

УДК 811.161.1

ОСВОЕННОСТЬ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ НОСИТЕЛЯМИ РУССКОГО ЯЗЫКА

Д.Д. Петухова

Тверской государственный университет, Тверь

В статье приводятся результаты экспериментального исследования особенностей освоения англоязычных заимствований носителями русского языка и культуры. Уделяется внимание проблеме влияния двуязычия на восприятие иноязычного слова. Рассматриваются стратегии идентификации заимствованных слов.

Ключевые слова: *иноязычное заимствование, учебный билингвизм, степень освоенности слова, идентификация иноязычного слова, семантизация.*

Проблема иноязычного заимствования всегда привлекала внимание лингвистов. В настоящее время она особенно актуальна. Проникновение в язык иноязычных заимствований – одно из неизбежных последствий глобализации, проникающей во все сферы нашей жизни. Заимствование – естественный этап развития языка. При этом основным «языком-донором» является английский. Современный британский лингвист Д. Кристал убежден, что никакой другой язык не оказывает такого мощного влияния на другие, как английский. По его словам,

«... богатство и неповторимость внутренней формы английского языка, использование его в качестве языка международной / межкультурной коммуникации, его способность выразить любую идею или понятие, его приоритетность в выражении концептосферы человеческой деятельности, обусловленная авангардной ролью англоязычных стран (особенно США) как носителей научно-технического прогресса, подтверждают уникальный статус английского языка. Он нередко считается языком *lingua franca*, а фактически оказывается единственным источником пополнения словарного состава почти всех языков мира» [5, с. 25].

Вопрос о целесообразности использования заимствований чрезвычайно актуален в настоящее время. Ведётся полемика между сторонниками и противниками их проникновения в систему русского языка. Но большинство исследователей признают как положительное, так и отрицательное их влияние на русский язык. Так, престижность лексических заимствований и их большие функциональные возможности признаются многими. Употребление англоязычных слов, имеющих ограниченную сферу распространения, может быть оправдано читательским кругом, стилевой принадлежностью произведения. Иностранная терми-

нологическая лексика является незаменимым средством лаконичной и точной передачи информации в текстах, предназначенных для узких специалистов, но может оказаться и непреодолимым барьером для понимания научно-популярного текста неподготовленным читателем. В этом случае нам приходится говорить о явлении языковой агрессии – интенсивном влиянии одного функционально более активного языка на менее активный в условиях языковых контактов, вплоть до вытеснения его из традиционных сфер функционирования.

Проблема освоения иноязычной лексики русскоязычными индивидами особенно актуальна в современный период развития русского языка, когда вместе с новыми понятиями и реалиями других культур наш язык заимствует и обозначающие их слова.

При первом знакомстве с иноязычным словом индивид использует собственный речевой опыт и ментальный лексикон – лексический компонент речевой организации человека, формирующийся в результате переработки многогранного, в том числе речевого, опыта и предназначенный для использования в речемыслительной деятельности [1, с. 52]. Особую роль играют структурные опоры, которые помогают выделить значимые части слова и сформировать его проекцию в сознании индивида. В дальнейшем при восприятии или порождении уже знакомого иноязычного слова активизируются те связи, которыми слово-стимул связано с другими единицами в ментальном лексиконе. Процесс категоризации при восприятии нового для индивида слова характеризуется выходом за пределы непосредственно данной информации; в результате индивиды идентифицируют не только актуальные, но и потенциальные значения слов. Это выражается как в многовариантности значений слов, так и в метафорическом переосмыслении нового слова, а также появлении окказиональных образований. Фактически подобная ситуация может трактоваться как стимулирующая продуцирование новых смыслов и слов. Идентификация новых слов происходит одновременно с их усвоением и с формированием соответствующих «чувственных групп» (термин И. М. Сеченова), члены которых являются продуктами переработки новой поступающей информации и предшествующего многогранного опыта взаимодействия человека с окружающим миром. В свою очередь возникающие новые образы могут стимулировать продуцирование окказиональных образований.

