

**В.А. Лошкарева**

*Тверской государственный университет, магистрант*

*Научный руководитель: д.ф.н. С.В. Мкртычян*

## **ТИПЫ И УРОВНИ ОСВОЕННОСТИ СЛОВА: КРИТЕРИИ И ПАРАМЕТРЫ**

**(на материале экспериментального исследования агнонимов)**

Существуют два типа освоенности слова: освоенность лексической единицы языком и освоенность слова человеком. Освоенность слова языком – это ассимиляция слова в принимающем языке, подчинение заимствования правилам принимающего языка. Л. П. Крысин выделяет следующие этапы освоения иноязычного слова: употребление заимствования в тексте в его исконной орфографической и грамматической форме; приспособление слова к системе заимствующего языка (транслитерация или транскрипция); утрата заимствованием сопроводительных комментариев и его употребление «на равных» с другими словарными единицами языка-реципиента; утрата словом жанрово-стилистических, ситуативных и социальных особенностей; регистрация иноязычного слова в толковом словаре [Крысин 1991: 74]. Освоенность слова человеком – это функционирование слова в индивидуальном языковом сознании, взаимосвязь слова с другими элементами ментального лексикона индивида [Золотова, Дьякова 2023: 12]. Под ментальным лексиконом понимается ментальный словарь, содержащий информацию о значении слова, произношении, синтаксических характеристиках и т.д. [Aitchison 1987: 326]. В рамках нашей статьи мы рассмотрим уровни освоенности слова языковой личностью на примере заимствований-агнонимов, то есть слов, потенциально непонятных среднему носителю языка.

Цель нашей статьи заключается в характеристике уровней освоенности слова в индивидуальном сознании носителя языка с учётом системы параметров, влияющих на этот процесс, с привлечением материалов экспериментального исследования.

В контексте психолингвистического исследования освоенности слова используется шкала знания слов Веше и Парибахта, так как она помогает оценить глубину знания слова испытуемым. Шкала знания слов Веше и Парибахта содержит пять уровней владения словом. Критерием освоенности слова является субъективный выбор уровня владения словом самими испытуемыми [Wesche, Paribakht 1996: 30]. Выделяют следующие критерии освоенности слова: встречалось ли слово испытуемому; может ли испытуемый сформулировать значение слова; может ли испытуемый использовать слово в предложении; насколько испытуемый уверен в своём ответе. Важным является вопрос, связанный с параметрами, влияющими на владение словом. Е. А. Зайцева выделяет ряд параметров, влияющих на уровень знания слова: образование, возраст, пол, религиозность, социальная принадлежность, хобби и интересы,

коммуникабельность и другие личностные характеристики, уровень образованности, культурная обусловленность [Зайцева 2005: 146].

Проиллюстрируем изложенный теоретический материал экспериментальными данными.

Слова-стимулы были отобраны методом сплошной выборки из «Словаря иностранных слов современного русского языка» Т. В. Егоровой [Егорова 2012]. Стимулы (36 существительных) представлены заимствованной лексикой, потенциально являющейся агнонимичной для носителей русского языка. Испытуемыми стали 106 человек: 51 студент первого, второго, третьего и четвёртого курса лингвистического направления и 55 студентов второго и третьего курса экономического направления, изучающих английский язык. В ходе исследования нами было получено и проанализировано 3816 ответов. Используя шкалу знания слов, испытуемые должны были присвоить каждому предложенному слову-стимулу конкретный уровень. В случае присвоения слову третьего, четвёртого и пятого уровня, испытуемых просили написать значение слова и составить с ним предложение.

Охарактеризуем ответы испытуемых, исходя из уровней освоенности агнонимов, учитывая параметры, влияющие на этот процесс.

