



УДК 81-114.4

DOI 10.52575/2712-7451-2023-42-2-301-319

## **Сравнительный анализ данных экспериментальных исследований процесса идентификации значения нового слова носителями языка**

**Виноградова М.В.**

МИРЭА – Российский технологический университет,  
Россия, 119454, Москва, проспект Вернадского, д. 78,  
E-mail: [rita\\_kuptsova@mail.ru](mailto:rita_kuptsova@mail.ru)

**Аннотация.** Значение слова, являясь своего рода отражением окружающей действительности в сознании человека, представляет собой ценный источник информации для психолингвистов, поскольку дает возможность исследовать взаимосвязь между языком, сознанием индивида и картиной мира. Изучение механизмов распознавания носителем языка нового, то есть представляющего некоторое затруднение слова позволяет выявить психические связи, на основе которых объекты окружающей действительности находят отражение в сознании человека. Описанные в статье результаты двух предпринятых со значительной разницей во времени экспериментальных исследований свидетельствуют как об устойчивом характере функционирования механизмов речемыслительной деятельности, так и о наличии факторов, под влиянием которых психофизические механизмы речевосприятия и речепорождения меняются. Так, было установлено, что для распознавания значения неизвестного слова носители языка прибегают к выделению мотивирующей основы, словообразовательной модели или звуко-буквенного комплекса, подбору синонима, координированного члена категории или денотата, приведению определения, противопоставления или ситуации. Выяснилось также, что с течением времени испытуемые в процессе идентификации значения слова стали значительно реже опираться на учебный материал и частопотребительные языковые единицы на фоне большей склонности к отказам от распознавания.

**Ключевые слова:** ассоциативный эксперимент, неологизм, психолингвистическое значение слова, механизм идентификации значения слова, отказ от реакции

**Для цитирования:** Виноградова М.В. 2023. Сравнительный анализ данных экспериментальных исследований процесса идентификации значения нового слова носителями языка. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 42(2): 301–319. DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-2-301-319

---

## **Comparative Analysis of Experimental Researches Data on the Process of a New Word Meaning Identification by Native Speakers**

**Margarita V. Vinogradova**

MIREA – Russian Technological University,  
78 Vernadsky Avenue, Moscow 119454, Russia  
E-mail: [rita\\_kuptsova@mail.ru](mailto:rita_kuptsova@mail.ru)

**Abstract.** Being a reality reflection in a human consciousness, a word meaning is a valuable source of information for psycholinguists as it gives an opportunity to research the interconnection between the language, human consciousness and worldview. Studying of the identification mechanisms used by native speakers to uncover the meaning of a new, and thus difficult to identify, word allows to reveal mental associations between real objects and human consciousness. This article is a description of the two



undertaken separately in different periods of time experimental researches, which show that the character of psychophysical mechanisms of speaking and cogitating activity is both steady and changeable to certain factors. Thus, it was found out that in order to uncover the meaning of an unknown word native speakers use such models of meaning identification as discrimination of a productive basis, word-formation model or sounds and letters combination, giving a synonym, coordinate member of the category or denotation, and reacting with a definition, antonym or context. It also came to light that the respondents are much more rarely guided by their curricular background knowledge and widely used set phrases and much more frequently refuse to identify at all with the course of time.

**Keywords:** association experiment, neologism, psycholinguistic meaning of the word, mechanism of a word meaning identification, refusal to react

**For citation:** Vinogradova M.V. 2023. Comparative Analysis of Experimental Researches Data on the Process of a New Word Meaning Identification by Native Speakers. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 42(2): 301–319 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-2-301-319

## Введение

Будучи своего рода ключом к сознанию человека, значение слова служит объектом психолингвистических исследований, нацеленных на установление связей между языковыми единицами и объектами реального мира. Индивид не мыслит языковыми единицами. Окружающая действительность отражена в его сознании в виде так называемых концептов – единств представлений о явлениях реальности и их оболочек, т. е. звуковых и графических форм. Оболочка материальна и способна запустить в сознании человека механизмы, которые вызывают стоящее за ней представление. При этом слово активизирует в индивидуальном сознании не просто одиночный виртуальный образ реального объекта, а целую ситуацию, связанную с ним и помогающую ему воспринимать и опознавать действительность, в которой он существует [Залевская, 2011]. С этой точки зрения, значение слова – не просто словарная дефиниция. Это многомерное явление, за которым, помимо словарной статьи, стоит все многообразие переживаемых говорящим в момент речи ощущений и определенный опыт, включающий все контексты, в которых он когда-либо сталкивался с означаемым этим словом явлением.

Неоспорим тот факт, что со временем человек, узнавая что-то новое, переосмысливает уже известное, что ведет к появлению, развитию, изменению, исчезновению концептов в его сознании. Отсюда естественным образом вытекает заключение о динамическом характере как концептуальной системы, так и индивидуального сознания в целом. Логичным, соответственно, будет и вывод о динамичности коллективных представлений об окружающем мире [Морель Морель, 2014].

Разумеется, все это представляет обширное поле для психолингвистических исследований. При этом аспектов научных изысканий в данном направлении огромное количество по причине многомерности, разносторонности, многообразия, взаимосвязанности и динамичности упомянутых явлений.

Одним из таких направлений является изучение языка как средства познания образа мира. Поскольку люди успешно осуществляют коммуникацию, очевидно, что коммуниканты способны релевантно вербализовывать свой опыт, фрагменты своей индивидуальной картины мира и адекватно их воспринимать и интерпретировать, что наводит на мысль о сходстве индивидуальных картин мира. Этот факт позволяет ученым описывать, систематизировать, классифицировать связанные с сознанием человека явления [Стернин, Рудакова, 2011; Пищальникова, 2020].

Одним из наиболее эффективных на сегодняшний день способов исследования индивидуального и коллективного сознания сквозь призму языка является ассоциативный эксперимент [Залевская, 2015; Пищальникова, 2019; Хлопова, 2019; и другие]. Он позволяет

выявить тенденции и специфику отражения представлений об объекте действительности в обыденном сознании индивида, поскольку ассоциативные связи слова дают возможность установить глубинные модели взаимоотношений языка, речи и мышления и обнаружить таким образом внутреннюю структуру концепта [Стернин, 2020].