Включение познаваемого объекта в новую систему отношений и в результате этого проявление его в новом качестве открывают как бы новую перспективу/направленность мышления в процессе поиска и выявления до сих пор неизвестных, но существенных для познающего индивида свойств объекта. Идентификация значения нового слова совмещается с отнесением воспринимаемого объекта к определённой категории, классу слов/объектов, обладающих теми же признаками (или груп-

пой признаков), что и стимул. Однако при идентификации нового значения иноязычного слова процесс опознания осложняется добавочными факторами, прежде всего усилением роли того набора морфем и сочетательных схем, которые в форме словообразовательных моделей хранятся в памяти реципиента и выполняют функцию «шаблона»; кроме того, вступает в действие соотнесённость характеристик воспринимаемого иноязычного слова с теми эталонами родного языка, признаки которых сходны с признаками воспринимаемого стимула. В сознании индивида имеются определённые универсальные концептуальные схемы семантического моделирования слов, основанные на различного рода ассоциативных связях родного языка. Эти схемы выступают в качестве эталонов идентификации. Легче всего поддаются идентификации те иноязычные единицы, ассоциативная природа которых не нарушает нормы родного языка [2, с. 185–187].

В 2013 году нами была предпринята попытка экспериментально определить степень освоенности новых англоязычных заимствований носителями русско-английского учебного билингвизма. Испытуемыми были студенты 3-го курса факультета иностранных языков и международной коммуникации. При организации и проведении эксперимента использована разработанная Н.С. Шумовой и описанная в [3; 4] процедура, а именно: предварительный отбор новейших англоязычных заимствований, наиболее часто встречающихся в проанализированных текстах русскоязычных СМИ, а также предъявление участникам эксперимента данного списка слов и выполнение ими перечня заданий, описанных ниже.

Экспериментальный список состоял из пятнадцати слов трёх лексико-тематических групп. Слова первой группы относятся к сфере компьютерной техники и сети Интернет: ТВИТ, РИДЕР, ЛАЙК, ПОДКАСТ, ВЕБИНАР. Слова второй группы мы относим к сфере экономики и бизнеса: ПРОМО-ТУР, ДАУНШИФТЕР, ДИСКАУНТЕР, ШОУ-РУМ, АУТЛЕТ. Третья группа объединяет в себе слова сферы киноиндустрии: СИКВЕЛ, БОКС-ОФИС, ФЭНТЕЗИ, ТРЕЙЛЕР, ФРАНШИЗА. Данные слова получены методом сплошной выборки из проанализированных текстов русскоязычных СМИ за 2012–2013 гг. Общее количество использованных текстов – 50. В экспериментальный список включены наиболее частотные слова. С помощью поисковой программы GOOGLE установлены время появления этих слов в сети Интернет и частота их употребления (см. таблицу). Полученные данные свидетельствуют о том, что отобранные слова сравнительно недавно вошли в русский язык и частота их употребления в настоящее время высока.

Исходной позицией нашего экспериментального исследования является предположение о том, что достаточно освоенное слово в индивидуальном лексиконе, во-первых, воспринимается как знакомое, во-

вторых, легко вступает в ассоциативные связи с другими словами, в-третьих, не вызывает больших затруднений в описании его значения, и в-четвёртых, знание значения слова автоматически обеспечивает его успешное использование в речи. В соответствии с этим проведённое нами экспериментальное исследование включало следующие задания для испытуемых: 1) определить, знакомо или незнакомо предъявленное англоязычное слово; 2) записать ассоциативную реакцию; 3) объяснить значение слова; 4) записать предложение с предъявленным словом.

Таблица

№ п/п	Перечень слов	Год появления в сети Интернет	Год/ы наиболее частотного употребления в сети Интернет
1	ТВИТ	2008	2012
2	РИДЕР	1997	2010
3	ЛАЙК	2008	2011
4	ПОДКАСТ	2004	2011
5	ВЕБИНАР	1992	2008
6	ПРОМО-ТУР	2002	2009
7	ДАУНШИФТЕР	1999	2010
8	ДИСКАУНТЕР	2002	2009
9	ШОУ-РУМ	2001	2008
10	АУТЛЕТ	2002	2012
11	СИКВЕЛ	1996	2009
12	БОКС-ОФИС	2002	2010
13	ФЭНТЕЗИ	1997	2008
14	ТРЕЙЛЕР	1992	2011
15	ФРАНШИЗА	2007	2009

Обработка результатов эксперимента проводилась посредством поэтапного анализа материалов по каждому заданию.

