

Научно-исследовательская работа

Предмет: русский язык и литература

Влияние лексических новообразований на развитие современного
русского языка

Выполнила:

Павлюченко Дарья Алексеевна

учащаяся 6 "А" класс

МБОУ "Гимназия № 7 "Ступени"

г. Верхний Уфалей

Руководитель:

Балабанова Ольга Владимировна

Учитель русского языка и литературы

МБОУ "Гимназия № 7 "Ступени"

г. Верхний Уфалей

Оглавление

Введение	3
Основная часть	4
1. Определение термина лексика	4
2. Виды лексики	4
2.1. Диалектизмы	4
2.2. Профессионализмы	5
2.3. Жаргонизмы	5
3. Словесные новообразования в русском языке на примере молодежного сленга	5
4. Исследование влияния сленга на общеупотребительную речь	6
4.1. Подготовительный этап и результаты анкетирования	6
4.2. Создание и публикация информационного постера	10
4.3. Реакция на публикацию постера и результаты исследования	11
Заключение	13
Список литературы	14
Приложения	15
Приложение А	15
Приложение Б	17
Приложение В	18

Введение

Русский язык — один из самых богатых языков мира. Его достоинства определяются большим словарным запасом, широкой многозначностью слов, богатством синонимов, разнообразием ударений, разнообразием стилистических ресурсов. Под русским языком следует понимать и национальный язык, и литературный язык. На этом языке было написано множество произведений и научных работ, оптимизированные высокой значимостью в мировой культуре.

Однако вместе с классическим использованием языка с течением времени появляются вредные новообразования, которые могут повлиять не в лучшую сторону.

Однажды, прочитав рассказ И.С. Тургенева “Муму”, я была удивлена тем, какие слова и выражения использовались в то время. Эти слова сильно отличаются от слов, которые используются в настоящее время. Мне стало интересно какие факторы оказывают влияние на употребление и изменение слов и как новые слова влияют на развитие нашей речи.

Цель: изучить степень влияния лексических новообразований в русском языке.

Задачи:

1. Дать определение термину лексика;
2. Выявить факторы, влияющие на изменение и развитие лексического запаса;
3. Определить степень влияния и роль словесных новообразований в русском языке.

Гипотеза: мы предполагаем, что употребление вредных новообразований, а именно сленга, отрицательно влияет на уровень восприятия общеупотребительной лексики в речи.

Актуальность нашей работы основана на привлечении внимания к проблеме влияния словесных новообразований на развитие родной речи. Жаргонизмы молодежной сферы общества - сленг, активно проникают во многие культурные слои, разрушая устоявшуюся в них традиционную языковую базу. Наше исследование поможет научиться определять эти новообразования в речи и идентифицировать их. Это будет полезно как при построении коммуникативных связей при общении, так и в целях общей профилактики знания и использования родного языка.

Основная часть

1. Определение термина лексика

Лексика – это словарный состав языка, стилистического пласта, конкретного текста или множества текстов. Изучением лексики занимается лексикология, и именно этот раздел языкознания имеют в виду, упоминая о научных изысканиях в этой области.

Лексикология, как наука, ориентирована на изучение значения, происхождения, исследование динамики словарного состава, отражения действительности в словаре. Так, лексикология рассматривает причины появления неологизмов и способы их образования, процессы устаревания слов и выпадения их из активного словаря, разбирает значения фразеологических оборотов и сочетаний.

Лексическое значение слова – это то, что именно обозначает конкретное слово. Чтобы понять, что такое лексическое значение слова, установим, что слово является центральной значимой единицей языка, которая оформляется в виде звуков в речи и записывается на бумаге буквами.

Лексикон в русском языке, в основном своем содержании делится на исконно русские слова и заимствованные.