К первому уровню испытуемые отнесли всего 27 слов: АУТСОРСИНГ, ВЕНДИНГ, ГРИЛЬЯЖ, ДАНСИНГ, ДЕКЛАМАЦИЯ, ДЕПЕША, ИМПИЧМЕНТ, КАПЕЛЬДИНЕР, КАРТ-БЛАНШ, КУЛУАРЫ, ЛЕВРЕТКА, ЛОКАУТ, ЛОУКОСТЕР, БАЙЕР, БЕБИ-БУМ, ГАРДИНА, ГЛЯСЕ, ГРИЛЬЯЖ, КИБЕРСПЕЙС, КЛАСТЕР, КОПИРАЙТИНГ, ХЕДЛАЙНЕР, ВЕРНИСАЖ, ЛОФТ, АДВЕРТАЙЗИНГ, ВОЯЖ, МАКРАМЕ.

К наименее освоенным испытуемыми словам, то есть тем, которые не встречались лингвистам и экономистам, относятся, например, слова КАПЕЛЬДИНЕР, ДЕПЕША, ВОЯЖ. В данном случае параметр, который скорее всего повлиял на знание слова, – это возраст испытуемых. Упомянутые слова-стимулы являются устаревшими, и как следствие, испытуемые в возрасте до 22 лет, нигде с ними не сталкивались. Ограниченность жизненного опыта повлияла на то, что к менее освоенным словам относится слово ЛОУКОСТЕР.

Параметром, влияющим на освоенность слова также выступает культурно обусловленный фактор, который связан с принадлежностью к той или иной лингвокультуре. ДАНСИНГ в значении «зал для танцев в ресторанах» больше характерен для западной культуры и, как следствие, мало знаком представителям русскоязычной культуры.

Ко второму уровню испытуемыми было отнесено всего 32 слова: АНДЕГРАУНД, АУТСОРСИНГ, БАЙЕР, БЛОКБАСТЕР, ВЕНДИНГ, ВЕРНИСАЖ, ВОЯЖ, ГАРДИНА, ГЛЯСЕ, ГРИЛЬЯЖ, ДЕКЛАМАЦИЯ, ДЕПЕША, ИМПИЧМЕНТ, КАРТ-БЛАНШ, КИБЕРСПЕЙС, КЛАСТЕР, КОПИРАЙТИНГ, КУЛУАРЫ, ЛЕВРЕТКА, ЛОКАУТ, ЛОФТ, ЛОУКОСТЕР, АДВЕРТАЙЗИНГ, БЕБИ-БУМ, БЭКГРАУНД, ДАНСИНГ, ИНСАЙД, КАПЕЛЬДИНЕР, МАКРАМЕ, ХЕДЛАЙНЕР, ИМИДЖМЕЙКЕР, АНБОКСИНГ.

Среди незнакомых испытуемым слов есть галлицизмы и германизмы. Здесь параметром, влияющим на освоенность слова выступает специальность по образованию. Испытуемые-лингвисты изучают английский язык в качестве первого иностранного языка, а экономисты не изучают ни французский, ни немецкий языки. Как следствие, они встречались с этими словами, но не знают их значения. Специальность испытуемых могла повлиять на то, что лексика, ограниченная политической и экономической сферами, менее знакома гуманитариям: АУТСОРСИНГ, АДВЕРТАЙЗИНГ, ХЕДЛАЙНЕР, КИБЕРСПЕЙС, КОПИРАЙТИНГ, ИМПИЧМЕНТ.

Начиная с третьего уровня, испытуемые должны были давать развёрнутые ответы в виде дефиниции на слова-стимулы. Третий уровень был присвоен 34 словам-стимулам: АДВЕРТАЙЗИНГ, АНДЕГРАУНД, БАЙЕР, БЕБИ-БУМ, БЛОКБАСТЕР, БЭКГРАУНД, ВЕНДИНГ, ВЕРНИСАЖ, ВОЯЖ, ГАРДИНА, ГЛЯСЕ, ГРИЛЬЯЖ, ДАНСИНГ, ДЕКЛАМАЦИЯ, ДЕПЕША, ИМИДЖМЕЙКЕР, ИМПИЧМЕНТ, ИНСАЙД, КАПЕЛЬДИНЕР, КАРТ-БЛАНШ, КИБЕРСПЕЙС, КОПИРАЙТИНГ, ЛОКАУТ, ЛОФТ, МАКРАМЕ, ХЕДЛАЙНЕР, АПГРЕЙД, АУТСОРСИНГ, БЕСТСЕЛЛЕР, КЛАСТЕР, КОФЕ-БРЕЙК, ЛОУКОСТЕР, ЛЕВРЕТКА, КУЛУАРЫ.

