О.Э. Бондарец [2008], У. Вайнрайх [1979], Э.Ф. Володарская [2002], С.С. Изюмская [2000], В.Г. Костомаров [1999], Е.Е. Кругляк [2006]. Л. П. Крысин [2002; 2004], Е.В. Маринова [2006; 2007; 2008; 2012; 2013], Е. Д. Поливанов [1968], В. Ю. Розенцвейг [1963; 1972], Е.В. Сенько [2012], Т.А. Таганова [2004], Э. Хауген [1972] Т.Е. Шилова [2005], Л. В. Щерба [2004].]

Несмотря на большой интерес к этой проблеме теория заимствования по-прежнему является недостаточно разработанной. Цель нашей работы определили как изучение адаптации иноязычного слова. Процесс освоения заимствования рассматривают на фонетическом, графическом, грамматическом, семантическом уровнях. Мы провели исследования семантической адаптации иноязычных слов.

Для своего исследования отобрали иноязычные неологизмы. Термин иноязычное слово имеет несколько синонимов: новозаимствованное слово, «свежее» заимствование, новые заимствование, новейшие заимствования. Но все эти термины имеют одно значение: новое слово иноязычного происхождения [13, с.120].

Л.П. Крысин в работе «О русском языке наших дней» говорит об усилении заимствования иноязычных слов.

Среди причин, которые способствуют столь массовому и относительно легкому проникновению иноязычных неологизмов в наш язык, определенное место занимают причины социально-психологические. Многие носители языка считают иностранное слово более престижным по сравнению с соответствующим словом родного языка: презентация выглядит более респектабельно, чем привычное русское представление, эксклюзивный лучше, чем исключительный, топ-модели шикарнее, чем лучшие модели. Правда, надо сказать, что здесь намечается некоторое семантическое размежевание своего и чужого слов: презентация это торжественное представление фильма, книги и т.п.; эксклюзивным чаще всего бывает интервью.

Ощущаемый многими большой социальный престиж иноязычного слова, по сравнению с исконным, иногда вызывает явление, которое может быть названо повышением в ранге: слово, которое в языке-источнике именуется обычным, рядовым объектом, в заимствующем языке прилагается к объекту, в том или ином смысле более значительному, более престижному. Так, во французском языке слово *boutique* значит ‘лавочка, небольшой магазин’, а будучи заимствовано нашими модельерами и коммерсантами, оно приобрело значение ‘магазин модной одежды’ [11].

Л. П. Крысин отмечает сферы, которые больше всего подвержены иноязычному влиянию.

Чаще всего новые иноязычные слова можно встретить в прессе и в других средствах массовой информации, например, на телевидении, в передачах, посвященных экономической или политической жизни, моде, музыке, кино, спорту. В устной публичной речи например, в радио- и телеинтервью на бытовые темы, в выступлениях на заседаниях парламента употребление иноязычных слов-неологизмов часто сопровождается оговорками типа: так называемый монетаризм, как теперь принято выражаться, электорат и т.п., поскольку, ориентируясь на массового слушателя, говорящий ощущает связь с ним более непосредственно и остро, нежели автор газетной или журнальной статьи. Некоторые из заимствований употребляются не только в прямых своих значениях, но и переносно, метафорически: телевизионный марафон, реанимация российской экономики, ангажированная пресса, политический бомонд, рейтинг вранья и т.п., и это явление также характерно в основном для языка средств массовой информации [11].

Проведенное нами исследование подтверждает эту точку зрения.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

После анализа анкет, которые в полной мере отражают общую картину освоения иностранных слов в речи носителей русского языка, мы представили результаты опроса в процентном соотношении.

В своей работе мы используем классификацию освоения заимствований, разработанную О.Э. Бондарец [5].

Для определения степени освоения заимствований в устной речи перечислим критерии, которые были использованы в эксперименте: если 0-3 % – участников опроса дали утвердительный ответ на поставленный вопрос, то это нулевая степень освоения слова; 4 % - 25 % – низкая степень освоения; 26 % - 45 % – средняя степень освоения; 46 % - 70 % – высокая степень освоения; 71 % - 100 % – наивысшая степень освоения.