В результате, в зависимости от языка-донора заимствования, можно выделить англицизмы, арабизмы, германизмы и др. Например: из немецкого языка пришли слова такие как почта, штраф, цинк и др.; из французского - медальон, бюро, гараж и др.; из английских - джаз, ватман, брифинг и др.; из итальянских - касса, пианино, валюта и др.[5]

2. Виды лексики

В русском языке лексика делится на две группы по принципу потребления: общеупотребительную и ограниченную. Общеупотребительная лексика включает в себя слова, которые используются всеми носителями языка, вне зависимости от территории распространения или их, носителей, рода занятий. К этому типу лексики относятся знакомые всем понятия и явления, например: отец и мать, земля и вода, хлеб и воздух.

В лексику ограниченного употребления входят слова, соответствующие её названию, обладающие более узкой сферой употребления. Ограниченную лексику разделяют на профессиональную, диалектную и жаргонную.

2.1 Диалектизмы

Диалектизмы в лексике представляют собой языковые особенности, распространение которых ограничено определенной географической зоной. Зачастую, изменение формы и произношения общеупотребительного термина имеет исторический характер, и специфические особенности речи отдельных носителей языка, например: чай -цай, глиняный горшок - махотка, скамья - услон.

2.2 Профессионализмы

Профессионализмы – слова и обороты, которые употребляются людьми одной профессии. В отличие от терминов, являются просторечными названиями понятий в отдельной сфере трудовой, производственной и научной сфере деятельности.

2.3 Жаргонизмы

Жаргонная лексика или жаргонизмы, представляют собой специфический социальный диалект, которому характерна особая экспрессивность оборотов речи. Жаргон находится за пределами норм литературного языка. В отличие от диалектизмов, жаргонизмы в народной речи образуются благодаря не историческим, либо территориальным истокам, а сиюминутным стремлением видоизменить общеизвестные устоявшиеся обозначения, для придания им большей эмоционально-образной окраски.

Слово "сленг" появилось в нашей стране как жаргонизм, использовавшийся представителями молодежных субкультур в качестве названия своего жаргона. В разговорном и публицистическом стиле речи - "жаргон" и "сленг" - это как правило одно и то же. Однако, парадокс заключается в том, что воспринимаются эти термины в обществе с разным отношением: "жаргон" имеет негативную окраску, а "сленг" - нейтральную.[3]

3. Словесные новообразования в русском языке на примере молодежного сленга

Молодежный сленг никому не навязывается, он просто существует. И для того, чтобы быть включенным в молодежное сообщество, стать в нем "своим", молодому человеку надо не только быть молодым по возрасту, но также и говорить на языке, свойственном его возрастной группе, а именно владеть и пользоваться молодежным сленгом. Этот сленг по-своему кодирует, сохраняет и передает информацию от одного молодого человека к другому.[4]

Сленг – разновидность речи, используемой преимущественно в устном общении отдельной относительно устойчивой социальной группой, объединяющей людей по признаку профессии или возраста.

Сленг охватывает многие области жизни и является постоянным словотворчеством, в основе которого лежит принцип языковой игры. Нередко именно комический, игровой эффект является главным в сленговом тексте.[2]

Следует выделить основные причины употребления сленга:

1. Сленг делает речь более краткой, эмоционально выразительной;
2. Сленг помогает выделиться подростку, стать непохожим на окружающих;
3. Сленг служит
опознавательным знаком того, что этот человек принадлежит к данной социальной среде.

4. Сленг - способ прикрыть собственную безграмотность и скудость языка, но при этом выглядеть модно: «превед», «ненаю», «брадяга» и т.п.

Отсюда отсутствие элементарной коммуникабельности, что в дальнейшем может существенно повредить, например, при приеме на работу или же просто вызвать трудности в общении. А между тем понятие "культурный человек" предполагает в том числе умение грамотно говорить, четко и правильно излагать свои мысли. Молодежь должна не только оперировать сленговыми словечками, но и прекрасно владеть литературной речью. Пока же такой языковой уровень, по мнению взрослых, невысок. [1]

4. Исследование влияния сленга на общеупотребительную речь

В теоретической части нашего исследования мы рассмотрели теоретические аспекты влияния и роли новообразованных слов в русском языке. Различные виды ограниченного типа лексики исторически изменяли, дополняли наш язык. Многие слова остались в общем употреблении, а многие исчезли за сменой эпох.