Испытуемые давали несколько ответов на некоторые стимулы. Например, из своего жизненного опыта испытуемый-лингвист знает, что ГЛЯСЕ – это *кофе с мороженым*, но знание французского слова «glace» говорит испытуемому, что это *лёд*. Анализируя ответы на слово ХЕДЛАЙНЕР, мы приходим к выводу, что испытуемый-экономист ориентировался на английское слово «headline» (заголовок) и не обратил внимания на суффикс -er, присоединяющийся к глаголам для обозначения одушевлённых субъектов действия. Испытуемый сомневался в своём ответе и дал второй – *основное событие*, ведь английское слово «head» означает нечто главное.

Четвёртый уровень был присвоен всего 37 словам: АНБОКСИНГ, АНДЕГРАУНД, АПГРЕЙД, АУТСОРСИНГ, БАЙЕР, БЕСТСЕЛЛЕР, БЛОКБАСТЕР, БЭКГРАУНД, ВЕНДИНГ, ДАНСИНГ, ДЕДЛАЙН, ДЕКЛАМАЦИЯ, ИМИДЖМЕЙКЕР, ИНСАЙД, КЛАСТЕР, КОПИРАЙТИНГ, КОФЕ-БРЕЙК, ЛОКАУТ, ЛОФТ, ХЕДЛАЙНЕР, БЕБИ-БУМ, ВЕРНИСАЖ, ВОЯЖ, ГАРДИНА, ГЛЯСЕ, ГРИЛЬЯЖ, ДЕПЕША, ИМПИЧМЕНТ, КАРТ-БЛАНШ, ЛЕВРЕТКА, ЛОКАУТ, ЛОУКОСТЕР, МАКРАМЕ, АДВЕРТАЙЗИНГ, КАПЕЛЬДИНЕР, КИБЕРСПЕЙС, КУЛУАРЫ.

Чаще всего ответ испытуемых полностью совпадал со словарным значением слова, когда они работали с галлицизмами. Встречались и ответы, когда словарное значение слова было сужено. Примером в данном случае является ответ испытуемых на стимул ВЕНДИНГ. Многие испытуемые ответили, что это *автомат с едой и кофе*, хотя в словаре ВЕНДИНГ – это продажа напитков и продуктов питания через торговые автоматы, а не сами автоматы. Происходило и расширение понятия. Так, на стимул КИБЕРСПЕЙС испытуемые отвечали *что-то, связанное с кибернетикой*, но в словаре

КИБЕРСПЕЙС – это обозначение виртуальной реальности. Среди несовпадающих со словарным значением ответов встречались довольно необычные: ВЕНДИНГ – *свадьба*, ХЕДЛАЙНЕР – *косметическое средство*, ДЕКЛАМАЦИЯ – *болезнь* и др.

На четвёртом уровне главным параметром, влияющим на освоенность слова стала специальность по образованию и возраст испытуемых. Лингвисты давали более точное значение слов по сравнению с экономистами. Несмотря на то, что некоторые галлицизмы встречаются реже в образовательной деятельности студентов, тем не менее знакомы им и не представляют особой трудности в формулировке их значений, так как не относятся к устаревшей лексике.

К пятому уровню испытуемые отнесли всего 27 слов: АНБОКСИНГ, АПГРЕЙД, БЕБИ-БУМ, БЕСТСЕЛЛЕР, ГРИЛЬЯЖ, ДАНСИНГ, ДЕДЛАЙН, КЛАСТЕР, КОФЕ-БРЕЙК, БАЙЕР, БЛОКБАСТЕР, БЭКГРАУНД, ГЛЯСЕ, ДАНСИНГ, ДЕДЛАЙН, ДЕПЕША, ИМИДЖМЕЙКЕР, КАРТ-БЛАНШ, ЛОФТ, АНДЕГРАУНД, ВОЯЖ, ИМПИЧМЕНТ, КОПИРАЙТИНГ, КУЛУАРЫ, ЛЕВРЕТКА, МАКРАМЕ, ИНСАЙД, ХЕДЛАЙНЕР.