Нулевая степень слова – это минимальный процент употребляемости слова в устной речи, практически отсутствие фиксации в словаре.

Наивысшая степень освоения слова характеризуется высоким процентом употребления слова в речи и подтверждается закреплением в словарях русского языка.

Проанализировав анкеты, мы раздели все заимствования на пять групп по степени освоения их в речи носителей русского языка.

В первую группу вошли слова, имеющие нулевую степень освоения в устной речи: *аматор, спуфинг, тизер, бокс-офис, аутстаффинг, афтершок, бэби-бокс, байбэк, дауншифтинг, анбоксинг, антиглобалист, фандрайзинг, стимпанк, анлимитед, сник-пик, адвертайзинг, айдентика, вендинг, киберпанк, слэшер, бокс-сет.*

Заимствование *спуфинг* не освоено в речи, т.к. 0 % информантов определили значение. 95 % опрошенных отнесли слово к заимствованным.

Слово *аматор* в значении ‘любитель-непрофессионал’ известно 0 % информантов, употребляет его 0 % участников опроса. Большинство участников опроса (96 %) ответили, что слово является заимствованным, «чужим».

Слово *тизер* практически не освоено в речи, т.к. лишь 5 % определили приблизительное значение ‘что-то, связанное с рекламой и объявлениями’, а употребляет его только 2 % участников опроса. 77 % опрошенных отнесли слово к заимствованным.

Слово *аутстаффинг* в значении ‘сдача в аренду работников’ известно 6 % информантов, употребляет его 0 % участников опроса. 92 % участников опроса ответили, что слово является «чужим».

Заимствование *бэби-бокс* известно 5 % информантов, употребляет его 2 % участников опроса. 97 % опрошенных отнесли слово к заимствованным.

Слово *адвертайзинг* в значении ‘рекламная деятельность’ известно 10 % информантов, употребляет его 0 % участников опроса. 98 % участников опроса ответили, что слово является «чужим».

Отметим некоторые особенности ответов информантов, которые относятся не только к заимствованиям с минимальной степенью освоения, но и к остальным группам. Даже при незнании информантом значения слова, большинство

опрошенных старались не пропускать другие колонки с вопросами, поэтому процентное соотношение в разных столбцах результатов анкетирования может не совпадать. Основываясь на статистических данных результата анкетирования, можем предположить, что в некоторых случаях, несмотря на анонимность эксперимента, информанты боялись признаться в незнании или неупотреблении слова.

Большинство информантов при условии незнания значения слова считали его «чужим».

Вторую группу составляют заимствования с низкой степенью освоения в устной речи: *саундтрек, фейк, байопик, билборд, ньюсмейкер, спецэффект, логин, ситком, хоррор, дрон, демпинг, апгрейд, промоуин, веранда, блогосфера, дедлайн, супервайзер, трэши, бурлеск, мультипликация, саспенс, аниме, месседж, бэкграунд, адгезия, краудфандинг, аутсорсинг, бенефициар, гуру, брифинг.*

Фейк. 34 % опрошенных знают это слово, а 5 % употребляют его в своей речи. Были названы следующие дефиниции: «клон», «подделка», «фальшивка». Для 55 % участников анкетирования анализируемое слово «чужое» и для 45 % «свое».

Семантика лексемы *месседж* освоена 24 % информантов, употребляют его только 9 %. Значение представлены так: «сообщение», «послание», «уведомление». Абсолютное большинство (95 %) участников опроса анализируемое слово воспринимает как «чужое».

Слово *хоррор* освоено 15 % информантов, 5 % употребляют его в своей речи. Были названы следующие дефиниции: «клон», «подделка», «фальшивка». Для 55 % участников анкетирования анализируемое слово «чужое» и для 45 % «свое».

Слово *гуру* в значении «наставник», «учитель» известно 20 % информантов, употребляет его 5 % участников опроса. 58 % информантов считают это слово «своим». 42 % участников опроса ответили, что слово является «чужим».

Слово *трэш* освоено 10 % информантов, 5 % употребляют его в своей речи. Были названы следующие дефиниции: «фильм ужасов», «ужастик». Для 65 % участников анкетирования анализируемое слово «чужое» и для 35 % «свое».