Нами было принято решение узнать, действительно ли сленг имеет такое сильное влияние, имеет ли негативное воздействие относительно родной речи и возможно ли практическим путем, обратить внимание носителей русского языка на эту проблему.

Для этого, в практической части нашего исследования мы проведем несколько этапов работы над решением поставленной задачи. Эти этапы представляют собой:

- Изучение общественного мнения, методом анкетирования;
- Создание визуального информационного макета;
- Анализ общественного мнения на информационный макет при его демонстрации.

4.1. Подготовительный этап и результаты анкетирования

Информантами для анкетирования послужили 20 человек. В это число входят ученики 5 классов, учителя, а также знакомые люди из нашего окружения. Всех этих людей мы объединили в группы по 5 человек: от 11 - 16 лет; от 17 - 25 лет; от 26 - 40 лет; от 41 - 99 лет, таким образом, мы разделили опрашиваемых на группы разных поколений. Им было предложено ответить на 6 вопросов в режиме заполнения заранее подготовленной анкеты. Анкета содержала как открытые, так и закрытые типы вопросов (Приложение Б).

Каждый вопрос обладал определенной формулировкой, которая должна была подвести информанта к конкретному варианту ответа (Приложение А, рис.1,2):

- В первом вопросе, было предложено ответить на вопрос о том, знакомы ли информанты с термином “сленг”;
- Во втором вопросе необходимо было указать источники информации, которыми наиболее часто пользуются опрашиваемые;

- Третий содержал в себе перечень сленговых слов, которые необходимо было расшифровать. В таблице задания были показаны либо только сленговые слова без их расшифровки, либо общеупотребительный термин без сленгового варианта. Примеры слов и их значений в полном варианте: краш - влюбленность; чилить - отдыхать; хайп - популярность; хейтер - недруг; изи - легко; агриться - злиться; зашквар - не очень; го - идем; свайп - вверх; хейт - критика внешности; дискотряска - дискотека; бабло - деньги; быковать - наезжать; кайф - удовольствие.

- В четвертом необходимо было указать в каких местах и ситуациях возможно употребление сленговых слов;

- В пятом - как часто применяются сленговые слова в разговорной речи;

- В шестом вопросе необходимо было выразить свое отношение к употреблению сленга в речи.

Эти вопросы были составлены с целью выявления отношения к употреблению сленговых слов людьми разных возрастных групп (Приложение А, рис. 3).

Собрав воедино результаты анкетирования и обработав информацию, мы получили следующие данные по выделенным нами ранее возрастным группам.

Группа от 11 - 16 лет:

- 1 вопрос: 60% - знакомы с термином “сленг”, 40% - не знакомы или сомневаются;

- 2 вопрос: 80% - указали источник для сбора информации интернет, 20% - газеты;

- 3 вопрос: 20% - заполнили таблицу на 92% (указали 13 значений), 20% - заполнили таблицу на 71% (указали 10 значений), 20% - заполнили таблицу на 57% (указали 8 значений), 20% - заполнили таблицу на 7% (указали только 2 значения), 20% - заполнили таблицу на 10% (указали только 3 значения);

- 4 вопрос: 80% - считают, что сленговые слова можно употреблять в школе, на улице, в обществе с друзьями, 20% - воздержался от ответа;

- 5 вопрос: 60% - применяют очень редко, 20% - иногда, 20% - часто

- 6 вопрос: 60% - хорошо относятся к употреблению сленговой речи; 20% - удовлетворительно. Употребляют очень редко и даже не понимают значение слов в разговорной речи; 20% - удовлетворительно. Считают, что эти слова портят наш язык.

