

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 81'373.613

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕПЕНИ ОСВОЕННОСТИ АГНОНИМОВ-ЗАИМСТВОВАНИЙ НОСИТЕЛЯМИ ЯЗЫКА (НА ПРИМЕРЕ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ)

Е.А. Зайцева

Тверской государственный университет, Тверь

В. А. Лошкарева

Тверской государственный университет, Тверь

В статье приводится определение агнонима, рассматриваются проблемы использования заимствований в современном русском языке. Анализируются результаты психолингвистического исследования, целью которого служит выявление степени освоенности агнонимов, заимствованных в русский из романо-германских языков.

Ключевые слова: агноним, заимствования, языковая личность

Изучение лексического запаса носителей языка является одной из ключевых задач психолингвистики. При этом следует различать такие понятия как знание слова и владение словом. Можно знать слово и иметь высокие показатели при формальном тестировании, но быть неспособным применять имеющиеся знания на практике в неформальной коммуникативной ситуации. В то же время можно иметь недостаточно высокие показатели знания слова, но успешно справляться с коммуникативными задачами в живом общении [3].

Словарный запас носителей русского языка постоянно пополняется заимствованной лексикой. Безусловно, в современном мире идиолексикон языковой личности обогащается за счёт англицизмов, проникающих в русский язык через Интернет. Но не стоит рассматривать вхождение заимствованных слов в лексику русского языка как архисовременное явление. Лексика литературного русского языка стала активно пополняться за счёт заимствований в XVIII веке [9].

Использование заимствований в речи вызывает противоречивую реакцию у носителей русского языка. Полный отказ от заимствованной лексики невозможен, так как заимствования выполняют ряд важных задач, а именно: дают наименования тем предметам и явлениям, которые не имели названия до заимствования; называют предмет, пришедший из другой культуры, аналога которому нет в культуре языка-реципиента; придают выражению стилистическую окраску [2].

Как правило, носители языка-реципиента испытывают отторжение к лексическим единицам, толкование которых вызывает затруднение, то есть являющимся агнонимами для конкретной языковой личности.

По мнению В.В. Морковкина и А.В. Морковкиной, в качестве агнонима

следует рассматривать совмещённую единицу лексического синтаксиса, представляющую собой совокупность единиц родного языка, которые неизвестны, непонятны или малопонятны многим его носителям [7]. В разряд агнонимов входят слова, по отношению к которым говорящий может сказать: 1) совершенно не знаю, что значит слово; 2) имею представление только о том, что слово обозначает нечто, относящееся к определённой весьма широкой сфере, например, *бакштов* – «что-то связанное с морем»; 3) знаю, что слово обозначает нечто, относящееся к определённому классу предметов, но не знаю, чем именуемый предмет отличается от других предметов данного класса, например, *бальнеология* – «какая-то наука»; 4) знаю, что слово обозначает определённый предмет, но не знаю конкретных особенностей этого предмета, способов его использования или функционирования, например, *сизоворонка* – «перелётная птица, но певчая или нет?»; 5) знаю, что слово обозначает, но не представляю, как выглядит соответствующий предмет, например, *епанечка*, *таратайка*; 6) знаю слово в связи с особенностями своего жизненного опыта и своей специальности, но предполагаю, что многие другие люди его не знают или знают недостаточно, например, *менталитет*, *фрикативный* [там же].

При обращении к языку повседневности явление агнонимии является очень важным. Речевая бедность, которая выражается в эксплуатации незначительного числа сверхчастотных слов, появление которых в текстах легко предсказуемо, вызывает большую тревогу у лингвистов. Малочастотные слова привлекают больше внимания, вызывают больший интерес и чаще всего конкретизируют детали сообщения [6]. Одной из характерных особенностей речевого поведения слабой языковой личности является неспособность найти адекватные языковые средства для необходимой детализации различных компонентов ситуации [4]. Выявлению агнонимов способствует проведение экспериментальных исследований, которые ставят перед собой задачу изучить то, каким образом агнонимы функционируют в лексиконе языковой личности.

