

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНСТРУИРОВАНИЯ НОВЫХ СМЫСЛОВ В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ЛЕКСИКОНЕ

Е.И. Ерпилова

*Старший преподаватель кафедры иностранных языков и
профессиональной коммуникации
e-mail: elena-erpilova@yandex.ru*

Курский государственный университет

В.В. Денисова

*Кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры иностранных языков¹
доцент гуманитарного факультета²
e-mail: veravdenisova2016@gmail.com*

*Государственный университет управления¹, г. Москва
Российский государственный социальный университет², г. Москва*

В данной статье представлено описание экспериментального исследования, направленного на анализ специфики конструирования новых смыслов в индивидуальном лексиконе. Экспериментальное исследование было проведено с привлечением носителей языка. Материалом для анализа послужили лексические единицы, характерные для процесса коммуникации в современном социуме, отражающие общественные настроения, новизну, отношение рассматриваемого социума к определенным явлениям; при этом акцент делался на номинацию нематериальных аспектов жизни. Предлагается термин «социальные неологизмы», под которым понимается номинация, возникающая в ментальном лексиконе в результате абстрагирующей работы мышления человека, выявляющего сходство между отдельными предметами и явлениями реальности. Выделяются доминирующие компоненты, определяющие специфику конструирования новых смыслов у «старых» слов в процессе жаргонизации современного языка.

***Ключевые слова:** социальный неологизм, неологизация, ментальная репрезентация, смысл, значение, ментальный лексикон, психолингвистика.*

Введение. Двадцать первый век знаменует собой специфический этап в изучении новой лексики. Наряду с традиционными неологизмами наблюдается появление социальных номинаций, или новелл, как результата психологических особенностей индивидуального сознания человека и типа его деятельности. Как справедливо отмечает А.Н. Леонтьев, «строение сознания человека закономерно связано со строением его деятельности» [Леонтьев 1983]; иными словами, в них закреплен результат не пассивного, а живого, активного отражения, в

содержание которого включена человеческая практика. Например: *пасечник-редактор, улья-блогеры, балаклава, беженец, макинтош, пиратство, вирус и т.п.*

Согласно С.И. Тогоевой «неологизация в языке идет параллельно с лавинообразными изменениями в современном информационном и сетевом сообществе» [Тогоева 2019], что дает основание исследователям охарактеризовать данное явление как «неологический бум» последних десятилетий [Попова 2005]. При обосновании актуальности изучения причин и процессов появления новых смыслов и новых образов нам представляется целесообразным следующий способ рассуждения. В настоящее время мы имеем дело с многочисленными принципиально новыми явлениями как в социуме, так и культуре, что не может не эксплицироваться в коммуникации. Так, в связи с ярко выраженной мультимодальной природой языка мы наблюдаем появление сложных единиц, не являющихся чисто языковыми, например, интернет-мемов, представляющих собой разновидность прецедентных феноменов. Новые единицы номинации все чаще отражают процессы, протекающие в социуме, некие тенденции, такие как более позднее взросление, большая психическая инфантильность молодого поколения (чем, возможно, обусловлено появление многочисленных диминутивов) [Lebedeva et al. 2019]. Происходит процесс появления новых смыслов как результат переноса наименования с одного предмета на другой под воздействием сформировавшегося нового образа в силу разного рода причин. Причем новизна проявляется по-разному: 1) на уровне формы; 2) на уровне системы языка; 3) появляются новые способы общения. Значимость приобретает не новизна слова, т.е. является ли оно само по себе неологизмом, а то, *что* человек знает о предмете или явлении, связанным с этим словом. С коммуникативно-прагматической точки зрения появление новых смыслов в языке, и особенно в речи, для обозначения предметов и явлений, уже имеющих названия в системе языка-рецептора, обусловлено особой коммуникативной значимостью новых смыслов и новых образов. Например: *планшет, утка, приложение*. Как свидетельствует наблюдение над современным языком, социальные неологизмы, или новеллы, – это результат абстрагирующей работы мышления человека, который под давлением социума выявляет сходство между отдельными предметами и явлениями реальности.