### Объекты и методы исследования

Данная статья предлагает результаты двух проведенных нами с разницей в 16 лет экспериментальных психолингвистических исследований процесса идентификации значений новых слов, их описание и сравнение. Первый эксперимент проводился в 2003 году в рамках диссертационного исследования и предполагал сбор данных о способах распознавания значений неологизмов носителями языка. В качестве методов исследования были использованы идентификация участниками слов-стимулов как знакомых или незнакомых, встречавшихся или не встречавшихся ранее, понятных или непонятных, а также приведение свободной ассоциации, субъективной дефиниции и микроконтекста употребления. Материалом послужили существительные, прилагательные и глаголы, отобранные из сборников неологизмов «Новое в русской лексике: Словарные материалы», изданных в 1986, 1987 и 1989 годах. Выбор в пользу сборников неологизмов, не являвшихся актуальными для года проведения эксперимента, был сделан, поскольку одной из целей нашего диссертационного исследования, продолжение которого представляет собой описываемый в данной статье эксперимент, было сопоставление его результатов с данными, полученными в ходе аналогичных экспериментов, проведенных ранее на том же материале. Интерес, помимо самих экспериментальных данных, представляла и степень узнаваемости слов, являвшихся новыми в начале 80-х годов, спустя два десятилетия. Отобранные в целом методом случайной выборки стимулы все же включались нами в экспериментальный список с учетом разнообразия их словообразовательных моделей и «прозрачности» лексического значения. Основной целью этого эксперимента было выявление стратегий, к которым прибегают испытуемые, встречая новое слово, чтобы распознать его значение [Виноградова, 2009]. Как показали исследования ученых Тверской психолингвистической школы, ассоциативная реакция испытуемого отражает контекст, в котором он обнаруживает связь между стимулом и своим опытом, сознанием, и эти установленные таким образом связи различаются [Гольдин, Сдобнова, 2012]. Второе экспериментальное исследование, результаты которого приводятся в данной статье, было организовано в 2019 году и имело целью выявление гендерных особенностей процесса восприятия русских феминитивов носителями языка. Для чистоты его проведения в список слов-стимулов было включено 7 неологизмов из материала первого исследования в качестве дистракторов. Данные собирались методами распознавания испытуемыми стимулов как знакомых/незнакомых, понятных/непонятных и приведения ими свободных ассоциативных реакций [Медведева, Виноградова, 2020]. Испытуемыми в ходе обоих исследований стали носители русского языка в возрасте от 17 до 22 лет, обучавшиеся в указанные периоды в высших учебных заведениях по разным специальностям и направлениям подготовки. Поскольку условия организации и проведения обоих исследований оказались схожими, было принято решение сравнить и описать полученные данные. Некоторые результаты этого сопоставления уже были опубликованы ранее [Виноградова, 2022а, б, с; Виноградова, Эркенова, 2022].

Настоящая статья посвящена комплексному анализу данных, полученных от участников обоих экспериментальных исследований в результате выполнения ими задания привести свободную ассоциативную реакцию. Поскольку результаты обработки реакций на стимул «борщеед» были опубликованы ранее [Виноградова, 2022а], в этой работе рассматриваются ассоциации с 6 из 7 использованных во втором эксперименте новых слов – «мадонность», «притужный», «поавралить», «подверстываться», «обкультурить», «хмельить». Термины «неологизм» и «новое слово» при этом употребляются в данной статье как абсолютные синонимы, хотя это противоречит точке зрения, принятой в неологии [Попова и др., 2005].

## Результаты исследования и их обсуждение

Для удобства подачи и рассмотрения весь собранный материал был сведен в таблицы, где экспериментальное исследование 2003 года обозначено Э1, экспериментальное исследование 2019 года – Э2. Процентное соотношение реакций, полученных от участников противоположных полов, дано в соответствующих колонках в порядке возрастания количества ассоциаций. Ассоциации, схожие у испытуемых обоих экспериментальных исследований, приведены в конце таблиц и выделены курсивом.

Для описания процесса распознавания значений неологизмов используется та же классификация стратегий и моделей идентификации новых слов, на которую мы опирались при анализе данных диссертационного экспериментального исследования, что, по нашему мнению, способствует выявлению отличий между сопоставляемыми явлениями и данными в случае наличия таковых. То есть одна из задач исследования была установить, опираются ли испытуемые в процессе распознавания значения неологизма на другие возможные речемыслительные алгоритмы, помимо описанных ранее моделей отнесения к ситуации, конкретизации через синоним/симиляр, приведения прямой дефиниции, опознания мотивирующей основы, прагматического осмысления, отнесения к денотату, распознавания словообразовательной модели, реакции координированным членом категории, ассоциации с языковым штампом, опоры на звуко-буквенный комплекс, актуализации учебного материала, противопоставления и нулевой реакции [Виноградова, 2009, с. 70].

Как видно из табл. 1 – Ассоциативные реакции на стимул «поавралить», лексические единицы, приведенные испытуемыми (далее ии.) обоих полов, участвовавших в более позднем эксперименте, менее вариативны по сравнению с реакциями, данными их сверстниками, принявшими участие в первом исследовании. Количество отказов от приведения реакции при этом примерно одинаково у ии.-женщин – около 70 % – и значительно различается у ии. мужского пола: около 40 % в Э1 и почти 65 % в Э2.

Как видно из представленных в таб. 1 данных, катализатором процесса распознавания значений слов-стимулов в обоих экспериментах служила мотивирующая основа неологизма. Ии. опирались на верно или неверно идентифицированный морфологический, фонетический или графический компонент слова, который (или которые!) запускал процесс поиска места для обрабатываемого сознанием стимула во внутреннем и внешнем ситуативном контекстах индивида. При этом следует обратить особое внимание на условность отделения механизмов идентификации друг от друга, поскольку, как правило, они работают в тесной взаимосвязи. Например, определение словообразовательной модели протекает обычно одновременно с распознаванием мотивирующей основы. Это позволяет индивиду не просто расчленить слово на компоненты, но и интегрировать его в синтаксические конструкции, описывающие соответствующие фрагменты объективной реальности, что, в свою очередь представляет собой реализацию стратегии опоры на ситуацию [Виноградова, 2009].

Наглядным примером взаимосвязи упомянутых трех стратегий служат реакции: *поработать на судне, покрутить штурвал корабля, поработать во время аврала*. При этом затруднительной задачей является отделение этого комплекса от частотной модели прямой дефиниции. Анализируя данные Э1, мы относили к этой модели ассоциативные реакции, совпавшие с дефинициями. Перед участниками Э2 задача дать определение не ставилась. По этой причине нельзя с абсолютной уверенностью утверждать, что ии. приводили ассоциации, опираясь на ситуацию, или давали дефиницию. Дополнительным доказательством того, что при распознавании значения стимула индивид опирается на комплекс механизмов идентификации, служит частое нарушение участниками обоих экспериментов обоих полов инструкции записывать исключительно первое пришедшее в голову слово. Так, вместе упомянутыми выше ассоциациями мы получили свидетельствующие об опоре на ситуацию реакции: *судно парусное, корабль, палуба корабля, якорь, колокол, авралы, устроить аврал, (делать) аврал, завал, завал на работе, нехватка времени, цейтнот, спешка, суматоха, бухгалтерия в конце месяца, 4-я декада, работать сообща, (сверхурочная, трудная) работа, сделать быстро*.