Лексические единицы первой из названных выше групп представляют собой полные агнонимы, второй и последующих – частичные агнонимы. Понятие агнонима является субъективным и определяется знаниями каждого отдельного носителя языка. Агнонимами могут быть как исконно русские слова, так и заимствования [5].

В попытке выяснить, как происходит процесс восприятия агнонимов-заимствований носителями языка, мы решили провести психолингвистическое исследование на материале слов, рассматриваемых В.В. Морковкиным и А.В. Морковкиной в качестве агнонимов. В контексте такого исследования наиболее отвечающим цели инструментом для определения степени освоенности слова является шкала знания слов М. Веше и С. Парибахт, так как она помогает оценить глубину знания слова респондентом. Шкала знания слов Веше и Парибахт предлагает 5 степеней владения словом [10]. Если испытуемый присваивает стимулу степень 5 и включает слово в адекватный контекст, это позволяет говорить о том, что испытуемый владеет словом. Мы составили список, состоящий из 36 слов-стимулов, являющихся

существительными. Лексические единицы были выбраны нами из Словаря иностранных слов современного русского языка под редакцией Т.В. Егоровой [8]. В нашем психолингвистическом исследовании англицизмы представлены следующими словами-стимулами: АДВЕРТАЙЗИНГ, АНБОКСИНГ, АНДЕГРАУНД, АПГРЕЙД, АУТСОРСИНГ, БАЙЕР, БЕБИ-БУМ, БЕСТСЕЛЛЕР, БЛОКБАСТЕР, БЭКГРАУНД, ВЕНДИНГ, ДАНСИНГ, ДЕДЛАЙН, ИМИДЖМЕЙКЕР, ИМПИЧМЕНТ, ИНСАЙД, КИБЕРСПЕЙС, КЛАСТЕР, КОПИРАЙТИНГ, КОФЕ-БРЕЙК, ЛОКАУТ, ЛОФТ, ЛОУКОСТЕР, ХЕДЛАЙНЕР.

Этот список стимулов включает в себя также галлицизмы и германизмы. Для проведения исследования мы специально отобрали лексические единицы, нечасто употребляющиеся в речи и потенциально являющиеся агнонимами для носителей русского языка. Галлицизмами в нашем списке являются слова: ВЕРНИСАЖ, ВОЯЖ, ГЛЯСЕ, ГРИЛЬЯЖ, ДЕПЕША, КАРТ-БЛАНШ, КУЛУАРЫ, ЛЕВРЕТКА, МАКРАМЕ. Германизмы представлены заимствованиями: ГАРДИНА, ДЕКЛАМАЦИЯ, КАПЕЛЬДИНЕР.

Испытуемыми стали 106 человек: 51 студент первого, второго, третьего и четвертого курса лингвистического направления (факультет ИЯ и МК ТвГУ) и 55 студентов второго и третьего курса экономического направления, изучающих английский язык (факультет международных экономических отношений Финансового университета при Правительстве РФ). В ходе исследования нами было получено и проанализировано 3816 реакций.

Анализ результатов исследования показали, что на степень знания слова в разных группах испытуемых влияют такие факторы как: 1) направленность образовательной программы; 2) возраст; 3) пол.

Студенты, изучающие экономику и английский язык, показали более высокое знание заимствований, связанных со сферой экономики и являющихся англицизмами, чем студенты-лингвисты, не изучающие экономику как учебную дисциплину. Примером может служить более высокая степень освоенности респондентами-экономистами слова из сферы экономики АУТСОРСИНГ. В то же время, студенты лингвистического направления давали более корректные реакции на слова-стимулы, являющиеся галлицизмами и германизмами, чем студенты-экономисты, не изучающие ни французский, ни немецкий язык.