Третью группу составляют заимствования, имеющие среднюю степень освоения в устной речи: *кастинг, контент, шопинг, флешмоб, блокбастер, гастарбайтер, бутик, мультиплекс, попкорн, продюсер, проектор, трейлер, бэби, экин, аккаунт, супергерой, сиквел, промоутер, бестселлер, нокаут, дайвинг, гламур, адреналин, горячая линия, блэкаут, хэппи энд, постер, тинейджер, лайк, никнейм, IP-адрес, лабутены, аутлет, бейдж, квадрокоптер, гуглить, аккаунт-менеджер, анлимитед, дресс-код, бренд-менеджер, хейтерить, уикэнд.*

Слово *кастинг* известно 89% информантов, употребляют его 27 %. Синонимы к этому слову были подобраны следующие: «отбор», «конкурс», «осмотр». 78 % информантов считают это слово современным. На вопрос, является ли это слово заимствованным или нет, 79 % участников опроса ответили положительно и 21 % предположили принадлежность слова к русскому языку.

Семантика слова *бутик* освоена 75 % информантов, употребляют его только 35 %. Были даны следующие толкования: «магазин», «лавка», «шоп». 83 % участников опроса анализируемое слово воспринимают как «чужое» и только 17 % как «свое».

	Слово Вами воспринимается как		Употребляете ли Вы слово речи		Затрудн. с определ. значения	Определили значение
	«чужое» %	«свое» %	да %	нет %	%	%
<i>адвертайзинг</i>	98	2	0	100	90	10
<i>айдентика</i>	100	0	0	100	100	0
<i>аккаунт</i>	85	15	80	20	10	90
<i>бэби-бокс</i>	97	3	2	98	95	5
<i>бэкграунд</i>	90	10	0	100	95	5
<i>вендинг</i>	100	0	0	100	100	0
<i>гаджет</i>	80	20	80	20	10	90
<i>гастарбайтер</i>	60	40	70	30	15	85
<i>гламур</i>	40	60	70	30	25	75
<i>глюк</i>	65	35	75	25	20	80
<i>гуглить</i>	95	5	95	5	0	100
<i>гуру</i>	42	58	5	95	80	20
<i>дайвинг</i>	94	6	25	75	8	92
<i>дауншифтинг</i>	100	0	0	100	95	5
<i>дедлайн</i>	100	0	2	98	95	5
<i>демпинг</i>	85	15	0	100	90	10
<i>дисконт</i>	60	40	95	5	5	95
<i>дрон</i>	90	10	10	90	95	5
<i>никнейм</i>	95	5	75	25	20	80
<i>нокаут</i>	60	40	70	30	20	80
<i>нюсмейкер</i>	90	10	5	95	85	15
<i>пиар</i>	10	90	95	5	5	95
<i>попкорн</i>	20	80	90	10	0	100
<i>постер</i>	75	25	75	25	20	80
<i>прайм-тайм</i>	70	30	70	30	20	80
<i>приквел</i>	90	10	85	15	15	85
<i>продюсер</i>	45	55	85	15	20	80

АДАПТАЦИЯ ИНОЯЗЫЧНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ
(ЛИНГВОСОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

<i>проектор</i>	65	35	80	20	10	90
<i>спецэффект</i>	85	15	45	55	45	55
<i>спуфинг</i>	95	5	0	100	100	0
<i>стимпанк</i>	95	5	0	100	100	0
<i>супервайзер</i>	100	0	20	80	70	30
<i>супергерой</i>	45	55	70	30	20	80
<i>таймаут</i>	85	15	75	25	10	90
<i>тизер</i>	77	23	2	98	95	5
<i>тинейджер</i>	95	5	70	30	0	100
<i>трейлер</i>	55	45	90	10	5	95
<i>тренд</i>	20	80	60	40	10	90
<i>триллер</i>	45	55	60	40	0	100
<i>трэш</i>	65	35	5	95	90	10
<i>уикэнд</i>	85	15	70	30	0	100

Таблица 1. Освоение иноязычных неологизмов (фрагмент)

Слово *дайвинг* знают 92 %, а употребляют 25 % информантов. Значение слова определяется как ‘подводное плавание’, ‘ныряние с аквалангом’, ‘плавание со снаряжением’. 94 % опрошенных считают его заимствованным и 6 % «своим».