Таблица 1  
 Table 1

Ассоциативные реакции на стимул «поавралить»  
 Associations to the cue word поавралить

Э1			Э2		
реакция	количество ответов, %		реакция	количество ответов, %	
	женские	мужские		женские	мужские
развалить	1,9		работать сообща	1	
халтура	1,9		паниковать	1	
опустошить	1,9		овраг	1	
стройка в разгаре	1,9		раскопать	1	
наврать	1,9		навредить	1	
поле	1,9		завалить	1	
побухать		1,9	сделать что-то с ландшафтом	1	
отдых		1,9	поворчать	1	
сделать быстро		1,9	предупредить		1,7
лентяйничать		1,9	рукоблудие		1,7
палас		1,9	пропустить		3,5
риск		1,9	заключить в недоступное пространство		1,7
ров		1,9	суматоха, спешка	1	1,7
надраконить		1,9			
рот		1,9			
повар		1,9			
проверка, комиссия, шухер		1,9			
сообщить об опасности		1,9			
привести к кризису		1,9			
ложануться = фиаско		1,9			
нестандартная ситуация		1,9			
бухгалтерия в конце месяца, 4-ая декада		3,8			
колокол, корабль, судно парусное, палуба корабля, покрутить штурвал корабля, якорь		11,3	поработать на судне		1,7
поговорить, разговор	3,8		поговорить, сделать что-л.	2,1	1,7
беспорядок	1,9		устроить беспорядок, разруху, создать шум, беспорядок	2,1	3,5
(сверхурочная, трудная) работа		5,7	работать, поработать	3,1	1,7
кричать, поорать, поскандалить	3,8	3,8	покричать, орать, ругань	1	3,5
пошалить, проказничать, почудить, баловаться,	3,8	3,8	пошалить		5,2
побеситься, побуянить					
(делать) аврал, завал на работе, нехватка времени,	7,6	3,8	поработать во время аврала, авралы, устроить аврал, завал, цейтнот	8,8	6,9
отказ от реакции	67,9	39,6		71,1	64,9



При этом следует отметить, что реакции, связанные со стимулом по происхождению, т.е. с морской тематикой, были даны только ии. мужского пола в обоих экспериментах. Об ошибочном понимании и/или распознавании или о нераспознавании стимула «поавралить» вообще свидетельствуют реакции *завалить, развалить, пошалить, почудить, побеситься, побуянить, проказничать, баловаться*, т.к. они демонстрируют сходство только словообразовательной модели. Но они же, вероятнее всего, стимулируют дальнейший процесс включения слова во внутренний и внешний контексты, в результате чего «поавралить» ассоциируется у ии. со словами и выражениями: *создать шум, беспорядок, устроить беспорядок, разруху*. Неправильно идентифицировали значение неологизма ии., отреагировавшие на слово-стимул «поавралить» словами: *поорать, орать, кричать, покричать, поскандалить, ругань*. В данном случае катализатором ассоциативных рядов у участников исследования стал звуко-буквенный комплекс (ЗБК), графически и фонетически напомнивший им слово «поорать», который, в свою очередь, мотивировал возникновение синонимичных и ситуативных ассоциаций: *рот, разговор, поговорить, поворчать, предупредить, сообщать об опасности, паниковать*. Опора на ЗБК, но уже без опоры на ситуацию прослеживается и в реакциях: *повар, ров, овраг, наврать*. Одной из наиболее распространенных стратегий идентификации является прагматическое осмысление слова-стимула в силу того, что включение неологизма во внутренний контекст индивидуального сознания всегда происходит на основе прагматической компетенции. Каждый раз, когда перед носителем языка встает задача интегрировать в свою картину мира новое слово, он применяет эту стратегию. Говорить об опоре только на нее исследователь может лишь в случаях исключительности, неординарности полученной от ии. реакции, когда даже построение предполагаемой цепочки логических рассуждений или ассоциативных связей затруднительно или невозможно для интерпретатора. Примерами, демонстрирующими ход процесса идентификации на основе прагматического осмысления, служат ассоциации: *халтура, опустошить, стройка в разгаре, поле, побухать, отдых, надраконить, привести к кризису, ложануться=фиаско, сделать что-то с ландшафтом, раскопать, рукоблудие* и т.п.

Все вышеупомянутые стратегии идентификации значения нового слова являются частотными и используются участниками обоих экспериментов при распознавании всех слов-стимулов. Соответственно, преимущественно на них опирались ии, давая ассоциации со словом-стимулом «подверстываться». Как видно из табл. 2 – Ассоциативные реакции на стимул «подверстываться», реакции: *верста, верстка, верстать, верстак* и т.п. возникли в результате опознания мотивирующей основы; *газета, типография, дорога, расстояние*, и т.п. опираются на ситуацию; *подравниваться, подпоясываться, попадаться* и т.п. имеют общую со стимулом словообразовательную модель; *подвергаться, подвернуться, вертеться* напомнили ии. ЗБК и словообразовательную модель стимула. Глагол «подверстываться» мотивировал большое количество примеров прагматического осмысления, в подавляющем большинстве случаев не очевидного для интерпретатора. Так, наряду с реакцией «собираться», явившейся, вероятнее всего, конечным звеном ассоциативной цепочки «верста» – «дорога» – «собираться» (в дорогу), участники Э1 привели ассоциации *тряпка, бумага, циркуль, есть снег, хвастаться*, интерпретация которых без контекста практически невозможна. Ии., принявшие участие в Э2, так же отреагировали как словами, механизмы порождения которых трудно проследить: *излишки, урезать, проровнять* и др., так и ассоциациями, процесс происхождения которых можно угадать: *спотыкаться* (вероятно, от «подворачиваться»/ «подвернуться», возникшей на основе ЗБК и опоры на словообразовательную модель) или *добавляться* (синонима, имеющего целью разъяснить процесс подверстывания – добавления страниц в уже сверстанную книгу). Последний, наряду с реакциями *не пройти одну версту, (немного) догонять*, является примером применения стратегии идентификации значения нового слова, которая предполагает его объяснение, толкование, – модели конкретизации через синоним/симиляр. Среди реакций на стимул «подверстываться» есть примеры применения стратегии приведения координированного члена категории – ассоциации стимула со словами одного понятийного с ним ряда: *километр*,

*расстояние* (общий понятийный ряд со словом «верста»), *станок* (общий понятийный ряд со словом «верстак»). Но самой интересной, с точки зрения исследователя, отличительной особенностью ассоциативных цепочек, вызванных словом «подверстываться», является довольно большое количество реакций типа *подлиза(-ываться)*, *подмазываться*, *подхалим(ничать)*, *подхалимство*, *льстить*, мотивированность которых, на первый взгляд, настолько глубока, что не поддается интерпретации. Однако, частота приведения этих ассоциаций участниками обоих экспериментов, навела нас на мысль о том, что процесс идентификации значения мог пойти путем от *подверстываться* через *присоединяться – пристраиваться* или через не менее распространенную реакцию *подъезжать – подбираться к подмазываться – подмазываться* и т.д.