Теоретическая база исследования. В качестве объяснительной базы исследования послужили фундаментальные идеи психологии образа А.Н. Леонтьева [Леонтьев 1977]. Соответственно, мы исходим из того, что слово для индивида связано с неким фрагментом образа мира и за словами в сознании людей стоят образы вещей. Ключевым моментом является следующее: индивидуальный лексикон трактуется как средство доступа к

единому информационному тезаурусу человека [Залевская 1990; Залевская 2011]. Немаловажно то, что с позиций психолингвистического подхода язык нельзя считать самодостаточным феноменом. «Живое» слово отличается от слова, которое описано в словарях с позиций лексико-семантической системы языка. Как утверждает А.А. Залевская, значение «живого» слова «встроено в пространства мозга и тела, естественного и социального окружения индивида, адаптирующегося к среде обитания в процессах познания и коммуникации» [Залевская 2015]. Мы также опираемся на идею о том, что ведущим фактором в «процессе конструирования нового смысла» является личность. При этом следует учитывать, что человек обладает двумя типами знаний. Во-первых, это «общие» знания, которые присущи социуму. Во-вторых, это «личностные» знания, которые находятся в процессе непрерывного взаимодействия с «общими». Деятельность человека постоянно заставляет его опираться на собственный уникальный «образ мира», вызывая определенные переживания, чувства, отношения, оценки, которые не могут не отражаться в языке [Лебедева 2011].

Н.И. Курганова акцентирует двойную соотнесенность живого слова, функционирующего в речевой деятельности индивида. С одной стороны, существует система культурных значений слова, вырабатываемых социумом, а с другой стороны, имеются *смыслы*, порождаемые совокупностью когнитивно-дискурсивных процессов, в которых участвует слово вследствие смыслообразовательной активности индивида. Соответственно, смысловое поле – это неразрывное единство значений и смыслов, процессов и продуктов когнитивно-дискурсивной деятельности индивида и социума [Курганова 2019].

В качестве материала для исследования нами были выбраны слова из литературного языка (порой с некоторыми трансформациями, например, написанные слитно), которые в современном социуме, особенно в интернет-коммуникации, приобрели черты жаргонизмов. Стимулы были выделены нами методом сплошной выборки из онлайн-словарей и иных интернет-ресурсов. Далее было проанализировано около 3000 ассоциаций, полученных от респондентов в результате предъявления следующего стимульного материала: *ОГОНЬ, ТОКСИЧНЫЙ, ВАНИЛЬ, АЛЕША, ПЛАНШЕТ, ЭЛЕКТРОМОБИЛЬ, ЗАШЛО, СВИНОМАТКА, УКРОП, ВЕЖЛИВЫЕ ЛЮДИ, ВАТНИК, БОМБИТ, ТЕМА, ПУШКА, КРУТО, ТУПИТЬ, ПАРИТЬ, ДИВАННЫЕ ВОЙСКА, ХЛЕБУШЕК, ЯЖЕМАТЬ* и др.

Цель работы – выявление специфики опор при конструировании новых смыслов у «старых» слов в индивидуальном лексиконе. Для реализации цели исследования использовался психолингвистический эксперимент, так как, по наблюдению ученых, он в наибольшей степени приближен к реальному мышлению и позволяет судить «не только о

конвенционально обусловленных, но и о специфических связях языковой единицы в индивидуальном сознании», отражая, соответственно, как универсальные когнитивные структуры, так и индивидуальные, личностные смыслы испытуемых, их ментальность [см., напр.: Лукашевич 2003].

В эксперименте приняли участие 100 респондентов, студентов младших курсов Курского государственного университета, которым предъявлялись карточки с отдельно написанными стимулами и предлагалось написать первое слово, которое приходит в голову при виде стимула. Время работы не ограничивалось.

Методология исследования. Изначально нами был выдвинут ряд общих гипотез, нуждающихся в проверке на конкретном материале исследования:

1) при конструировании новых смыслов задействуется целый ряд перцептивных, когнитивных и аффективных аспектов, происходит обращение к индивидуальному и коллективному (социальному) опыту и знаниям индивида при участии эмоционально-оценочного компонента и воображения на основе механизмов ассоциирования, сравнения и аналогии.

2) ввиду специфики функционирования литературной лексики и жаргонизмов (распространение в литературном языке) существуют особенности восприятия сконструированных смыслов в сравнении с образцом.

3) специфика новых смыслов заключается в выраженности оценочного компонента и определенных стратегиях их построения (осмысления).