Группа от 17 - 25 лет:

- 1 вопрос: 100% - знакомы с термином “сленг”;

- 2 вопрос: 100% - указали источник для сбора информации интернет;

- 3 вопрос: 20% - заполнили таблицу на 100%, 20% - заполнили таблицу на 92%% (указали 13 значений), 40% - заполнили таблицу на 85% (указали 12 значений), 20% - заполнили таблицу на 78% (указали 11 значений);

- 4 вопрос: 80% - считают, что сленговые слова можно употреблять сленг везде, 20% - на улице;

- 5 вопрос: 20% - применяют очень часто, 40% - иногда, 20% - часто, 20% - очень редко;

- 6 вопрос: 80% - хорошо относятся к употреблению сленговой речи, 20% - нейтрально, 60% - считают, что сленговые слова помогают им учиться, мыслить быстрее соображать. И в будущем будут развивать русский язык, 40% - считают, что сленговые слова разрушают русский язык.

Группа от 26 - 40 лет:

- 1 вопрос: 80% - знакомы с термином “сленг”, 20% - нет;

- 2 вопрос: 80% - указали источник для сбора информации интернет, газеты, телевидение, общение в обществе;

- 3 вопрос: 20% - заполнили таблицу на 85%. (указали 12 значений), 20% - заполнили таблицу на 71% (указали 10 значений), 40% - заполнили таблицу на 64% (указали 9 значений), 20% - заполнили таблицу на 28% (указали 4 значения);

- 4 вопрос: 40% - считают, что сленговые слова можно употреблять столько с близкими людьми, 20% - на улице, 20% - считают, что необходимо употреблять только русские слова, не засорять родную речь иностранными высказываниями;

- 5 вопрос: 40% - применяют очень редко, 40% - иногда, 20% - не применяют;

- 6 вопрос: 80% - считают, что сленг разрушает русский язык, 20% - считают, что сленг занимает особое место в обществе. Предлагается употребление этих слов в определенном месте.

Группа от 41 -99 лет:

- 1 вопрос: 80% - знакомы с термином “сленг”, 20% - нет;

- 2 вопрос: 20% - указали источник для сбора информации общение в обществе, 20% - телевидение, 40% - телевидение, интернет, радио, 20% - указали от общения с внуками;

- 3 вопрос: 20% - заполнили таблицу на 100%. (указали 14 значений), 20% - заполнили таблицу на 71% (указали 10 значений), 20% - заполнили таблицу на 42% (указали 6 значений), 20% - заполнили таблицу на 35% (указали 5 значения);

- 4 вопрос: 60% - считают, что сленговые слова нельзя употреблять, 20% - на улице, дома, 20% - иногда в непринужденной обстановке;

- 5 вопрос: 40% - применяют очень редко, 20% - иногда, 40% - не применяют;

- 6 вопрос: 100% - считают, что сленг разрушает русский язык. Вносит недопонимание между возрастными группами.

Таким образом из результатов проведенного анкетирования можно сделать следующие выводы (Приложение А, рис. 4):

1. В ответе на первый вопрос 80% из опрошенных знакомы с термином “сленг”. Наиболее высокий процент показала вторая группа. Исходя из этого можно сделать вывод, что сленговые слова слышали и знают все информанты;

2. В ответе на второй вопрос, наиболее высокий процент ответов относится к пункту интернет. Участниками из первой, второй и третьей группы, этот ответ был выбран в 80-100% случаев. В группе 4 результаты оказались распределены по всем пунктам. Исходя из этого мы можем сделать вывод что на сегодняшний день, именно интернет является наиболее востребованным источником информации у людей всех возрастов. Однако, люди старшего возраста, все еще используют, частично или полностью, иные источники: телевидение, прессу, радио для получения информации. Соответственно какая то часть информации, которой специфична именно интернет среда, может быть им неизвестна, либо не доступна;

3. В ответе на третий вопрос хорошо справились все группы. Но наилучший результат показала вторая группа. Это говорит о том, что подростки в возрасте от 16 - 25 лет употребляют сленговые слова в повседневной жизни больше остальных. Наиболее актуальными словами были: краш - влюбленность; изи - легко; го - идем; бабло- деньги; дискотряска - дискотека; кайф - удовольствие. Наименее - хайп - шумиха; хейтер - не друг; зашквар - позор; свайп - вверх.