Таблица 2  
Table 2

Ассоциативные реакции на стимул «подверстываться»  
 Associations to the cue word *подверстываться*

Э1			Э2		
реакция	количество ответов, %		реакция	количество ответов, %	
	женские	мужские		женские	мужские
тряпка, бумага	1,9		проровнять	1	
ошибаться	1,9		излишки	1	
циркуль	1,9		попадаться	1	
собираться	5,7		измерение	1	
бегун		1,9	подверка	1	
пристраиваться		1,9	спотыкаться	1	
подниматься наверх		1,9	подравняться	1	
есть снег		1,9	подпоясываться	1	
попасться под руку		1,9	подвергаться	1	
подделывать		1,9	вертеться	1	
хвастаться		1,9	перестраховываться	1	
догоняться		1,9	урезать	1	
верстак, станок		3,8	встречаться, сталкиваться	2,1	
(немного) догонять	1,9	1,9	подаваться	3,1	
			укладываться	3,1	
			подвороты	3,1	
			добавляться	3,1	
			приравнять(-ся)	1	1,7
			подстраиваться (под кого-то)	2,1	1,7
подвернуться	1,9		подвернуться, подвернулся, подворачиваться	4,1	3,5
подъезжать, подтягиваться к месту назначения, подбираться, подход(-ить), приходиться, приближаться, возвращение	1,9	15,1	подходить	1	
(компьютерная) верстка, делать верстку, газета, типография,	3,8	13,2	верстать	2,1	
подмазываться, подлиза (-ываться), подхалим (ничать)	7,6	7,6	льстить, подмазываться, подлизываться, подхалимство	3,1	
дорога, верста, километр, расстояние, не пройти одну версту	7,6	11,3	верста, верст	2,1	
отказ от реакции	64,2	32,1		55,7	75,4



В заключении анализа ассоциативных реакций на стимул «подверстываться» следует отметить, что реакции на него оказались более вариативными в Э2, чем в Э1. При этом количество нулевых реакций, в целом, велико – от 55 до 75 % в более позднем исследовании и от 32 до 64 % в первом. И, как и в случаях с другими стимулами, участники Э2 мужского пола реагировали отказом значительно чаще, чем ии.-мужчины, участвовавшие в Э1.

Обработывая экспериментальные данные, приведенные в таб. 3 – Ассоциативные реакции на стимул «притужный», мы получили результаты, сходные с описанными выше: ассоциации, полученные от участников Э1, вариативнее; ии. обоих полов в ходе Э2 предпочитали нулевую реакцию другим моделям идентификации значения слова-стимула – от 75 до 86 %, причем ии.-мужчины отказывались давать ассоциацию чаще участниц женского пола, что, как и в случаях с другими стимулами, противоречит результатам Э1, в ходе которого к нулевой реакции чаще – в 64 % случаев – прибегали ии.-женщины, тогда как всего 40 % участников мужского пола отказались выполнить задание.

Таблица 3  
 Table 3

Ассоциативные реакции на стимул «притужный»  
 Associations to the cue word притужный

Э1			Э2		
реакция	количество ответов, %		реакция	количество ответов, %	
	женские	мужские		женские	мужские
1	2	3	4	5	6
уныние, из последних сил	1,9		о чем-то волнуется	1	
фабрика	1,9		придавленный	1	
утянувшийся человек	1,9		тупой	1	
что-либо для стягивания	1,9		приутюжить	1	
поступок	1,9		очень, с натяжкой	1	
узкий	1,9		очень сложный	1	
умориться, тяжба		1,9	рас(с)гроенный	1	
взгляд		1,9	дурак, глупый человек	2,1	
ужовый		1,9	натянуть	2,1	
надоедливый		1,9	тяжелый, неприятный	3,1	
неудобный		1,9	туго затянутый		1,7
натянутая пружина		1,9	тяга		1,7
роды		1,9	напряженный, напряжение		3,5
сдавленный		1,9	слишком уплотненный		1,7
вкрученный болт		1,9	тужиться	4,1	1,7
усилие, работа		3,8			
корсет, костюм, приталенный		5,7			
веревка, хомут, лошадь,	1,9	1,9			
человек, характер	1,9	1,9			
тяжкий, тяжесть	1,9	3,8			
стужа, холод, замерзший	1,9	3,8			
притягивать силой, притянутый (чем-либо, за уши), присоединенный,	3,8	5,7			
затянутый ремнем, ремень, пояс	3,8	3,8			

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5	6
очень тужит		1,9	тужить		1,7
сортир, большой запором		3,8	туалет		1,7
трудный	1,9		трудный	2,1	
туго, тугой, натуга, натужный	7,6	7,6	(очень) тугой	2,1	
отказ от реакции	64,2	39,6		74,7	86

Как видно из таб. 3, ассоциации с прилагательным «притужный» мотивированы прагматическим осмыслением ситуации (*лошадь, поступок, роды, фабрика, туалет, о чем-то волнуется*), ЗБК (*приутюжить, стужа, ужовый, тяжелый, тяжкий, тяжба, с натяжкой, напряженный*), словообразовательной моделью (*притянутый, придавленный*), основой (*тужить, тужиться, тугой*), значением слова (модели приведения прямой дефиниции (*туго затянутый, очень тугой, узкий, приталенный, присоединенный, трудный*), синонима/ симиляра (*затянутый ремнем, утянувшийся человек, притянутый (чем-либо, за уши), что-либо для стягивания, неудобный, слишком уплотненный, очень сложный, очень тужит, надоедливый*), и координированного члена категории (*тупой, дурак, глупый человек, расстроенный*)), а также ситуацией (*натянутая пружина, натянуть, усилие, работа, вкрученный болт*).

Помимо указанных, участники Э1 использовали модель отнесения стимула к денотату – приписывания потенциальному носителю или исполнителю признака или действия, выраженного или подразумеваемого под стимулом, например: *характер, человек, ремень, пояс, хомут, веревка, корсет, костюм, взгляд*. По данным исследователей, проводивших аналогичные эксперименты с этими же стимулами ранее, этот механизм часто задействуется в процессе идентификации значений прилагательных, несколько реже – глаголов. Однако, следует отметить, что участниками Э2 не было приведено ни одного примера, который можно было бы охарактеризовать как отнесение к денотату.

Помимо упомянутых и описанных выше стратегий идентификации, в более ранних, чем Э1, аналогичных экспериментах было выделено еще несколько моделей, которые не использовались участниками наших экспериментов при распознавании значений слов «повралить», «подверстываться», «притужный». По нашему мнению, примерами: «*Дама с собачкой*», *Сикстинская Мадонна, образ Моны Лизы, извиняющаяся Мадонна*, приведенными ии. мужского пола, участвовавшими в Э1, на существительное «мадонность» может быть представлена модель актуализации учебного материала. Это предположение основано на том факте, что среди ассоциативных реакций, полученных от участников Э2, нет ни подобных выражений, ни вообще каких бы то ни было отсылок к художественной культуре, несмотря на то, что реакции «икона», «возвышенность» и «святая» свидетельствуют об осознании участниками Э2 религиозного компонента концепта «Мадонна». Ассоциации ии. со стимулом «мадонность» приведены в таблице 4 – Ассоциативные реакции на стимул «мадонность».

По сравнению с неологизмами, о которых велась речь выше, это новое слово вызвало большее количество ассоциаций у ии. обоих полов, участвовавших как в Э1, так и в Э2. Вероятнее всего, это обусловлено большей «прозрачностью» значения мотивирующей основы стимула и ее связанностью с мировой массовой культурой. Интересно, что количество нулевых реакций на задание привести ассоциацию со словом «мадонность» у участников Э1 – 22% - 24% – в несколько раз меньше, чем у участников Э2 – 55% - 77%. Учитывая тот факт, что самые частотные (после отказов) реакции были связаны с всемирно известной американской певицей Мадонной, очень популярной в России в 1990-е – 2000-е годы, и приводились ии. в ходе Э1 в два раза чаще, чем участниками Э2, такая разница в количестве нулевых реакций может считаться обоснованной.