Четвертую группу составили слова с высокой степенью освоения в русской устной речи: *блог, гаджет, приквел, глюк, дисконт, секьюрити, драйв, винтаж, волонтер, волатильность, драфт, сноуборд, хулиган, прайм-тайм, кетчуп, фастфуд, сленг, коктейль, чипсы, спрей, чат, эксклюзив, хот-дог, пазлы, WIFI, роутер, феминизм, таймаут*.

Слово *секьюрити* известно 79% информантов, употребляют его 29 %. Синонимы к этому слову были подобраны следующие: ‘охранник’, ‘сторож’. На вопрос, является ли это слово заимствованным или нет, 89 % участников опроса ответили положительно.

Слово *волонтер* освоено 81 % информантов, 33 % употребляют его в своей речи. Были названы следующие дефиниции: ‘помощник’, ‘доброволец’. Для 60 % участников анкетирования анализируемое слово «чужое» и для 40 % «свое».

Пятую группу составили слова с наивысшей степенью освоения в русской устной речи: *коррупция, бизнесмен, финал, мейкап, триллер, хит, тренд, бонус, снайпер, финиш, пиар*.

Слово *мейкап* знают 90 %, а употребляют 71 % информантов. Значение слова мейкап определяется как ‘макияж’, ‘работа над стилем и образом’, ‘искусство макияжа’, ‘внешний вид’ ‘правила нанесения косметики’. 78 % опрошенных считают его заимствованным и 22 % «своим».

Слово *финиш* знают 90 %, а употребляют 78 % опрошенных. Значение слова определяется как ‘конец’, ‘завершение’, ‘окончание чего-либо’. 19 % опрошенных считают его заимствованным и 81 % «своим».

ВЫВОДЫ

В результате проведенного исследования замечены следующие тенденции: чем лучше, точнее участник опроса знает лексическое значение слова, тем короче его дефиниции; большая часть опрошенных при условии незнания значения предлагаемого заимствования отмечала использование слова в речи; заимствования, значения которых респонденты знали лишь приблизительно, объяснялись с помощью местоименно-указательных слов; участники анкетирования заимствования, значения которых не знали, относили к «чужим», т. е. не принадлежащим русскому языку и устаревшим.

Список литературы

1. Айдукович Й. О понятии язык-посредник на материале словарей сербского, болгарского и македонского языков. / Й. Айдукович. — Режим доступа: <http://www.filologia.su>. (дата обращения: 26.01.2016).
2. Айдукович Й. Основные понятия лексической контактологии (на материале русизмов в славянских языках) / Й. Айдукович // Тезисы и доклады II Международного конгресса исследователей русского языка «Русский язык: исторические судьбы и современность». — М., 2004. — С. 445–446.
3. Арапова Н.С. Кальки в русском языке послепетровского периода. Опыт словаря. / Н.С. Арапова. — М.: Изд-во МГУ, 2000. 319с.
4. Аристова В.М. Англо-русские языковые контакты. / В.М. Аристова. — Л.: Изд. ЛГУ, 1978. — 151с
5. Бондарец О.Э. Иноязычные заимствования в речи и в языке: лингвосоциологический аспект. / О.Э. Бондарец. — Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2008. - 142с.
6. Вайнрайх У. Языковые контакты. Состояние и проблемы исследования / [пер. с англ. Ю. А. Жлуктенко]. / У. Вайнрах. — К. : Вища школа, 1979. — 263 с.
7. Володарская Э.Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов. / Э.Ф. Володарская // Вопросы языкознания. 2002. - №4. - С.96-111.
8. Изюмская С.С. Неологизмы английского происхождения в русской прессе 90-х годов: структурно-семантический и коммуникативно-функциональный аспекты: Дис. . канд. филол. наук. / С.С. Изюмская. — Ростов-на-Дону, 2000.- 168с.
9. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. / В.Г. Костомаров. — СПб: Златоуст, 1999. — 320с.
10. Кругляк Е.Е. Семантические изменения в условиях языкового контакта (на материале общественно-политической лексики французского языка Канады): Дис. . канд. филол. наук. / Е.Е. Кругляк. — Саратов, 2006. - 269с.
11. Крысин Л.П. О русском языке наших дней / Л.П. Крысин // Международная научная конференция «Изменяющийся языковой мир». - Пермь, 2002 — Режим доступа : <http://philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm> (дата обращения 28.01.2016).
12. Крысин Л. П. Русское слово, свое и чужое / Л. П. Крысин. — М. : Языки славянской культуры, 2004. — 888 с.
13. Маринова Е.В. Теория заимствования в основных понятиях и терминах : словарь-справочник / Е.В. Маринова. — М. : ФЛИНТА : Наука, 2013. — 240 с.
14. Маринова Е.В. Иноязычная лексика современного русского языка: учеб. пособие. / Е.В. Маринова. — М.: Флинта: Наука, 2012. — 296с.
15. Маринова Е.В. Иноязычные слова в русской речи конца XX -XXI в.: проблемы освоения и функционирования. / Е.В. Маринова. — М.: ООО «Издательство ЭЛПИС», 2008. — 495с.