4. В ответе на четвертый вопрос в первая и вторая группа считают, что сленговые слова можно употреблять везде, в школе, на улице, в обществе. Третья группа считают, что их можно употреблять только с близкими людьми в непринужденной обстановке. Четвертая группа категорически заявила, что сленг вообще нельзя употреблять нигде;

5. В ответе на пятый вопрос только вторая группа указала, что пользуются часто сленговыми словами. Первая группа указала, что редко, а третья и четвертая либо не употребляет совсем, либо очень редко. Исходя из последних двух вопросов мы можем сделать выводы, что люди старшего поколения не прибегают к сленгу. Они предпочитают исконно русские слова;

6. В ответе на шестой вопрос в каждой группе были информанты, которые предполагали, что сленг разрушает русский язык, но в каждой группе этот процент был разный. В первой и второй группах мнения разделились в большую сторону того, что сленг развивает русский язык, помогает им учиться, мыслить быстрее, соображать и в дальнейшем без сленга они не видят свое существование. В третьей и четвертой группах наоборот. Информанты считают, что сленг разрушает русский язык, вносит недопонимание между возрастными группами.

Исходя из выше перечисленного, можно сделать вывод, что сленговые слова присущи именно молодому поколению, которые черпают эти слова из интернета. Они употребляют их в разговорной речи везде: на улице, дома, в школе. Сленг помогает подростку стать не похожим на других, выделяться из окружения. Он дает шанс выглядеть модно, что очень важно для молодежи. Люди старшего

поколения не употребляют слова, знакомые молодому поколению и по большей степени осуждают их использование в речи.

4.2. Создание и публикация информационного постера

Во второй части практического исследования мы создали информационный постер (Приложение В). Целью создания данного постера послужило привлечение внимания к проблеме влияния словесных новообразований на развитие родной речи. Идеей для оформления постера послужил дизайн страницы одной из популярных социальных сетей, т.к. на сегодняшний день именно социальные сети являются наиболее популярными источниками информации среди молодежи и людей среднего возраста. Согласно концепции, информационный постер содержит в себе изображения русских писателей с известными фразами. В каждой фразе одно слово, которое служит опорой смыслового значения всего текста, заменено на слово из сленговой лексики, наиболее близко подходящее ему по значению. В итоге мы получили семь постеров:

- Александр Сергеевич Пушкин. Его знаменитая фраза “Я вас любил так искренно, так нежно” была переделана на “Я в вас был КРАШ так искренно, так нежно”, где “краш” имеет смысл “влюбиться” (Приложение А, рис. 5);

- Михаил Юрьевич Лермонтов. Его знаменитая фраза “Я вышел из лесу. И вот. Проснулся день, и хоровод светил напутственных исчез” была переделана на “ЛИВНУЛ Я из лесу. И вот. Проснулся день, и хоровод светил напутственных исчез”, где “ливнуть” имеет смысл “уйти, покинуть”;

- Лев Николаевич Толстой. Его знаменитая фраза “Вам может это казаться странным, но мы люди новые, и что вам странно и трудно нам просто” была переделана на “Вам может это казаться странным, но мы люди новые, и что вам странно и трудно нам ИЗИ”, где “изи” имеет смысл “просто”;

- Иван Андреевич Крылов. Его знаменитая фраза “Васька слушает, да ест” была переделана на “Васька слушает, да хаваает”, где “хавать” имеет смысл “есть”;