Таблица 4  
 Table 4

Ассоциативные реакции на стимул «мадонность»  
 Associations to the cue word мадонность

Э1			Э2		
реакция	количество ответов, %		реакция	количество ответов, %	
	женские	мужские		женские	мужские
1	2	3	4	5	6
классика	1,9		важность	1	
образ Моны Лизы	1,9		девушка, у которой в приоритете мода	1	
«круто»	1,9		помощь другим людям, отзывчивость	1	
воображать	1,9		напыщенность, пафос	1	
первенство	1,9		подражание напыщенности	1	
важность, значимость	3,8		женственность	2,1	
новое, обновленное		1,9	икона	2,1	
пухлый		1,9	элегантность	2,1	
Дева Мария		1,9	известный человек, знаменитость	2,1	
извиняющаяся Мадонна		1,9	Дефка		1,7
выбросила		1,9	признание		1,7
безупречность, идеальность,	1,9	1,9	благородность		1,7
картина с изображением женщины, «Дама с собачкой», Сикстинская Мадонна	1,9	5,7	привлекательность	2,1	1,7
великолепие, величие	5,7	1,9	модельные данные, модель, модельность	2,1	1,7
дама, (красивая) девушка, девица, женщина-вамп, скромная, симпатичная женщина	7,6	7,6	мода, модно, модная, модница, связано с модой	5,2	6,9
возвышение	1,9		возвышенность	1	
кокетство		1,9	кокетство	1	
экстравагантность, изысканность	1,9	1,9	изыск	1	
сходство, похожесть на Мадонну		3,8	быть подобной Мадонне		1,7
святость	3,8		святая	2,1	
превосходство, высокомерие, заносчивость, гордость, гонорная дама, манерность, надменная красotka	15,1	7,6	превосходство, величие, возвышающая себя	2,1	

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5	6
Красота	7,6	13,2	определение красоты, воплощение красоты в женщине	11,3	1,7
Мадонна, певица, стиль Мадонны, привычки Мадонны, фанат Мадонны, культ личности копирование, подражание Мадонне, мода, попса,	17	20,8	Мадонна, певица, подражание Мадонне, подражательница Мадонны, что-то из музыки, песня	5,2	6,9
отказ от реакции	22,6	24,5		55,67	77,2

Таб. 4 демонстрирует, что, пытаясь интегрировать существительное «мадонность» во внутренний контекст, участники обоих экспериментов неосознанно прибегали к опоре на модели прагматического осмысления (*Дефка, «круто», признание, классика, новое, обновленное, пухлый*), распознавания мотивирующей основы (*Мадонна, святая, певица*), реагирования координированным членом категории (*величие, превосходство, изысканность, экстравагантность, кокетство*), определения словообразовательной модели (*модельность, экстравагантность, изысканность, привлекательность, напыщенность*), конкретизации через синоним/симиляр (*подражание Мадонне, быть подобной Мадонне, копирование, помощь другим людям, отзывчивость, связано с модой*), опоры на ЗБК (*модельность, мода*), приведения прямой дефиниции (*святость, определение красоты, красота, воплощение красоты в женщине*), отнесения к ситуации (*что-то из музыки, песня*), отнесения к денотату (*Дева Мария, дама, (красивая) девушка, девица, скромная, симпатичная женщина*). Интересный случай процесса идентификации представляет слово «женщина-вамп». Концепт «Мадонна» включает среди прочих два компонента – Мадонна – звезда поп-музыки и Мадонна – Богородица в католическом вероисповедании – которые могут характеризоваться различными противоположными, исключаящими друг друга качествами. По причине отсутствия субъективных дефиниций и микроконтекстов употребления слова-стимула достоверная интерпретация ассоциативной реакции «женщина-вамп» затруднена: сложно сказать, ассоциируется ли она у испытуемого с певицей или со святой и в связи с этим определить, какая модель идентификации – отнесения к денотату или противопоставления – была применена в процессе распознавания значения неологизма.

Стратегия идентификации с опорой на модель противопоставления не относится к числу частотных. Так же редко встречаются случаи применения модели реагирования языковым штампом. Такие лексические единицы возникли у участников наших исследований как ассоциативные реакции на глагол «хмелить». Так, в ходе Э1 была получена широко известная цитата из музыкального произведения, звучавшего в кинофильме «Жестокий романс» «пушистый шмель на душистый хмель», а в ходе Э2 – фраза из распространенной ранее телевизионной рекламы хмелесодержащих напитков «хмель плюс солод». В целом, на основании данных анализа ассоциаций со словом «хмелить», приведенных в таблице 5 – Ассоциативные реакции на стимул «хмелить», можно охарактеризовать этот глагол как понятный и знакомый ии. обоих исследований. По критерию вариативности ассоциативные ряды участников Э1 и Э2 примерно одинаковы. Применявшиеся модели идентификации значений неологизмов включают: распознавание мотивирующей основы (*хмель, растение*), приведение прямой дефиниции (*одурманить, дурманить, горячить*), отнесение к ситуации (*спиртные напитки, хмельные напитки, алкоголь, бокал, отдыхать*), конкретизацию через синоним/симиляр (*толочь хмель*), реагирование координированным членом категории (*бродить*), отнесение к денотату (*товарища, квас, пиво, эль*), прагматическое осмысление (*болеть, яйцо, язвить, вводить в заблуждение, путать, говорить «что зря», обманывать*).

Таблица 5  
 Table 5

Ассоциативные реакции на стимул «хмелить»  
 Associations to the cue word хмелить

Э1			Э2		
реакция	количество ответов, %		реакция	количество ответов, %	
	женские	мужские		женские	мужские
1	2	3	4	5	6
говорить «что зря»	1,9		квас	1	
отдыхать	1,9		трезветь	1	
бродить	1,9		праздновать	1	
товарища	1,9		болеть	1	
пировать	1,9		объяснять	1	
наливать		1,9	брожение		1,7
прятать		1,9	язвить		1,7
яйцо		1,9	толочь хмель		1,7
освежать		1,9	нести бред		2,21
вводить в заблуждение, путать, одурачивать, говорить неправду, обманывать	5,7	3,8			
«пушистый шмель на душистый хмель»		1,9	головокружение, закружить голову	1	1,7
одурманить, дурман	5,7		дурманить, горячить		1,7
растение, хмель	9,4	1,9	хмель (+ солод)	5,2	6,9
похмелье, захмелеть, опьянеть, пьянеть, быть пьяным, пьянствовать, пьяницы, пьянка, «накурка», спиртные напитки, алкоголь, водка, (варить) пиво, пить (спиртные напитки), выпивать, бокал, напоить (слегка, не в меру), спойть, употреблять повышать градусы,	47,2	69,8	делать пьяным, опьянять, (о)пьянить, охмелеть, хмелеть, пить, (о)пьянеть, делаться пьяным, пьянство пьянеть, получить алкогольное опьянение, быть в опьяненном состоянии, выпивать (хмельной напиток), варить пиво, готовить пиво, пьяный, спаивать,	50,5	43,1
добавлять алкоголь, делать крепким, гнать самогон, слабоалкогольные напитки			спойть, выпивать алкоголь, употреблять алкоголь (спиртное), пьяный человек, делать хмельные напитки, варить (обрабатывать) хмелем, хмелить пиво, делать опьяняющим, напоить (спиртным), алкоголь, пиво, эль, пивас, выпить пиво вечером в кабаке		
отказ от реакции	22,6	15,1		33	38,6

