



УДК 81-25

ЯВЛЕНИЕ АГНОНИМИИ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

В.В. Ингул (Красноярск, Россия)

Постановка проблемы. В современной русской речи присутствует тенденция к чрезмерному употреблению англоязычной лексики в различных жизненных сферах: политике, экономике, СМИ, литературе, науке. В историческом контексте заимствования являются неотъемлемой частью естественного процесса развития и функционирования языка, но сегодня прослеживается ряд специфичных особенностей, которые обусловлены актуальными социально-политическими процессами и общемировой глобализацией. Большинство новейших иноязычных лексем еще не кодифицировано в русском языке наряду с активным в нем функционированием.

Цель статьи – выявить возможные закономерности употребления англицизмов в современном русском языке, установить степень агнонимии в русском языковом сознании.

Материалы и методы. В качестве языкового материала рассматриваются англицизмы бытового уровня в современной русскоязычной коммуникации. В статье использовались общенаучные методы исследования – описательный, сравнительно-сопоставительный, а также эмпирические методы – опрос, анкетирование. В исследовании приняли участие 135 человек. Эксперимент производился посредством интернет-опроса, где реципиент указывал известные ему значения заимствованных лексем.

В результате мы выявили, что использование некодифицированных англицизмов на бытовом уровне не всегда обосновано, так как они имеют широкие синонимические ряды в русском языке; а семантика таких заимствований вариативна и диффузна. Посредством социолингвистического эксперимента (анкетирования) удастся установить общую степень агнонимии заимствованных лексем среди различных возрастных групп, а также группы информантов, свободно общающихся на английском.

Ключевые слова: агнонимы, англицизмы, варваризмы, синонимия, заимствованная лексика, языковая экспансия, коммуникативные неудачи, интернет-дискурс, социолингвистический эксперимент.

П*остановка проблемы.* Экспансия англицизмов стала возможной вследствие массового смещения российских государственно-политических ориентиров в конце XX в. Данная тенденция четко прослеживается все последние 35 лет. Постперестроечная эпоха, привнесшая внезапную доступность некогда табуированной массовой западной культуры, многократно ускорила процесс распространения заимствований. В текущее время ситуация стремительно прогрессирует, повсеместно множится число англицизмов: «Английский язык занимает главенствующее положение в мире. Постоянно в русский язык проникают все новые английские заимствования. Можно с уверенностью сказать, что к началу XXI в. в русском языке уже насчитывается 10 % англицизмов» [Лихачева, 2017, с. 34].

Современная языковая ситуация характерна повсеместным употреблением англицизмов в речевых конструкциях, где семантика при их отсутствии не меняется. Таким образом, лексические заимствования становятся употребительными в сферах с широким понятийно-синонимическим спектром. Данные процессы приводят к тому, что коренные носители русского языка начинают изъясняться при помощи бытовой английской лексики: «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]. Такие тенденции деформируют бытовой базовый пласт русского языка, неблагоприятно влияя на языковое сознание его коренных носителей, что вызывает разумную настороженность среди ряда 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» [Гинза, Горбунова, 2017, с. 307].

Повсеместное распространение интернета незамедлительно транслирует новые слова на все группы населения, транспонируя подобную лексику из разряда сленгизмов в общеупотребительный бытовой пласт русского языка. Таким образом, данные лексемы активно функционируют в лексиконе различных возрастных групп: «Многие англицизмы настолько прочно и активно вошли в современный интернет-дискурс, что обросли производными и стали особыми семантическими и функциональными символами нового времени» [Горбунова, 2010, с. 94].

Обзор научной литературы. Процессы функционирования лексических заимствований изучаются отечественными лингвистами уже с начала XX в. В современных реалиях данная тема получила еще более широкое и обоснованное распространение. Это обусловлено тем, что современное употребление иноязычных лексем выходит далеко за рамки конкретных жизненных сфер, инноваций, профессионализмов. Данные тенденции провоцируют долгосрочные негативные процессы в русском языке: «Количество англицизмов и американизмов (заимствований из английского языка) иногда поражает, а порой откровенно ставит в тупик неискушенного и неподготовленного слушателя. Многие считают такое положение вещей катастрофическим, называя это упадком культуры русского языка и полным отсутствием уважения к его уникальности, да и к самой русской культуре в целом» [Гинза, Горбунова, 2017, с. 305]. Во многом исследователи объясняют это восприятием заимствованного слова как более престижного, элитарного. В ответ на данные тенденции усиливается пристальное внимание лингвистов к социокультурному аспекту заимствований: «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].