Анализ полученных результатов позволил выделить некоторые особенности конструирования новых смыслов, отражающих их представленность в индивидуальном лексиконе. Приведем наиболее показательные примеры.

При конструировании новых смыслов ярко проявился **эмоционально-оценочный компонент**, например: *ОГОНЬ – круто; пушка; супер; в точку; изрядно; хорошо; изумительно; качественный контент; класс; классно; крутая вещь; очень круто; очень понравилось; очень хорошо; по-настоящему классно; привлекает; самый сок; сногшибательно; суперотлично; то, что надо; что-то клевое; что-то очень крутое*. Меньшая часть реакций отражает опору на прямое, традиционно указываемое в словарях значение слова-стимула (т.е. здесь в сознании не возникают ассоциации, связанные с пламенем, костром, высокой температурой): *костер – 6; горячо – 3; горение; огонь; огонь (пламя); пламя; пожар; пожарники; тепло; fire шоу*). С этим же, по всей видимости, связана ассоциативная реакция *вода – 2*.

Социальная действительность, вероятно, повлияла на конструирование ряда новых смыслов. Например, в числе реакций представлены также *автомобиль, дама, одежда, отношения, стиль*: по всей видимости, здесь в качестве опоры снова выступает критерий высокого качества (или крутости), соответствия определенным требованиям, и, по сути, наблюдается иллюстрация примером. Присутствует реакция «*О, да!*»; вероятно, в данном случае идет выражение одобрения (и, вероятно, еще раз критерий соответствия неким требованиям или ожиданиям). Имеется также единичная реакция «*маски в Инстаграме*». Полученный языковой материал подтверждает предположение о том, что новые смыслы и новые образы можно рассматривать как «продукт» социума, где человек реализует свои когнитивные и коммуникативные возможности, как правило, в условиях новой реальности. Участники эксперимента выделяют тот смысловой признак, который оказывается самым актуальным для них в данный момент, актуализируется база знаний, востребованная в ситуации «для меня, здесь и сейчас». Полученное ассоциативное поле позволяет сделать следующий вывод: слово ОГОНЬ, несомненно, приобрело новые смыслы и порождает в сознании испытуемых новые образы, которые доминируют на данном этапе [Ерпилова 2020].

При конструировании новых смыслов участники эксперимента также опирались на **знания и собственный опыт**. Например, стимул ВАНИЛЬ в сознании у более чем половины участников связан с чем-то милым, романтическим, нежным (*милота – 3; нежности – 2; мило; очень девичьи вещи; романтик*), порой излишне милым и сладким, причем *сладким* – и в прямом (одна реакция), и в переносном смысле (*очень, чересчур нежно; слащавый; слишком мило, сопливо; что-то приторное, очень сладкое*). Или же испытуемые опираются на признак слабости или изнеженности (*неженка; размазня; сопли*). Также некоторые участники эксперимента связывают этот стимул с любовью (*любовь – 2; поцелуи; страсть*). Кроме того, данный стимул в сознании испытуемых соотносится с девочками/девушками/женщинами и с некими особенностями их поведения: *девочки в 20/2; девушка; ванильная девушка; классическое женское поведение*. Необходимо также отметить, что присутствует негативное отношение к таким особенностям: *ванильная пи@@да*. Меньшая часть участников связывает рассматриваемый стимул со специей (и с не только с самой ванилью), ее запахом и разными сферами/способами употребления (*вкусно пахнет – 2; духи; корица – 2; ваниль; вкусный ингредиент; ванилин, используемый в готовке; вкусный запах; добавка в еду; запах; конфета; магазин; молочный коктейль; мороженое; приправа; сливки; специя; торт; хороший запах*). В числе единичных реакций – *бежевый цвет; кони; облако; обнимашки; палочка; 2010 год*.

В случае со словом-стимулом «ваниль» мы снова отмечаем, что новые образы и, соответственно, новые смыслы доминируют над традиционными.