Наиболее продуктивным в отношении стимула «хмелить» у участников обоих экспериментов оказался комплекс моделей определения словообразовательной модели, приведения прямой дефиниции и/ или синонима/ симиляра: *(о)пьянеть, делать пьяным, опьянять, (о)пьянить, делаться пьяным, (о)хмелеть, выпивать, употреблять алкоголь, пить, делать крепким, обрабатывать хмелем, хмелить пиво*, и т.п. При этом высокая степень «прозрачности» смысла глагола «хмелить» обусловила отсутствие примеров опоры на ЗБК. Этой же причиной обусловлен и низкий, по сравнению с предыдущими описанными стимулами, процент нулевых реакций. Тем не менее, он, как и в предыдущих случаях, выше у участников Э2, чем у участников Э1, отказавшихся давать ассоциацию в 15–22 % случаях, и составляет от 33 до 38 %.

Минимальное количество нулевых реакций было выявлено при обработке ответов, данных на глагол «обкультурировать»: 25–36 % ии., принявших участие в Э2, и 9–11 % участников Э1 отказались привести ассоциацию на указанный стимул. Этому способствовали понятность мотивирующей основы и словообразовательной модели слова, вызвавшие ассоциации: *облагородить, обучить*. Реакции, приведенные в таблице 6 – Ассоциативные реакции на стимул «обкультурировать», были также обусловлены опорой на модели конкретизации через синоним/симиляр и/ или приведения прямой дефиниции, разграничить которые в данном случае едва ли возможно (*привить культуру, приобщить к культуре, дать знания о культуре, просветить, подвергнуть культурному воздействию, сделать(ся) культурным, внедрять культуру, заинтересовать культурой, обратиться в свои традиции и менталитет, ввести в культуру, воспитывать, развить, повысить культурный уровень, пояснить, наговорить грубостей, унижить человека, обозвать, обработать землю* и мн. др.), отнесения к ситуации (*театр, пойти в театр, читать книги, сходить в галерею, культура, министерство культуры, сходить в филармонию, (Малый) театр, мероприятия, развлечение, общественный транспорт, мат, ругаться*), реагирования координированным членом категории (*окультурировать*), прагматического осмысления (*гонимик, молодежь, спорт, грамотность, Горбачев, купить*), отнесения к денотату (*здание, колхоз, парня, дерево, клумба, статуя, уютная комната, забор, мусорный контейнер*), противопоставления (*лишить культуры*), реагирования языковым штампом (*обогащать духовный мир, вешать лапшу*), актуализации учебного материала (*поле (с пшеницей)*).

Единственной моделью, не примененной в процессе идентификации неологизма «обкультурировать», по нашему мнению, является опора на ЗБК. Учитывая тот факт, что участники наших экспериментальных исследований опирались на этот механизм в процессе распознавания стимулов «поавралить», «подверстываться», «притужный» и «мадонность», которые можно отнести к малознакомым и малопонятным нашим ии. словам, если судить по количеству данных на них нулевых реакций, логично предположить, что ЗБК стимула запускает процесс построения ассоциативной цепочки в случаях затрудненной идентификации значения нового слова. Кроме того, следует отметить большую вариативность ассоциаций со словом «обкультурировать», приведенных участниками более позднего эксперимента.

### Заключение

Таким образом, проанализировав и сравнив результаты двух экспериментальных исследований процесса идентификации значений новых слов, мы выявили несколько тенденций как к сходству, так и к различию. К первым следует отнести тот факт, что полученные нами ассоциативные реакции свидетельствуют о том, что участники обоих проведенных экспериментальных исследований применяют одни и те же модели идентификации значения нового слова. Кроме того, в ходе обоих исследований подтверждений того, что гендерный фактор оказывает влияние на подсознательный выбор стратегии или модели распознавания слова-стимула, обнаружено не было.



Таблица 6  
 Table 6

Ассоциативные реакции на стимул «обкультировать»  
 Associations to the cue word обкультировать

Э1			Э2		
реакция	количество ответов, %		реакция	количество ответов, %	
	женские	мужские		женские	мужские
1	2	3	4	5	6
молодеть	1,9		просвещение	1	
спорт	1,9		извлечь не культуру	1	
благородство	1,9		грамотность	1	
ввести что-то в данную культуру	1,9		плохо влиять	1	
прочитать мораль	1,9		без культуры	1	
цивилизация, поп-музыка	1,9		обкультироваться на новом месте	1	
благоразумие		1,9	обогащать духовный мир	1	
Горбачев, повысить культурное положение		1,9	заняться культурой	2,1	
вешать лапшу		1,9	культурный (человек)	2,1	
купить		1,9	самообразование	2,1	
книга, ученый, учитель, читать лекции		7, 6	духовность	2,1	
поле (с пшеницей)	1,9	1,9	обработать землю	2,1	
принуждение, навязать что-либо, советские времена, негатив, борьба, насилие, ввести свое,	3,8	1,9	повысить уровень развития, развивать	2,1	
			книга		1,7
			парк		1,7
			вдохновить культурой		1,7
			привести в культурном значении		1,7
			унизить культурно		1,7
			что-то с культурой		1,7
			обратить в свои традиции и менталитет		1,7
			сделать что-то культурным		1,7
			гопник		1,7
			показать смысл культуры		1,7
			лишить культуры		3,5
			обкультировать	1	1,7
			обучить, научить, дать знания, привлечь к знаниям, знание, сделать человека образованнее	5,2	3,5

Окончание табл. 6

1	2	3	4	5	6
наговорить грубостей, обматерить, мат, послать на 3 буквы, ругаться, обозвать, общественный транспорт, необразованный хам, превосходить	1,9	9,4	обозвать, унижить человека		1,7
здание, колхоз, парня, дерево, забор, клумба, статуя, неуютная комната, мусорный контейнер	3,8	11,3	ландшафт, статуи	2,1	
украсить, приукрасить, улучшить, приспособить, привести в нормальное состояние, переделать, обновить, придать опрятный вид, облагороженный	3,8	13,2	преобразовать, облагородить, улучшить, украсить	4,1	5,2
культура, сходить в филармонию, (Малый) театр, мероприятия, развлечение, министерство культуры, обучать культуре, привить культуру, окультурить культурно просвещать, искусство, внести культуру в жизнь кого-либо, изменить, приобщить, «серость», просвещение, культурная революция, получить культурное образование	34	30,2	культура, сделать(ся) культурным, подвергнуть культурному воздействию, внедрение человеком в какую-либо культуру, приобщить к культуре, привить культуру, внедрять культуру, ввести в культуру, заинтересовать культурой, просветить (о культуре), дать знания о культуре, получить знания в сфере культуры, искусство, приучить к искусству, познавать культурные ценности, познания в чем-либо культурном, быть культурно развитым, приучить, окультурить, театр, пойти в театр, читать книги, сходить в галерею, показать культуру, сделать ее частью, узнавать культуру, придать культуре, провести культурное мероприятие для кого-то	44,3	24,1
повысить культурный уровень, делать (кого-то) культурным(-ее), научить(ся), научить правилам этикета, воспитывать, набраться знаний, вежливость, пояснить, развить,	28,3	7,6	повышать культуру, увеличить степень культурности		3,5
отказ от реакции	11,3	9,4		24,7	36,2