Лингвистами производится классификация процессов, радикально ускоряющих негативные тенденции распространения англицизмов.

1. Активное функционирование англицизмов в сфере услуг: «Иноязычие в рекламном дискурсе, безусловно, является мощным экспрессивным средством, направленным на привлечение внимания потребителя. Однако эти языковые единицы расшатывают литературную норму русского языка, трансформируют языковые подсистемы» [Мигранова, 2015, с. 106].

2. Повсеместное распространение интернета как мощного стимула внедрения заимствований: «Всемирная паутина, социальные сети, международные связи, технологии, международный рынок, культурные мероприятия – все это оказывает сильное влияние на изменения, происходящие в русском языке» [Лихачева, 2017, с. 48]. При этом рассматривается как интернет-коммуникация, так и интернет-периодика: «Стремительно увеличивающееся количество новообразований от англицизмов в интернет-изданиях негативно влияет на речевую культуру молодого поколения» [Гуськова, 2017, с. 79]. С точки зрения вербальных процессов интернет автономен русскому языку: «Действительно, в современной лингвистике интернет-дискурс и электронную коммуникацию рассматривают с разных позиций: как форму общественного взаимодействия и реализации социальных ролей, как одну из форм речевого общения, а также как отдельную новую форму речи или как разновидность письменной речи» [Горбунова, 2010, с. 90].

Исследования в области новейших англицизмов не только выявляют лексическую избыточность, но и фиксируют существенные агнонимические процессы в современном русском языке: «Даже знающим английский язык, преподающим его, многие современные заимствования непонятны. Одни из-за русского написания, да еще в соответствии с искаженным произносительным вариантом и к тому же в несвойственном английскому языку значении» [Сиротина, 2015, с. 12].

Для фиксации уровня агнонимии среди англицизмов в русском языке нами использовался «Полный англо-русский, русско-английский словарь» В.К. Мюллера, с опорой на который устанавливаются исконные значения рассматриваемых лексем. Для определения синонимов русского языка нами применялся «Словарь синонимов ASIS» В.Н. Тришина.

Материалы и методы. Материалом исследования послужили: разговорная городская речь (общеупотребительные бытовые англицизмы), массовая литература, российские эргонимы, публикации СМИ (заголовки с англицизмами), примеры интернет-коммуникации. В статье использовались общенаучные методы исследования – описательный, сравнительно-сопоставительный, а также эмпирические методы – опрос, анкетирование. Была проанализирована степень агнонимии рассмотренных в статье заимствований в результате анкетирования: «Агнонимия определяется в современной лингвистике как явление, когда для носителя языка какие-либо языковые единицы родного языка остаются незнакомыми или недостаточно освоенными» [Мандрикова, 2017, с. 42].

В исследовании мы обращаемся к следующим возрастным группам информантов.

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. Эксперимент производился посредством интернет-опроса, где информант указывал известные ему значения заимствованных лексем.

Цель исследования – выявить возможные закономерности употребления англицизмов в современном русском языке, установить степень агнонии в русском языковом сознании.

Результаты исследования. Обращаясь к морфологическому аспекту заимствований следует отметить, что большая часть англицизмов – имена существительные. Эти англицизмы интегрируются в русский язык с возможной последующей грамматической ассимиляцией. Один из таких примеров – это прилагательное *рандóмный*. Данное слово образовано от английского существительного Random (англ. случайный). Примечательно, что англицизм Random в русском языке практически не используется и относится к категории сленгизмов. Приведем пример сленговой конструкции с ним (орфография сохранена): «Т.е. ответить на вопрос детерминирована вселенная или не детерминирована и есть ли в ней 'чистый рандом' – нельзя» (Б.а., 2015). Словосочетание *чистый рандом* употребляется в семантике – чистая случайность. В случае с образованным прилагательным мы наблюдаем ассимиляцию иноязычного слова по правилам грамматики принимающего языка: слово изменяется по родам, падежам и числам. В данном случае актуализируется способ суффиксации. К данному типу ассимиляции относятся прилагательные, которые были образованы от заимствованных существительных путем добавления следующих суффиксов: -ов, -ев, -ск, -н.