Опора на собственный опыт характерна и для ряда других стимулов. Так, АЛЕША для значительной части реципиентов (29%) – *глупость*, простота (*дурачок – 6; глупый (человек) – 4; простофиля – 2; тупой (человек) – 2; глупец; глупость; дурак; иногда прозвище глупого человека; ку-ку и идиот; нормального человека так не назовут; недалекий человек; ты Алеша: долго соображает, не доходит*). Связанные с этим реакции – *диагноз; обзывательство; оскорбление*. Кроме того, просматривается опора на признак невнимательности, рассеянности, неловкости (*невнимательный; рассеянный; растяпа*), а также невезения (*это неудачливый человек*). Лишь небольшая часть испытуемых относит стимул к категории имени («имя – б»); в нескольких случаях наблюдается также связь в сознании респондентов с былинным героем (*Попович – 2; Алеша Попович; богатырь*), а также с известными песнями (*потому что есть Алёшка у тебя – 2; стоит под горою Алёша*). Также наблюдается иллюстрация примером (ассоциация, возникающая в ситуации «здесь и сейчас»): *бывший парень; друг; сосед*. В числе единичных ассоциаций – *кыштымский карлик; лось; мальчик* (отнесение к категории); *памятник в Мурманске*. Вероятно, респонденты стремились передать свое отношение к информации, увязываемой со стимулом.

Данные, полученные для стимула **ТОКСИЧНЫЙ**, свидетельствуют о том, что для человека характерен процесс возникновения «нового» из «старого», уже известного. **Появились новые предметы и новый вид деятельности, который потребовал своего осмысления и обозначения.** Интересен тот факт, что в сознании большей части испытуемых данный стимул соотносится с людьми или отношениями, при этом наблюдается опора на разнообразные негативные признаки, эмоциональная оценка со знаком «минус» (40%) (*человек – 4; неприятный – 2; плохой – 2; абьюз; мошенник; избавиться; когда тянет вниз по лестнице жизни; Лиза и Карина; мерзкий человек, которого все ненавидят; нестрессоустойчивый; негативный человек; неприятный; неопрятный; неправильный; неприятный тип; неприятный человек; обзывает всех; отношения; раздраженный; резкий; портит игру; тот, кого мне трудно воспринять; ублюдок; хейтер; энергетический вампир*).

Материал, полученный для стимула **СВИНОМАТКА**, также подтверждает возникновение «нового» смысла, обусловленного **особенностями социальной действительности, общественных установок.** Значительная часть испытуемых связывает данный стимул с женщиной, причем опора идет либо на признак лишнего веса (*злая толстая женщина; женщина с пышными формами; жирный человек*

(женщина); полная; полная, жирная девушка; полная самоуверенная женщина; толстая девушка (женщина); толстая, очень внушительных размеров девушка в лосинах), либо на многодетность или же просто материнство; при этом в ряде реакций при конструировании нового смысла ясно просматривается **оценочный компонент**, негативное отношение к тому, что стоит за стимулом (дело всей жизни – рожать потомство; женщина, у которой много детей, но она за ними не следит; лишь бы размножаться; мать нескольких детей; многодетная мать; многодетная агрессивная мать; «Я же мать – я лучше всех знаю!»; яжмать). Присутствует одна реакция, в которой опора просматривается только на половой признак, без уточнений (женская особь). Имеется единичная реакция *феминизм*. Также часть испытуемых связывает слово-стимул с лишним весом, не конкретизируя пол (*бодипозитив; очень полный (это некрасивое слово); толстый; толстый человек; человек с лишним весом*). Во втором из перечисленных примеров реципиенты отмечают негативную окраску данного слова; это же просматривается в реакциях *обида; оскорбление; ругательство*. В числе единичных реакций, по всей вероятности, обусловленных **личным опытом**, – *бывшая одноклассница; женщина-хамка; Курская область; неопрятность; нимфоманка; свиномамка; стейк; ще не вмерла* (в пяти из перечисленных реакций также просматривается опора на признак пола).

Для стимула ВАТНИК наряду с реакциями, связанными с определением некой разновидности одежды и с опорой на материал (*ватный диск – 3; бушлат – 3; верхняя одежда – 3; вата – 2; одежда – 2; бушлат, набитый ватой; ватные штаны; куртка; нечто на вате; пуховик; телогрейка; человек в огромной куртке*), присутствуют и иные, по всей видимости, обусловленные **индивидуальным опытом**; при этом в части реакций просматривается отрицательная **оценочность** (*слабак – 2; армия; бабушки; войны; вьюга; деревня; наркотики; про лес подумала; Родина; старина; суровая зима; СССР; там; трус; человек без характера*). Часть новых смыслов, по всей видимости, обязана своим возникновением **новым реалиям социально-политической действительности**: *патриот – 2; Луганск; Первый канал; россиянин; русский; Украина; ярый русофил, не замечающий недостатков; человек, который слишком любит Россию*.