Анализируя ответы, где было необходимо составить предложение со словом-стимулом, мы установили, что большее количество ответов получили англицизмы. Ответы встречались как в прямом значении, так и в переносном у обеих групп испытуемых, но чуть чаще метафорические значения встречались у экономистов. Например, лингвисты на стимул АПГРЕЙД ответили *требуется апгрейд телефона*, а экономисты – *произошёл апгрейд её внешности*. Предположительно, это связано с тем, что лингвисты имеют тенденцию более аккуратно относиться к употреблению слов в речи, нежели экономисты. Большая часть слов, употреблённая в метафорическом значении – это галлицизмы. В данном случае параметром, влияющим на освоенность слова является специальность по образованию. Испытуемые, являющиеся студентами старших курсов, чаще относили некоторые слова-стимулы к пятому уровню, чем испытуемые, обучающиеся на младших курсах. Здесь можно говорить о таком параметре, влияющим на степень освоенности слова как возраст. Чем старше испытуемый, тем больше вероятность, что он сталкивался с конкретным словом, и соответственно выше уровень освоенности слова. Пол также является ещё одним параметром, влияющим на освоенность слова. Например, девушки чаще, чем юноши присваивали слову-стимулу МАКРАМЕ пятый уровень. Предположительно, это связано с тем, что МАКРАМЕ как разновидностью прикладного искусства увлекаются, как правило, девушки, а не юноши.

Таким образом, анализируя результаты исследования, мы выявили средний уровень освоенности слов в разных группах испытуемых: второй уровень у лингвистов первого курса, четвёртый уровень у лингвистов второго и третьего курсов, пятый уровень у лингвистов четвёртого курса и экономистов, обучающихся на втором и третьем курсах. Мы пришли к выводу, что испытуемые демонстрируют высокий уровень освоенности заимствований из

романо-германской группы языков. В большей степени испытуемые знакомы с англицизмами, которые не так давно начали проникать в русский язык. В отдельных случаях испытуемые реагировали несколькими ответами на одно и то же слово. Происходило как сужение, так и расширение словарных значений слов. Ответы встречались как в прямом, так и в переносном значении. К ключевым параметрам, влияющим на освоенность слова, которые были выявлены в ходе исследования, можно отнести образование и возраст испытуемых, а также пол и культурную обусловленность.

Анализ результатов нашего исследования продемонстрировал, что шкала знания слов Веше и Парибахта не является идеальным инструментом для выявления уровней освоенности слова, так как иногда испытуемые присваивали стимулам высокий уровень своего знания и давали ответы, не совпадающие со словарным значением слов. В данном случае имело место ошибочное представление о значении слова. Так, испытуемые показывали высокую уверенность в знании слова АУТСОРСИНГ и давали ответ «сбор пожертвований», что абсолютно не совпадает с его словарной дефиницией. Как следствие, результаты исследования с использованием данной шкалы могут иметь погрешности. Изучение дальнейших закономерностей функционирования слов в индивидуальном сознании носителей языка является предметом наших последующих исследований.

#### ЛИТЕРАТУРА

Зайцева Е. А. Слово в индивидуальном сознании: степени освоенности слов носителями языка: дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2005. 146 с.

Золотова Н. О., Дьякова И. В. Освоение иноязычного слова как предмет изучения в психолингвистике // Слово и текст: психолингвистический подход. 2023. № 22. С. 12–18.

Крысин Л. П. Этапы освоения иноязычного слова // Русский язык в школе. 1991. № 2. С. 74–78.

Словарь иностранных слов современного русского языка / Т. В. Егорова. Москва: Аделант, 2014. 800 с.

Aitchison J. Words in the mind: an introduction to mental lexicon. Oxford, Basil Blackwell, 1987. 326 p.

Wesche M., Paribakht T. M. Assessing vocabulary knowledge: depth vs. breadth. Toronto: University of Toronto Press, 1996. 30 p.