Анализ результатов выполнения первого задания, а именно: определить, знакомо или незнакомо предъявленное слово, даёт возможность оценить исследуемые слова по параметру новизны. Степень новизны определяется коэффициентом новизны, который мы высчитываем путём деления количества отрицательных ответов на общее количество ответов [4, с. 150–151]. Оказалось, что большинство исследуемых слов, по мнению испытуемых, имеет минимальную степень новизны.

Очевидно, между параметром новизны и степенью освоенности слова в индивидуальном лексиконе существует прямая связь: наивысшая степень новизны одновременно является признаком неосвоенности слова. Исходя из результатов первого задания, все слова экспериментального списка, пусть и в разной степени, освоены испытуемыми.

Анализ ассоциатов исследуемых слов (второе задание) позволил выделить следующие стратегии их идентификации. 1) отнесение к оп-

ределённой ситуации: ЛАЙК – *сердечко*, ШОУ-РУМ – *мода*, ПОДКАСТ – *музыка*, ПРОМО-ТУР – *певица*; 2) прямая дефиниция значения слова: ДИСКАУНТЕР – *скидка*, РИДЕР – *электронная книга, читатель*, ТРЕЙЛЕР – *краткое содержание фильма*; 3) категоризация, т.е. отнесение к классу или подведение под более общее понятие: ТВИТ – *интернет*, ВЕБИНАР – *сеть*, ТРЕЙЛЕР – *ролик*; 4) использование английских этимонов в качестве опоры: ДАУНШИФТЕР – *вниз*, *твит* – *чи'рик*, АУТЛЕТ – *выход, исход*, РИДЕР – *избавиться* (вероятно, от англ. to get rid of – *избавляться*). В результате анализа данных второго задания мы приходим к выводу, что ассоциация с английским прототипом может приводить к неправильным заключениям о значении англоязычного заимствования, например: ШОУ-РУМ – *шоу-комната*; 5) иллюстрирование примером: ФРАНШИЗА – *Сумерки*, РИДЕР – *Adobe*.

Заслуживает внимания тот факт, что почти все ассоциаты исследуемых слов – существительные. Случаи реакции глаголами ограничены следующими примерами: ЛАЙК – *нравится*; РИДЕР – *избавиться, читать*. Весьма интересны ассоциаты-прилагательные: ТРЕЙЛЕР – *зрелищный*, ФРАНШИЗА – *популярный*. Обе реакции представлены лишь у одного человека. Очевидно, стереотипные реакции высвечивают наиболее яркие, рельефные компоненты в значении слова.

В результате анализа данных третьего задания, а именно: объяснить значение слова, общее число дефиниций, полученных нами от испытуемых, составляет 88 из 105 возможных. Мы солидарны с Н.С. Шумовой в том, что отказ от дефинирования является наиболее объективным доказательством семантической неосвоенности слова индивидом. Большинство полученных ответов более или менее близки к словарным дефинициям предъявленных в эксперименте слов. Заслуживает внимания также то, что и в неправильных дефинициях присутствуют семантические компоненты, объединяющие их с правильными. Например, слову ДИСКАУНТЕР помимо дефиниции *магазин с широким ассортиментом товаров по оптовым ценам*, некоторыми испытуемыми было дано следующее определение: *человек, который занимается продажами*. Неправильность последнего определения заключается в смещении места осуществления деятельности на самого деятеля.

Рассмотрение полученных нами дефиниций с точки зрения их правильности показывает, что наибольшее количество неправильных дефиниций получили слова ДАУНШИФТЕР (66% от общего числа определений этого слова), ПОДКАСТ (также 66%) и ДИСКАУНТЕР (40%). Интересно, что слову ПОДКАСТ, обладающему низкой степенью новизны, дано всего три дефиниции из семи возможных, при этом не удалось обнаружить в каком-либо источнике значений, предложенных в двух случаях.

Заслуживают внимания также случаи признания знакомым слова при отказе от выполнения всех последующих заданий. Возможно, испытуемый просто слышал это слово, но никаких ассоциаций оно у него не вызывает. Это слово не «скреплено» в ментальном лексиконе связями с другими словами. Восприятие такого слова либо не вызывает никакой реакции (активации сети не происходит), либо вызывает единственно возможную, может быть, случайную (например, на основе звукового сходства) связь.