- Антон Павлович Чехов. Его знаменитая фраза “В человеке должно быть все прекрасно: и лицо, и одежда, и душа, и мысли” была переделана на “В человеке должно быть все прекрасно: и лицо, и ШМОТКИ, и душа, и мысли”, где “шмотки” имеет смысл “одежда”;

- Иван Сергеевич Тургенев. Его знаменитая фраза “Но все эти неудобства и неудачи выкупаются другого рода выгодами и удовольствиями” была переделана на “Но все эти неудобства и неудачи выкупаются другого рода выгодами и КАЙФОМ”, где “кайф” имеет смысл “удовольствие”;

- Михаил Евграфович Салтыков - Щедрин. Его знаменитая фраза “Денег на наше образование швырялось с три пропаста, но знаний на эти деньги приобреталось на грош.” была переделана на “КЭШ на наше образование швырялось с три пропаста, но знаний на эти КЭШ приобреталось на грош”, где “кэш” имеет смысл “деньги”.

Мы не случайно взяли русских писателей золотого века русской литературы. Их творческие идеи словно проникнуты одним духом и воодушевлены одинаковыми стремлениями, согласовано шли к одной цели и преследовали одинаковые интересы.

Информационные постеры, которые мы использовали в исследовании, составлены в иронично-юмористическом жанре, с целью доказать абсурдность употребления сленговых нововведений и замещения ими обычной классической речи.

4.3. Реакция на публикацию постера и результаты исследования

Наши информационные постеры были продемонстрированы на территории нашего учебного заведения (Приложение А, рис.6). Информантами послужили 20 человек, объединенные в группы по 5 человек: от 11 - 16 лет; от 17 - 25 лет; от 26 - 40 лет; от 41 - 99 лет. По окончании демонстрации постеров мы провели устный опрос и поинтересовались, какие эмоции вызвали предложенные изображения, и какое впечатление оставил наш эксперимент с подменой слов в текстах. Результаты нашего опроса мы объединили следующим образом:

- **Группа от 11 - 16 лет.** 80% из опрошенных данной группы ничего страшного не увидели. И только 20% прокомментировало так “Это просто ужасные надписи. Какие красивые выражения и одно слово все может испортить”;

- **Группа от 17 - 25 лет.** 100 % из опрошенных считают, что было бы неплохо использовать сленг в новой литературе. И даже предлагают переписать старые книги на новый лад, используя сленговые выражения. Но при этом как то не коверкать старый язык;

- **Группа от 26 - 40 лет.** 100% из опрошенных считают, что ужаснее ничего не видели;

- **Группа от 41 - 99 лет.** 100% считают, что это безобразие и глупость. Вот одно высказывание: “Ни в коем случае нельзя менять слова в фразах знаменитых писателей. Получается смешно и абсурдно. Такие понятные высказывания, становятся совершенно непонятными!”.

Наш эксперимент показал, что использование сленговой речи засоряет наш русский язык, об этом говорит большой процент негативных отзывов по поводу внедрения сленговой лексики в классическую русскую речь.

Таким образом, опираясь на полученные данные нашего из исследования, мы можем сделать вывод, что употребление словесных новообразований действительно способно оказать влияние на уровень общеупотребительной речи. Первый этап исследования показал, что употребление сленга воспринимается различными группами людей по разному: и негативно, и положительно. В основном, "модные" слова лучше принимаются и понимаются в молодежной сфере, а у людей старшего поколения сопровождаются либо нейтральной, либо

отрицательной реакцией. Зачастую, в ежедневном употреблении, сленг встречается в контексте специфической молодежной речи. Однако, когда мы решили изменить привычную "локацию" сленга, и перенесли сходные по значению сленговые слова в тексты цитат известных классиков отечественной литературы, тем самым обыграв ситуацию с полным внедрением нововведений в русскую речь, мы получили удивительный результат.

Практически все представители различных групп отрицательно отнеслись к подобным изменениям. По мнению участников исследования, невозможно заменить общеупотребительную лексику любим, даже самым универсальным и современным термином. Таким образом, цель нашего исследования была достигнута, а гипотеза подтверждена.