Англо-русский словарь Мюллера дает нам следующий перевод существительного, от которого образовано прилагательное:

Random. 1) наугáд, наобúм, наудáчу; 2) сдéланный или вýбранный наугáд, случáйный, беспоря́дочный; gandom bullet шальна́я пу́ля (Мюллер, 2013, с. 677).

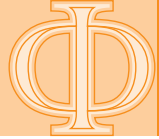
В словаре синонимов В.Н. Тришина мы находим следующие упоминания: *рандомный, выборный, произвольный, случайный* (Тришин, 2013).

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

Среди производных лексемы *рандом* 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.): «В этот раз студенты работали в группах по 4–5 человек. Распределение происходило при помощи программы рандомайзера (random, org), чтобы студенты имели возможность поработать и наладить взаимодействие с учащимися из других групп» [Акчурина и др., 2020, с. 99].

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.

Глаголы

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

Причастия

1. Рандомизированный – распределенный случайным образом.

Рассматриваемый нами англицизм не только употребляется в разговорной русскоязычной коммуникации, но и представлен в отечественной массовой литературе, например: «Проходил конкурс на знание английского языка: нужно было коротко рассказать о себе, подготовить номер и ответить на пару вопросов, которые задаст *рандомный* учитель» [Пятницына, 2021, с. 35].

Характерные случаи употребления демонстрируют нам заголовки печатных СМИ:

«VK Знакомства запускают *рандомный* чат – где собеседника подбирает алгоритм»¹.

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»².

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,

¹ Б.а. VK Знакомства запускают рандомный чат – где собеседника подбирает алгоритм // Комсомольская правда. 2022. 11 ноября. URL: <https://www.kp.ru/daily/27470.5/4676168/> (дата обращения: 09.12.2022).

² Б.а. Собери осеннюю аптечку с Кагоцел! URL: <https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/aktsiya-kagocel/> (дата обращения: 09.12.2022).

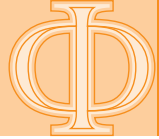
а главное *рандомно*))) Спасибо огромное за экскурсию от гостей из Москвы и Санкт-Петербурга!»³.

Далее нами приводятся результаты анкетирования, где выявляются разговорные синонимы к данному слову, а также устанавливается степень агнонимии прочно укрепившегося в отечественном социальном обиходе некодифицированного англицизма (табл. 1).

Таблица 1

Данные анкетирования, ответы на слово <i>рандомный</i>	
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 агнонимии	6,6 %
26–39 лет (33 человека)	
Не знаю значения	6,1 %
Ошибочное значение	9,1 %
Правильная формулировка	75,8 %
Правильно установлена область значения	9,1 %
Суммарный процент агнонимии	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 лет (14 человек)	
Не знаю значения	57,1 %
Ошибочное значение	0 %
Правильная формулировка	42,9 %
Правильно установлена область значения	0 %
Суммарный процент агнонимии	57,1 %
Группа лиц, свободно общающихся на английском языке (23 человека)	
Не знаю значения	0 %
Ошибочное значение	0 %
Правильная формулировка	69,6 %
Правильно установлена область значения	30,4 %
Суммарный процент агнонимии	0 %
Суммарный процент агнонимии по всем категориям	14,8 %

³ Экстрагид. URL: <https://extraguide.ru/russia/yaroslavl/excursion-86921/> (дата обращения: 09.12.2022).



Описание полученных результатов анкетирования

1. Группа 1 – 16–25 лет (45 человек):

среди младшей возрастной группы (16–25 лет) не возникло трудностей с идентификацией значения 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 ситуация смещается в сторону конкретики. Результаты показали, что чаще указывается точная формулировка, 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 человек;

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 значение, попытки подобрать синоним не предпринимаются, однако присутствуют ошибочные предположения значений.

3. Группа 3 – 40–50 лет (20 человек):

в более старшей группе закономерно растет 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 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*.