**АДАПТАЦИЯ ИНОЯЗЫЧНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ
(ЛИНГВОСОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

16. Маринова Е.В. О типах скрытого заимствования в современном русском языке / Е.В. Маринова // Русский язык: исторические судьбы и современность. III Международный конгресс исследователей русского языка. 20-23 марта 2007г. — М.: Изд-во МГУ, 2007. — С. 134-135.
17. Маринова Е.В. Проблема системного описания неологической лексики современного русского языка / Е.В. Маринова // Русская академическая неография: Материалы международной конференции. СПб.: Лемма, 2006. — С. 105-110.
18. Поливанов Е. Д. Статьи по общему языкознанию. Избранные работы / Е. Д. Поливанов. — М. : Наука, 1968. — 376 с.
19. Розенцвейг В. Ю. О языковых контактах / В. Ю. Розенцвейг // Вопросы языкознания, 1963. — №1. — С. 57–69.
20. Розенцвейг В. Ю. Основные вопросы теории языковых контактов / В. Ю. Розенцвейг // Новое в лингвистике. — М. : Прогресс, 1972. — Вып. 6. — С. 5–22.
21. Сенько Е.В. Лексические инновации в современной языковой картине: новые слова, значения, словосочетания. / Е.В. Сенько. — Владикавказ: Изд-во СО-ГУ, 2012. — 268с.
22. Таганова Т.А. Лексическое заимствование как результат межкультурной коммуникации. / Т.А. Таганова // Межкультурная коммуникация. Пермь: Изд-во Перм. гос. ун-та, 2004. - С. 138-143.
23. Хауген Э. Языковой контакт / Э. Хауген // Новое в лингвистике. Вып. 6. —М. : Прогресс, 1972. — С. 61–80.
24. Шилова Г.Е. Особенности семантики и функционирования иноязычных слов в современной российской публицистике (на материале газет, радио и телевидения): Дис. . канд. филол. наук. \ Г.Е. Шилова. — Воронеж, 2005. — 212с.
25. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность / Л. В. Щерба. — [2-е изд., стереотип.]. — М. : Едиториал УРСС, 2004. — 432 с.

THE FOREIGN-LANGUAGE BORROWING

Konovalova Ye.A., Volkova D.S.

The article investigates the foreign-language borrowing. The work on the material of the survey to determine the level of semantic adaptation of foreign language neologisms. The process of development is considered borrowing on the phonetic, graphic, grammatical, semantic levels. We conducted a study of the semantic adaptation of foreign words. The criterion for the development of the borrowing using the concept of "a", "alien". To determine the degree of development of foreign language neologisms used the following criteria: zero degree of development of speech, the low degree of development, the average level of development, a high degree of development, the highest degree of development. The zero degree of the word - a word coined by a minimum percentage in speech, almost no fixation in the dictionary. The highest degree of development of speech is characterized by a high percentage of use of the word in question and confirmed by the fixing in the dictionaries of the Russian language.

Key words: foreign-language neologism, semantic adaptation of foreign words.