Заключение

В ходе исследовательской работы мы узнали что такое лексика, слово, лексическое значение слова. Познакомились с видами лексики, а именно диалектизмы, профессионализмы и жаргонизмы.

Узнали о молодежном сленге. Сленг – разновидность речи, используемой преимущественно в устном общении отдельной относительно устойчивой социальной группой, объединяющей людей по признаку профессии или возраста.

В начале нашей исследовательской работы нами была поставлена гипотеза о том, что употребление вредных новообразований, а именно сленга, отрицательно влияет на уровень общеупотребительной лексики в речи. Исходя из проведенного анкетирования, можно сделать вывод, что сленговые слова были присущи именно молодому поколению, которые черпают эти слова из интернета.

Следующим шагом было создание и публикация информационного постера. Он содержал в себе изображения русских писателей с известными фразами. В каждой фразе одно слово было заменено на сленг. Данный эксперимент показал, что использование сленговой речи засоряет наш русский язык.

Практически все представители различных групп отрицательно отнеслись к подобным изменениям. По мнению участников исследования, невозможно заменить общеупотребительную лексику любым, даже самым универсальным и современным термином. Таким образом, цель нашего исследования была достигнута, а гипотеза подтверждена.

Список литературы:

1. Жаргоны у подростков, Баязитова Елена Римовна [Электронный ресурс].URL: <https://kladtalant.ru/publikatsii-pedagogov?publ=2648>;
2. Моложежный сленг: интересно, но... опасно [Электронный ресурс].URL: <http://rt-online.ru/p-rubr-obsh-20094/>;
3. Общеупотребительная лексика Лексика ограниченного употребления [Электронный ресурс].URL:https://studopedia.ru/5_40908_obshcheupotrebitelnaya-leksika-leksika-ogranichennogo.html;
4. Понятие молодежного сленга [Электронный ресурс].URL: https://vuzlit.ru/894988/ponyatie_molodezhnogo_slenga;
5. Урок 22. исконно русские и заимствованные слова - Русский язык - 6 класс [Электронный ресурс].URL: <https://resh.edu.ru/subject/lesson/6945/conspect/>.

Приложения

Приложение А

АНКЕТА
Социологический опрос по теме
"Влияние лексических новообразований (сленга) на развитие современного русского языка"

Пожалуйста, перед началом опроса укажите:
Ваш пол (подчеркнуть): мужской / женский
Ваш возраст (цифры): 17

Просим Вас принять участие в исследовании и ответить на несколько вопросов нашей анкеты.

1. Знакомы ли вы с термином "сленг"? (Отметьте вариант. При варианте "Нет", заполните только пункты 2 и 5):
 Да Сомневаюсь Нет

2. Укажите источник(и) информации, которым(и) вы наиболее часто пользуетесь. (Отметьте один, несколько или напишите свой вариант)
1. Газеты 4. Интернет
2. Журналы 5. Радио
3. Телевидение 6. Общение в обществе
Напишите свой вариант: с. в

3. Перед вами таблица. В левой колонке расположены сленговые слова, в правой, напротив слов - их значения. В этих колонках пропущены ивечки. Постарайтесь заполнить пропуски так, чтобы в каждой строке присутствовало сленговое слово и его значение. Если какой-либо термин вам не знаком, пропустите его, и можете приступить к следующему.