Суммарный процент агнонимии 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. В возрастной категории старше пятидесяти лет агнонимия составила более 50 %. Прилагательное активно функционирует в российском социуме, стоит отметить, что подобные части речи еще не столь распространены в русской разговорной речи: «Второй из отмеченных типов словообразовательной активности – образование от англицизмов прилагательных суффиксальным способом – менее продуктивен. Число таких лексем, регулярно используемых в русскоязычном дискурсе, невелико (примерно 20 % от общего числа прилагательных, образованных от англицизмов суффиксальным способом)» [Гуськова, 2017, с. 79].

Рассмотрим еще один некодифицированный в русском языке англицизм – *кэжуал*. Данное слово используется в бытовой лексике русского языка и является тождественным понятию – «повседневный стиль одежды». Отметим, что случаи кодификации лексемы в академических и специализированных словарях отсутствуют.

Англо-русский словарь Мюллера предоставляет следующий перевод: Casual. 1) случайный, 2) непреднамеренный, 3) небрежный; 4) случайный, нерегулярный; worker временный рабочий (Мюллер, 2013, 148 с.).

Случаи полисемии у данного англицизма в русском языке не выявлены, в словарях синонимов он не фиксируется.

Синонимы в разговорном русском языке, выявленные при помощи анкетирования, демонстрируют следующие характерные варианты: *практичная мода, комфортный стиль, повседневный стиль*.

С точки зрения словообразовательных производных, фиксируется одно прилагательное *кэжуальный*, которое также функционирует в составе словосочетания. Примечательно, что его часто путают со словом *казуальный*, что обусловлено созвучностью паронимов.

Словосочетания

Кэжуальные бренды – компании, производящие повседневную одежду.

Прилагательные

Кэжуальный (прил. от кэжуал).



Примеры употребления в массовой литературе

1. «Хотите много бизнес-поездки – расширяйте капсулу делового *кэжуал*» [Афанасьева, 2019, с. 13].

Примеры заголовков СМИ

1. Жизнь в стиле «Casual». Советы на каждый день от Елены Бер⁴.

2. «Теремок» примеряет casual. Сеть готовится к смене формата⁵.

«Эту модель развития сеть уже три года применяет в Санкт-Петербурге. Сегмент общественного питания fast casual (заведения со свежей, быстро приготовленной едой, современной атмосферой и демократичным чеком)»⁶.

Примечательно, что большая часть примеров употребления данного слова в социальном обиходе фиксируется посредством латиницы, данная тенденция активно присутствует в коммерческой сфере, что делается из рекламных побуждений: «Для того чтобы привлечь внимание клиента, создатели рекламных текстов используют различные способы, в частности, употребляют разного рода иноязычные элементы. Смешение их вызывает не только интерес, но и обеспокоенность у лингвистов» [Мигранова, 2015, с. 106].

1. Салон красоты «Casual» – Все услуги премиум класса в нашем салоне красоты на ул. Байкальская. Специалисты работают только на качественных материалах. Для клиентов ежемесячно проходят выгодные акции на отдельные виды услуг.

2. Дизайн ногтей *CASUAL* маникюр в салоне красоты Vabor Троицк. – Уникальная методика, опытные мастера, безупречное качество работ. Повседневный маникюр в салоне красоты Vabor в Троицке. Мы ждем Вас!

3. Брюки в стиле Casual (имеются в виду повседневные брюки).

4. Для создания повседневных образов Дом моды HENDERSON рад предложить большой ассортимент брюк в стиле *casual*.

5. Блейзер в стиле смарт-кэжуал.

Обратимся к результатам анкетирования (табл. 2).

Таблица 2

Данные анкетирования, ответы на слово <i>кэжуал</i>	
Возрастная группа 16–25 лет (45 человек)	
Не знаю значения	28,9 %
Ошибочное значение	4,4 %
Правильная формулировка	33,3 %
Правильно установлена область значения	33,3 %
Суммарный процент агнонии	33,3 %
26–39 лет (33 человека)	
Не знаю значения	27,3 %
Ошибочное значение	3 %

⁴ Е. Бер. Жизнь в стиле «Casual» // Комсомольская правда. 2010. 22 октября. URL: <https://www.chel.kp.ru/daily/24579/750149/> (дата обращения: 09.12.2022).