Случаи, когда ии.-мужчины привели ассоциацию, не встретившуюся у ии.-женщин, в обоих исследованиях, или, наоборот, участницы обоих экспериментов отреагировали словом, не встретившимся среди реакций, полученных от ии. противоположного пола, единичны и основываются на одних и тех же – наиболее распространенных – моделях идентификации значения стимула. К различиям, во-первых, следует отнести тот факт, что молодые люди, студенты и студентки, в возрасте от 17 до 22 лет, участвовавшие в более позднем эксперименте, склонны гораздо чаще отказываться от приведения ассоциативных реакций, чем это делали их сверстники 16 годами ранее. Но поскольку это не противоречит нашим выводам о схожести протекания механизмов распознавания нового слова, объяснение данной тенденции, на наш взгляд, следует искать за пределами сферы психолингвистики. Второй обнаруженной нами отличительной особенностью, являющейся важным показателем протекания речемыслительных процессов, стала большая склонность современных студентов мужского пола к приведению нулевой реакции на слово-стимул по сравнению с их сверстницами [Сдобнова, 2015, с. 22]. Исследование 2003 года выявило обратную тенденцию – ии.-мужчины реже отказывались от выполнения задания, чем ии.-женщины. Тогда мы объяснили ее стремлением участников мужского пола соответствовать принятым в обществе представлениям о мужской идентичности, стереотипам мужского поведения, а именно: вести себя как умная, образованная и интеллектуальная личность, обладающая познаниями в широком спектре сфер жизнедеятельности [Малкина-Пых, 2006; Виноградова, 2009]. На наш взгляд, причины выявленного нами различия в когнитивном поведении представителей мужского пола могут крыться в произошедших с момента проведения первого исследования изменениях в социальных установках и стереотипах [Агафонова, 2019].

Интересен также тот факт, что даже правильное распознавание испытуемыми мотивирующей основы и словообразовательной модели приводит к ошибочному пониманию значения стимула.

Следует отдельно заметить, что мы не сопоставляли модели идентификации значения новых слов, применявшихся участниками двух экспериментальных исследований, по критерию частотности и не сравнивали вариативность мужских и женских ассоциаций, собранных в ходе второго исследования, поскольку невозможно объективно оценить данные, полученные по столь различающимся по количеству стимулов экспериментальным спискам. Однако, в процессе обработки анкет испытуемых второго эксперимента мы, как и в ходе анализа данных первого исследования, отметили тенденции к предпочтению отказа от реакции и к единичным обращениям к механизмам идентификации звуко-буквенного комплекса, подбора языковых штампов, приведения противопоставления и опоры на учебный материал по сравнению с другими моделями идентификации значений новых слов.

### Список литературы

- Агафонова Т.Е. 2019. Представления старшеклассников о поле и гендере: к вопросу о необходимости формирования гендерной культуры в эпоху перемен. *Педагогический имидж*, 4(45): 566–575. DOI: [10.32343/2409-5052-2019-13-4-566-575](https://doi.org/10.32343/2409-5052-2019-13-4-566-575)
- Залевская А.А. 2011. Значение слова через призму эксперимента. Тверь, Твер. гос. ун-т, 240 с.
- Залевская А.А. 2015. Что мы исследуем в ходе ассоциативного эксперимента? В кн.: *Язык в пространстве речевых культур: к 80-летию В.Е. Гольдина*. Под ред. О.Ю. Крючковой, Л.П. Крысина. Москва – Саратов, ИД Наука образования: 211–216.
- Виноградова М.В. 2009. Гендерный аспект процесса идентификации значения нового слова носителями языка. Дис. ... канд. филол. наук. Курск, 196 с.
- Виноградова М.В. 2022а. Исследование изменения психолингвистического значения слова на примере слова «борщеед». В кн.: *Язык, культура, ментальность: проблемы и перспективы филологических исследований*. Сборник IV Международной научной конференции, Курск,

- 08–09 апреля 2022 г. Под ред. Н.И. Степыкина. Курск, Издательство Юго-Западного государственного университета: 49–55.
- Виноградова М.В. 2022б. Модели идентификации значений новых слов носителями языка (на материале психолингвистического экспериментального исследования). *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки*, 7: 141–144. DOI: [10.37882/2223-2982.2022.07.09](https://doi.org/10.37882/2223-2982.2022.07.09)
- Виноградова М.В. 2022в. Нулевая реакция как критерий анализа результатов психолингвистического экспериментального исследования значения слова. *Научный альманах*, 6-2(92): 124–127.
- Виноградова М.В., Эркенова Д.И. 2022. Ассоциативный эксперимент как метод исследования изменений гендерной специфики восприятия новых слов носителями языка. *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика*, 12(2): 63–73.
- Гольдин В.Е., Сдобнова А.П. 2012. К проблеме коммуникативного анализа ассоциативных данных. *Известия Саратовского университета. Сер. Филология. Журналистика*, 12(3): 3–7.
- Малкина-Пых И.Г. 2006. Гендерная терапия. М., Эксмо, 928 с.
- Медведева А. А., Виноградова М. В. 2020. Гендерные особенности процесса восприятия феминитивов. В кн.: *Язык, культура, ментальность: проблемы и перспективы филологических исследований. Сборник II Международной научной конференции (Курск, 28–29 апреля 2020 г.)*. Под ред. Н.И. Степыкина. Курск, Издательство Юго-Западного государственного университета: 238–247.
- Морель Морель Д.А. 2014. Сопоставительный анализ ассоциативных полей, отличающихся по времени фиксации, как средство выявления динамики концепта. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 12-2(42): 115–119.
- Пищальникова В.А. 2019. Эксперимент как составная часть методологии сопоставительных исследований. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*, 18(3): 52–63. DOI: [10.15688/jvolsu2.2019.3.4](https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2019.3.4)
- Пищальникова В.А. 2020. Экспериментальное психолингвистическое исследование значения слова: нерешенные проблемы. *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика*, 10(1): 17–29.
- Пищальникова В.А. 2021. Ассоциативный эксперимент и психолингвистическое исследование личностной идентичности. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, 2(844): 105–117. DOI: [10.52070/2542-2197\\_2021\\_2\\_844\\_105](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_2_844_105)
- Попова Т.В., Рацибурская Л.В., Гугунава Д.В. 2005. Неология и неография современного русского языка. М., Флинта, Наука, 168 с.
- Сдобнова А.П. 2015. Нулевые ассоциативные реакции как показатель степени освоенности слова. *Известия Саратовского университета. Сер. Филология. Журналистика*, 15(3): 17–23. DOI: [10.18500/1817-7115-2015-15-3-17-23](https://doi.org/10.18500/1817-7115-2015-15-3-17-23)
- Стернин И.А. 2020. Проблемы интерпретации результатов ассоциативных экспериментов. *Вопросы психолингвистики*, 3(45): 110–125. DOI: [10.30982/2077-5911-2020-45-3-110-125](https://doi.org/10.30982/2077-5911-2020-45-3-110-125)
- Стернин И.А., Рудакова А.В. 2011. Психолингвистическое значение слова и его описание. Теоретические проблемы. LAP Lambert Academic Publishing, Saarbrücken, 192 с.
- Хлопова А.И. 2019. Ассоциативный эксперимент как метод установления изменения коннотации базовой ценности. *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика*, 9-1(30): 80–85.