№	СЛОВО	ЗНАЧЕНИЕ
1	краш	<u>симпатичный человек</u>
2	<u>релакс</u>	отдыхать
3	хайп	<u>популярность</u>
4		не друг
5	изи	<u>мечта</u>
6	<u>аргумент</u>	злиться
7	зашвар	<u>пожар</u>
8	<u>ид</u>	идём
9	свайп	<u>свайпнуть</u>
10		критика внешности
11	дискотряска	<u>дискотека</u>
12	<u>кэш</u>	деньги
13	бьковать	<u>клевывать</u>
14	<u>кайф</u>	удовольствие

4. Как вы считаете, в каких местах и ситуациях возможно употребление сленговых слов? (Отметьте один, несколько или напишите свой вариант)
1. В школе 2. На улице
3. Дома 4. В магазине
Напишите свой вариант: везде

5. Если вам знакомы сленговые слова, скажите пожалуйста, как часто вы применяете их в речи? (Отметьте вариант)
 Очень часто Часто Иногда Очень редко

6. Подумайте и напишите, пожалуйста, ваше отношение к сленговым словам и их употреблению в разговорной и письменной речи. Способны ли подобные слова повлиять на развитие русского языка, дополнить, развить или наоборот, разрушить?
Я отношусь к сленговым словам негативно,
я считаю, что сленговые слова повлияют на развитие
русского языка. Я считаю, что сленговые слова будут развиваться
русский язык в дальнейшем

Спасибо Вам!

Рис. 1 – Анкета из группы 17 – 25 лет

АНКЕТА
Социологический опрос по теме
"Влияние лексических новообразований (сленга) на развитие современного русского языка"

Пожалуйста, перед началом опроса укажите:
Ваш пол (подчеркнуть): мужской / женский
Ваш возраст (цифры): 65

Просим Вас принять участие в исследовании и ответить на несколько вопросов нашей анкеты.

1. Знакомы ли вы с термином "сленг"? (Отметьте вариант. При варианте "Нет", заполните только пункты 2 и 5):
 Да Сомневаюсь Нет

2. Укажите источник(и) информации, которым(и) вы наиболее часто пользуетесь. (Отметьте один, несколько или напишите свой вариант)
1. Газеты 4. Интернет
2. Журналы 5. Радио
3. Телевидение 6. Общение в обществе
Напишите свой вариант:

3. Перед вами таблица. В левой колонке расположены сленговые слова, в правой, напротив слов - их значения. В этих колонках пропущены ивечки. Постарайтесь заполнить пропуски так, чтобы в каждой строке присутствовало сленговое слово и его значение. Если какой-либо термин вам не знаком, пропустите его, и можете приступить к следующему.

№	СЛОВО	ЗНАЧЕНИЕ
1	краш	<u>симпатичность, красивая внешность</u>
2	<u>чилить</u>	отдыхать
3	хайп	<u>шумиха</u>
4	<u>хайп</u>	не друг
5	изи	<u>мечта</u>
6	<u>аргумент</u>	злиться
7	зашвар	<u>пожар</u>
8	<u>ид</u>	идём
9	свайп	<u>свайпнуть</u>
10	<u>бомбить</u>	критика внешности
11	дискотряска	<u>дискотека</u>
12	<u>кэш</u>	деньги
13	бьковать	<u>клевывать</u>
14	<u>кайф</u>	удовольствие

4. Как вы считаете, в каких местах и ситуациях возможно употребление сленговых слов? (Отметьте один, несколько или напишите свой вариант)
1. В школе 2. На улице
3. Дома 4. В магазине
Напишите свой вариант: в разговорной, бытовой речи

5. Если вам знакомы сленговые слова, скажите пожалуйста, как часто вы применяете их в речи? (Отметьте вариант)
 Очень часто Часто Иногда Очень редко

6. Подумайте и напишите, пожалуйста, ваше отношение к сленговым словам и их употреблению в разговорной и письменной речи. Способны ли подобные слова повлиять на развитие русского языка, дополнить, развить или наоборот, разрушить?
Отрицательно. Поскольку они засоряют наш язык
и делают его непонятным людям более старшего
поколения

Спасибо Вам!

Рис. 2 - Анкета из группы 41 - 99 лет



Рис. 3 - Проведение анкетирования



Рис.4 - Подсчет результатов анкетирования



Рис. 5 - Макет информационного постера



Рис. 6 - Демонстрация постера в классе



Рис. 1 Макеты информационных постеров