⁵ Б.а. «Теремок» примеряет casual // Коммерсантъ. 2017. 23 октября. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3447248> (дата обращения: 09.12.2022).

⁶ Герашенко и др. «Теремок» примеряет casual // Коммерсантъ. 2017. 23 октября. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3447248> (дата обращения: 09.12.2022).

Окончание табл. 2

Правильная формулировка	24,2 %
Правильно установлена область значения	45,5 %
Суммарный процент агнонимии	30,3 %
40–50 лет (20 человек)	
Не знаю значения	30 %
Ошибочное значение	10 %
Правильная формулировка	20 %
Правильно установлена область значения	40 %
Суммарный процент агнонимии	40 %
Старше 50 лет (14 человек)	
Не знаю значения	57,1 %
Ошибочное значение	0 %
Правильная формулировка	14,3 %
Правильно установлена область значения	28,6 %
Суммарный процент агнонимии	57,1 %
Группа лиц, свободно общающихся на английском языке (23 человека)	
Не знаю значения	4,3 %
Ошибочное значение	4,3 %
Правильная формулировка	43,8 %
Правильно установлена область значения	56,5 %
Суммарный процент агнонимии	8,6 %
Суммарный процент агнонимии по всем категориям	25,9 %

Описание полученных результатов анкетирования

1. Группа 1 – 16–25 лет (45 человек):

1) не знаю значения: 28,9 % – 13 человек;

2) ошибочное значение: 4,4 % – 2 человека. Были выявлены следующие слова: *расслабленный, строгость*;

3) правильная формулировка: 33,33 % – 15 человек;

4) правильно установлена область значения: 15 человек. Были выявлены следующие синонимы: *джинсовый стиль, комфорт, мода, стиль, стиль в одежде, черта стиля*.

2. Группа 2 – 26–39 лет (33 человека):

1) не знаю значения: 27,3 % – 9 человек;

2) ошибочное значение: 3 % – 1 человек. Было выявлено слово *деньги*;

3) правильная формулировка: 24,2 % – 8 человек;

4) правильно установлена область значения: 45,5 % – 15 человек. Были выявлены следующие синонимы: *городской, городской стиль, обыденность, обычный, уличный, расслабленный стиль, стиль, стиль одежды, стиль удобной для жизни в городе одежды*. Примечательно, что только в данной возрастной группе встречается реакция *городской* – 7 человек (21 % от всей группы).

3. Группа 3 – 40–50 лет (20 человек):

1) не знаю значения: 30 % – 6 человек;

2) ошибочное значение: 10 % – 2 человека. Было выявлено слово *стильный*;

3) правильная формулировка: 20 % – 4 человека.



4) правильно установлена область значения: 40 % – 8 человек. Были выявлены следующие синонимы: *обычный, стиль в моде, удобный*.

4. Группа 4 – старше 50 лет (14 человек):

1) не знаю значения: 57,1 % – 8 человек;

2) ошибочное значение: 0 % – 0 человек;

3) правильная формулировка: 14,3 % – 2 человека;

4) правильно установлена область значения: 28,6 % – 4 человека. Был выявлен синоним: *стиль одежды*.

5. Группа 5 – группа лиц, свободно общающихся на английском языке (23 человека):

1) не знаю значения: 4,3 % – 1 человек;

2) ошибочное значение: 4,3 % – 1 человек. Было выявлено слово *сложный*;

3) правильная формулировка: 43,8 % – 8 человек;

4) правильно установлена область значения: 56,5 % – 13 человек. Были выявлены следующие синонимы: *базовый, обыкновенный, простой, не стремящийся к сложности, обычный, свободный, стиль, стиль одежды, удобный*.

Суммарный процент агнонии по всем категориям составил 28 %.

Вывод. Результаты анкетирования свидетельствуют о том, что данный англицизм практически на треть не освоен информантами. Примечательно, что ошибочные значения указываются и в группе, свободно говорящей на английском языке. Анализируемое слово часто пишется на латинице, принимая таким образом свойства варваризма: «Языковая конъюнктура последних лет характеризуется повышенным интересом к заимствованиям из английского языка или неологизмам, “маскирующимся” под них варваризмам. Варваризмы как один из видов англицизмов стали характерным признаком качества, новизны, статуса товара» [Крылов, 2013, с. 84].