Фактором, влияющим на степень знания заимствований носителями языка, является также возраст. Респонденты, являющиеся старшекурсниками, более глубоко владеют иностранным языком, чем первокурсники, и априори знают большее количество иностранных слов. Результаты нашего исследования подтверждают этот факт. Одним из примеров являются реакции испытуемых на стимул ИМПИЧМЕНТ. Старшекурсники показали более высокую степень освоенности данного слова по сравнению с первокурсниками.

Пол также является фактором, влияющим на степень знания слова. Например, девушки показали более высокое знание слова МАКРАМЕ, чем юноши. Предположительно, это связано с тем, что МАКРАМЕ как

разновидностью прикладного искусства увлекаются, как правило, девушки, а не юноши, что влияет на знание первыми данной лексической единицы.

Таким образом, результаты нашего психолингвистического исследования показали, что степень знания слова несёт на себе следы жизненного опыта носителя языка. Слова, формально являющиеся агнонимами, на практике не всегда можно отнести к таковым. Результаты эксперимента позволяют говорить о языковой личности как о сложном, неоднозначном и многоплановом явлении.

Если заимствованные лексические единицы не являются агнонимами для языковой личности и не используются в речи без надобности, они только украшают речь носителя языка-реципиента, делают её богаче и выразительнее.

Закончить свою статью хотелось бы словами Виссариона Григорьевича Белинского: «Нет сомнения, что охота пестрить русскую речь иностранными словами без нужды, без достаточного основания, противна здравому смыслу и здравому вкусу: но она вредит не русскому языку и не русской литературе, а только тем, кто одержим ею» [1].

Список литературы

1. Белинский В.Г. Взгляд на русскую литературу. Москва: Современник, 1988. 651 с.
2. Ермачкова С.О. Исследование причин и роли заимствования в современном русском языке // StudNet. 2020. № 4. С. 53–59.
3. Зайцева Е.А., Новикова И.В. Знание слова и владение словом: особенности восприятия и идентификации слов родного языка // Слово и текст: психолингвистический подход. 2016. № 16. С. 18–25.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва: ГНОЗИС, 2004. 389 с.
5. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. Москва: Просвещение, 1983. 223 с.
6. Комлев Н.Г. Иностранные слова и выражения. Москва: Современник, 1997. 205 с.
7. Морковкин В.В., Морковкина А.В. Русские агнонимы (слова, которые мы не знаем). Москва: Институт русского языка им. А.С. Пушкина, 1997. 414 с.
8. Словарь иностранных слов современного русского языка / Т.В. Егорова. Москва: Аделант, 2014. 800 с.
9. Соловьёв С.М. История России с древнейших времён. Москва: Соцэкгиз, 1959. 811 с.
10. Wesche M., Paribakht. T.M. Assessing vocabulary knowledge: Depth vs. breadth. Toronto: University of Toronto Press, 1996. 30 p.

**PSYCHOLINGUISTIC RESEARCH
OF NATIVE SPEAKERS' KNOWLEDGE
OF AGNONYMS-BORROWINGS
(ON THE EXAMPLE OF NOUNS)**

E.A. Zaitseva

Tver State University, Tver

V. A. Loshkareva

Tver State University, Tver

The article provides the definition of an agnonym, discusses the problems of using borrowings in modern Russian. It analyzes the results of the psycholinguistic research conducted in order to identify the degree of knowledge of agnonyms borrowed from the Romano-Germanic languages into the Russian language.

Key words: agnonym, borrowings, language personality

Об авторах:

Зайцева Елена Анатольевна, доцент кафедры герменевтической лингводидактики и английской филологии Тверского государственного университета, к. филол. наук; *e-mail: e_zaitseva@mail.ru*

Лошкарева Владлена Александровна, студентка 1 курса магистратуры факультета ИЯиМК Тверского государственного университета; *e-mail: vlada_loshkareva@mail.ru*