Как оказалось, даже при успешном выполнении третьего задания (дать определение слова), некоторые испытуемые отказывались записать предложение с данным словом (четвертое задание), мотивируя это тем, что не могут ничего придумать, или никогда это слово в речи не использовали. Прокомментируем пример с использованием слова АУТЛЕТ: *Аутлет превзошёл ожидания*. Очевидно, испытуемые – носители русско-английского учебного билингвизма опирались на англоязычный прототип (англ. outlet – выход), интерпретируя значение слова как «исход», «результат». Это свидетельствует о том, что для студентов-билингвов опора на англоязычный прототип является одним из «естественных» средств идентификации значения заимствованного слова.

Анализ записанных испытуемыми предложений показал непрочность ассоциативных связей со словами, а по дефектной структуре слов можно судить об их неполной семантической освоенности в индивидуальном лексиконе, например: *Он работает дискаунтером; Мой дауншифтер залип, поэтому я печатала большими буквами*.

Анализ полученных в результате проведённого эксперимента данных позволяет сделать следующие выводы: 1) согласно результатам первого задания, большинство исследуемых слов, по мнению испытуемых, имеет минимальную степень новизны; 2) параметр новизны и степень освоенности слова коррелируют следующим образом: средняя степень новизны одновременно является признаком недоосвоенности слова; 3) отказ от дефинирования является наиболее объективным доказательством семантической неосвоенности слова в сознании индивида; 4) малочисленность ассоциаций по сходству словообразовательных моделей, а также почти полное отсутствие ассоциаций с глаголами и прилагательными (большинство предъявленных слов – существительные), по-видимому, является признаком некоторой обособленности исследуемых слов в индивидуальном лексиконе; 5) двуязычие влияет на восприятие иноязычного слова. Билингвы нередко используют стратегию обращения к английскому этимону при идентификации предъявленного англицизма. Иногда эта стратегия приводит к неправильной семантизации слова вследствие несоответствия между его семантикой и словообразовательной структурой, например: *бокс-офис* – коробка, *аутлет* – выход, исход; 6) для испытуемых – студентов 3 курса, имеющих достаточно

богатый языковой опыт, ни одно слово экспериментального списка не имеет высшую степень новизны.

Список литературы

1. Залевская А. А. Слово в лексиконе человека: психолингвистическое исследование : монография [Текст] / А.А. Залевская. – Воронеж: Воронеж. гос. ун-, 1990. – 204 с.
2. Тогоева С.И. Некоторые аспекты восприятия нового слова [Текст] / С.И. Тогоева // Материалы международной конференции, посвященной 60-летию факультета иностранных языков. – Тверь, 2003. – С. 185–187.
3. Шумова Н.С. Новые англоязычные заимствования в сознании носителей русского языка [Текст] / Н.С. Шумова // Слово и текст: актуальные проблемы психолингвистики. – Тверь: ТвГУ, 1994. – С. 20–30.
4. Шумова Н.С. Экспериментальное исследование степени освоённости новых англицизмов носителями русского языка [Текст] / Н.С. Шумова // Слово и текст: психолингвистический подход: Тверь: Твер. гос. ун-т, 2005. – Вып. 5. – С. 147–154.
5. Crystal D. English as a Global Language [Текст] / D. Crystal. – Cambridge : Cambridge University Press, 2003. – 229 p.

SCHOOL BILINGUALISM: INFLUENCE ON ASSIMILATION OF ENGLISH LOAN WORDS BY RUSSIAN CULTURE BEARERS

D.D. Petukhova

Tver State University, Tver

The results of the experimental research of English loan words assimilation by Russian culture bearers are given. The purpose is learning how English loan words function in the individual consciousness of the Russian culture bearers. Bilingualism influence on the loan word perception is being researched. Attention is given to loan words identification strategies.

Keywords: *foreign loan word, bilingualism school, bilingualism artificial, bilingual, foreign word perception, foreign word identification assimilation degree, semantization.*

Об авторе:

ПЕТУХОВА Дарья Дмитриевна – магистрант факультета иностранных языков и международной коммуникации Тверского государственного университета, e-mail: squirrel1507@mail.ru