Заключение. Проведя анализ ряда заимствований, мы установили, что чрезмерное употребление англицизмов на бытовом уровне русского языка не является фактом их освоения коренными носителями русского языка. В ходе проведенного эксперимента нам удалось установить, что заимствованная лексика частично осмысливается разными возрастными группами информантов, что свидетельствует об агнонии у части носителей русского языка и провоцирует ряд коммуникативных неудач.

К числу возможных причин употребления англицизмов в современной русскоязычной коммуникации относятся:

1. Модные мировые тенденции на англицизмы.

2. Отсутствие понимания семантики заимствований.

3. Попытка самоидентификации индивида через акцентирование своей принадлежности западно ориентированному обществу.

4. Противопоставление языковому сознанию старшего поколения.

Анализ ситуаций употребления англоязычных заимствований выявляет случаи как оправданного, так и неоправданного их использования. Для нивелирования агнонимических процессов в языковом сознании россиян следует

контролировать использование англицизмов. Слова базового лексического пласта, имеющие в 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: «Это приводит к умалению и даже отрицанию действительных ресурсов родного языка и сакрализации чужого (в данном случае – английского)» [Васильев, 2022, с. 41].

Список словарей

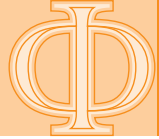
1. Мюллер В.К. Полный англо-русский, русско-английский словарь: 300 000 слов и выражений. М.: Эксмо, 2013. 1328 с.
2. Тришин. В.Н. Словарь синонимов ASIS. 2013 [Электронный ресурс]. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/369435 (дата обращения: 09.12.2022).

Библиографический список

1. Акчурина А.Р., Кузнецова С.Ю., Фирсова С.Д. Межгрупповая внеаудиторная творческая проектная деятельность в рамках преподавания иностранного языка в вузе // Вестник Московского университета. Сер. 20: Педагогическое образование. 2020. № 4. С. 96–110.
2. Афанасьева С.А. Продавай как бог. Включить сумасшедшую конверсию. М.: Эксмо, 2019. 260 с.
3. Васильев А.Д. Нескромное обаяние англицизмов: магнетизм темных слов // Сибирский филологический форум. 2022. № 1 (18), С. 40–50.
4. Гинза Д.И., Горбунова В.С. Английские заимствования в русском языке // Бюллетень науки и практики. 2017. № 4 (17). С. 304–307.
5. Горбунова И.Н. Функциональные особенности англицизмов в русском интернет-дискурсе // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2010. № 3 (11). С. 89–95.
6. Гуськова А.С. О словообразовательной активности современных англицизмов в русскоязычном дискурсе // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2017. Ч. 23, № 1.1. С. 77–80.
7. Крылов Ю.В. Англицизмы в рекламной номинации // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2013. № 1. С. 83–85.
8. Лихачева Ж.В. О способах заимствования в современном русском языке на примере молодежного сленга // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2017. № 4 (30). С. 48–52.
9. Мандрикова Г.М. От орфографии к агнонии (к вопросу о причинах орфографических неудач) // Экология языка и коммуникативная практика. 2017. № 3. С. 40–47.
10. Мигранова Л.Ш. Графико-орфографическое иноязычие в рекламных вывесках // Филология и культура. 2015. № 4 (42). С. 106–108.
11. В.В. Морковкин, А.В. Морковкина. Русские агнонимы (слова, которые мы не знаем). М.: Астра семь, 1997. 415 с.
12. Пятницyna Ю.В. Азия в моем сердце. 88 историй о силе путешествий и людях, которые оставляют свой след в душе. М.: Бомбора, 2021. 192 с.
13. Сиротина О.Б. «Волны» изменений в функционировании русского языка // Проблемы речевой коммуникации. 2015. № 15. С. 4–23.