## References

- Agafonova T.E. 2019. Views of High School Students on Sex and Gender: on the Need to Shape a Gender Culture during a Time of Change. *Pedagogical Image*, 4(45): 566–575 (in Russian). DOI: [10.32343/2409-5052-2019-13-4-566-575](https://doi.org/10.32343/2409-5052-2019-13-4-566-575).
- Zalevskaya A.A. 2011. Znachenie slova cherez prizmu eksperimenta [The meaning of the word through the prism of the experiment]. Tver', Publ. Tver. gos. un-t, 240 p.



- Zalevskaya A.A. 2015. Chto my issleduem v khode assotsiativnogo eksperimenta [What do we study during the associative experiment]? In: *Yazyk v prostranstve rechevykh kul'tur: k 80-letiyu V.E. Gol'dina* [Language in the space of speech cultures: to the 80th anniversary of V.E. Goldin]. Eds. O.Yu. Kryuchkova, L.P. Krysin. M.–Saratov, Publ. ID Nauka obrazovaniya: 211–216.
- Vinogradova M.V. 2009. Gendernyy aspekt protsessa identifikatsii znacheniya novogo slova nositelyami yazyka [Gender aspect of the process of identifying the meaning of a new word by native speakers]. Dis. ... cand. philol. Sciences. Kursk, 196 p.
- Vinogradova M.V. 2022a. Issledovanie izmeneniya psikholingvisticheskogo znacheniya slova na primere slova «borshcheed» [The study of the change in the psycholinguistic meaning of the word on the example of the word "borsche-eater"]. In: *Yazyk, kul'tura, mental'nost': problemy i perspektivy filologicheskikh issledovaniy* [Language, culture, mentality: problems and prospects of philological research]. Collection of the IV International Scientific Conference, Kursk, April 08-09, 2022. Ed. N.I. Stepykin. Kursk, Publ. Izdatel'stvo Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta: 49–55.
- Vinogradova M.V. 2022b. Patterns of new words meanings identification used by native speakers (based on psycholinguistic experimental research). *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 7: 141–144. DOI [10.37882/2223-2982.2022.07.09](https://doi.org/10.37882/2223-2982.2022.07.09)
- Vinogradova M.V. 2022c. “No reaction” as a criterion of the analysis of the results of a word-meaning psycholinguistic experimental research. *Science Almanac*, 6-2(92): 124–127 (in Russian).
- Vinogradova M.V., Erkenova D.I. 2022. Association experiment as a method of gender specific changes study of new words perception by native speakers. *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*, 12(2): 63–73 (in Russian).
- Gol'din V.E., Sdobnova A.P. 2012. To the Problem of the Communicative Analysis of Associative Data. *Proceedings of Saratov University. Ser. Philology. Journalism*, 12(3): 3–7 (in Russian).
- Malkina-Pykh I.G. 2006. Gendernaya terapiya [Gender Therapy]. M., Publ. Eksmo, 928 p.
- Medvedeva A.A., Vinogradova M.V. 2020. Gendernye osobennosti protsessa vospriyatiya feminitivov [Gender features of the process of perception of feminitives]. In: *Yazyk, kul'tura, mental'nost': problemy i perspektivy filologicheskikh issledovaniy* [Language, culture, mentality: problems and prospects of philological research]. Collection of the II International Scientific Conference, Kursk, April 28-29, 2020. Ed. N.I. Stepykin. Kursk, Publ. Izdatel'stvo Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta: 238–247.
- Morel' Morel' D.A. 2014. Comparative analysis of associative fields differing in fixation cycle as a means for identifying dynamics of a concept. *Philology. Theory & Practice*, 12-2(42): 115–119.
- Pishchal'nikova V.A. 2019. Experiment as an integral part of the methodology of comparative research. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 18(3): 52–63 (in Russian). DOI: [10.15688/jvolsu2.2019.3.4](https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2019.3.4)
- Pishchal'nikova V.A. 2020. Experimental psycholinguistic research of word meaning: unresolved issues. *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*, 10(1): 17–29 (in Russian).
- Pishchal'nikova V.A. 2021. Associative experiment and psycholinguistic research of individual identity. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanitarian Sciences*, 2(844): 105–117 (in Russian). DOI: [10.52070/2542-2197\\_2021\\_2\\_844\\_105](https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_2_844_105).
- Popova T.V., Ratsiburskaya L.V., Gugunava D.V. 2005. Neologiya i neografiya sovremennogo russkogo yazyka [Neology and Neography of the Modern Russian Language]. M., Publ. Flinta, Nauka, 168 p.
- Sdobnova A.P. 2015. «No Answer» as an Indicator of the Word Acquisition Degree in Associative Fields. *Proceedings of Saratov University. Ser. Philology. Journalism*, 15(3): 17–23 (in Russian). DOI: [10.18500/1817-7115-2015-15-3-17-23](https://doi.org/10.18500/1817-7115-2015-15-3-17-23)
- Sternin I.A. 2020. Interpretation problems of associative experiments. *Journal of Psycholinguistics*, 3 (45): 110–125 (in Russian). DOI: [10.30982/2077-5911-2020-45-3-110-125](https://doi.org/10.30982/2077-5911-2020-45-3-110-125)
- Sternin I.A., Rudakova A.V. 2011. Psikholingvisticheskoe znachenie slova i ego opisanie. Teoreticheskie problemy [Psycholinguistic meaning of the word and its description. Theoretical problems]. LAP Lambert Academic Publishing, Saarbrücken, 192 p.



Khloпова А.И. 2019. Associative experiment as a method of establishing the changes in the connotation of the core value. *Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics*, 9-1(30): 80–85 (in Russian).

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 13.11.2022

Поступила после рецензирования 14.03.2023

Принята к публикации 10.06.2023

Received November 13, 2022

Revised March 14, 2023

Accepted June 10, 2023

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Виноградова Маргарита Владимировна**, доцент кафедры иностранных языков института радиозлектроники и информатики, МИРЭА – Российский технологический университет, г. Москва, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Margarita V. Vinogradova**, Associate Professor, Department of Foreign Languages, Institute of Radio Electronics and Informatics, MIREA – Russian Technological University, Moscow, Russia