Сходная ситуация наблюдается со словосочетанием-стимулом **ВЕЖЛИВЫЕ ЛЮДИ**. Просматривается опора на признак вежливости, присущий традиционному словарному значению слова «вежливый» (*вежливость; вежливо смотрят*), однако большей частью мы наблюдаем специфические реакции, обусловленные личным опытом индивида (*бабушки – 2; редкость – 2; блатные; бобер; в кино; есть;*

знаки препинания; книги (Л. Толстой); коты; обмануть могут; редко встретишь; Санкт-Петербург; точно не в Курске; фильм или сериал; это мы и др.). Ярко проявляется **эмоционально-оценочный компонент**: благодарность; воспитанные и приятные люди; красавчики; мои любимые люди; молодцы; приятные люди; спасибо; уважение; хорошие люди; хорошо и т.д. Часть полученных нами новых смыслов так же, как и в предшествующем примере, возникла благодаря **новым явлениям социально-политической действительности**, например: в форме, военные (но это не точно); войска РФ в Крыму; окружили мирно аэропорт; они вежливо рядом (отряды Путина); с ними обычно фоткались; солдаты; что-то из фраз с 1 канала.

Выводы. Таким образом, экспериментальное исследование подтвердило выдвинутые нами гипотезы и дает возможность для дальнейшего более детального изучения конструирования новых смыслов в индивидуальном лексиконе. Мы полагаем, что новые смыслы рождаются на пересечении следующих компонентов: знания и опыта (личностного, индивидуального и коллективного, языкового и неязыкового (энциклопедического)), эмоционально-оценочного компонента (чувства, эмоции, оценка, отношение) и влияния социальной действительности.

Библиографический список

Ерпилова Е.И. Субъективные смыслы социальных новелл [Электронный ресурс] // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2020. № 1 (36). С. 79–89. URL: https://api-mag.kursksu.ru/api/v1/get_pdf/3521/ (дата обращения: 24.02.2021).

Залевская А.А. Два подхода к анализу значения слова [Электронный ресурс] // Материалы конференции: Problems of Combination of Individualization and Unification in Language Systems within Modern Communicative Trends. London, 09–14 октября 2014 г. Лондон: Международная академия наук и высшего образования, 2015. С. 36–39. URL: <https://docplayer.ru/73535541-Problems-of-combination-of-individualization-and-unification-in-language-systems-within-modern-communicative-trends.html> (дата обращения: 24.02.2021).

Залевская А.А. Значение слова через призму эксперимента: монография. Тверь: Тверской государственный университет, 2011. 240 с.

Залевская А.А. Слово в лексиконе человека. Издание Воронежского университета, 1990. 207 с.

Курганова Н.И. Ассоциативный эксперимент как метод исследования значения живого слова // Вопросы психолингвистики. 2019. № 3 (41). С. 24–37.

Лебедева С.В. Когнитивная интерпретация проксонимии [Электронный ресурс] // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2011. № 2 (10). С. 43–47. URL: https://api-mag.kursksu.ru/api/v1/get_pdf/2277/ (дата обращения: 24.02.2021).

Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. Москва, 1977. 304 с.

Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения: В 2-х т. Москва: Педагогика, 1983. Т. II. 320 с.

Лукашевич Е.В. Становление когнитивной структуры слова: лингвоментальный аспект // Методология современной психолингвистики: сборник статей. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. С. 70–90.

Попова Т.В., Рацибурская Л.В., Гугунава Д.В. Неология и неография современного русского языка: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2005. 168 с.

Тогоева С.И. Пространственно-временные ориентиры: новизна слова // Вопросы психолингвистики. № 3 (41). 2019. С. 52–63.

Lebedeva S.V., Erpilova E.I., Denisova V.V. New Characteristics of Current Neology: Social Background [Электронный ресурс]. The International Scientific and Practical Conference “Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities and Social Sciences” (CILDIAH-2019). Volgograd, April 23-28, 2019. SHS Web of Conferences. Vol. 69, 2019. URL: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2019/10/shsconf_cildiah2019_00034.pdf (дата обращения: 24.02.2021).