Сведения об авторе

Ингул Виктор Васильевич – ассистент кафедры общего языкознания, Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева; e-mail: takmak@mail.ru



THE PHENOMENON OF AGNONYMY IN MODERN RUSSIAN

V.V. Ingul (Krasnoyarsk, Russia)

Abstract

Statement of the problem. In modern Russian speech, there is a tendency towards excessive use of English vocabulary in various spheres of life: politics, economics, media, literature, and science. In the historical context, borrowings are an integral part of the natural process of language development and functioning, but today there are a number of specific features that are caused by current socio-political processes and world globalization. Most of the newest foreign language lexemes have not yet been codified in the Russian language, along with their active functioning in it.

The purpose of the article is to identify possible patterns of the use of Anglicisms in the modern Russian language, to establish the degree of agnonymy in the Russian language consciousness.

Materials and methods. The anglicisms of the everyday level in modern Russian-language communication are considered as language material. The article engages general scientific research methods – descriptive and comparative ones, as well as empirical methods – survey, questionnaire. The total number of 135 people took part in the study. The experiment was carried out through an Internet survey, where recipients indicated the values of the borrowed tokens known to them.

As a result, we have found that the use of uncodified Anglicisms at the household level is not always justified, since they have wide synonymous series in the Russian language; and the semantics of such borrowings is variable and diffuse. Through a sociolinguistic experiment (questionnaire), it is possible to establish the general degree of agnonymy of borrowed lexemes among various age groups, as well as a group of informants who fluently communicate in English.

Keywords: *agnonyms, anglicisms, barbarisms, synonymy, borrowed vocabulary, linguistic expansion, communicative failures, Internet discourse, sociolinguistic experiment.*

Dictionaries

1. Muller V.K. Full English-Russian, Russian-English dictionary: 300 000 words and expressions. Moscow: Eksmo, 2013. 1328 p.
2. Trishin. V.N. Dictionary of synonyms ASIS. 2013 [Electronic resource]. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonyms/369435 ((access date: 09.12.2022).

References

1. Akchurina A.R., Kuznetsova S.Yu., Firsova S.D. Intergroup extracurricular creative project activity within the framework of teaching a foreign language at a university // Bulletin of the Moscow University. Ser.: 20. Pedagogical Education. 2020. No. 4. P. 96–110.
2. Afanasyeva S.A. Sell like God. Enable crazy conversion. Moscow: Eksmo, 2019. 260 p.
3. Vasiliev A.D. The immodest charm of Anglicisms: the magnetism of dark words // Siberian Philological Forum. 2022. No. 1 (18). P. 40–50.
4. Ginza D.I., Gorbunova V.S. English borrowings in Russian // Bulletin of Science and Practice. 2017. No. 4 (17). P. 304–307.
5. Gorbunova I.N. Functional features of Anglicisms in Russian Internet discourse // Bulletin of Irkutsk State Linguistic University. 2010. No. 3 (11). P. 89–95.
6. Guskova A.S. On the word-formation activity of modern Anglicisms in Russian-language discourse // Bulletin of Samara University. History, Pedagogy, Philology. 2017. Part 23, No. 1.1. P. 77–80.
7. Krylov Yu.V. Anglicisms in the advertising nomination // Bulletin of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian Studies. 2013. No. 1. P. 83–85.

8. Likhacheva Zh.V. On the methods of borrowing in modern Russian by the example of youth slang // Human Science: Humanitarian Studies. 2017. No. 4 (30). P. 48–52.
9. Mandrikova G.M. From spelling to agnomy (to the question of the causes of spelling failures) // Ecology of Language and Communicative Practice, 2017. No. 3. P. 40–47.
10. Migranova L.Sh. Graphic and orthographic foreign language in advertising signs // Philology and Culture. 2015. No. 4 (42). P. 106–108.
11. Morkovkin V.V., Morkovkina A.V. Russian agnonyms (words we don't know). Moscow: Astra seven, 1997. 415 p.
12. Pyatnitsyna Yu.V. Asia in my heart. 88 stories about the power of travel and people who leave their mark on the soul. Moscow: Bombora, 2021. 192 p.
13. Sirotinina O.B. “Waves” of changes in the functioning of the Russian language. Problems of Speech Communication. 2015. No. 15. P. 4–23.

About the author

Ingul Viktor Vasilyevich – Assistant, Department of General Linguistics, Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafyev (Krasnoyarsk, Russia); e-mail: takmak@mail.ru