

АССОЦИАТИВНОЕ ПОЛЕ ЛЕКСЕМ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ЗНАМЕНИТЫЙ ЧЕЛОВЕК» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ СТУДЕНТОВ *К.Ю.Клим (Минск, МГЛУ)*

В статье представлены результаты свободного ассоциативного со словами-стимулами *legend, icon, hero*. Выявлено своеобразие ассоциаций, представленных прецедентными именами известных людей, в языковом сознании студентов.

Ключевые слова: *свободный ассоциативный эксперимент, языковое сознание, ассоциации, ассоциативное поле*

ASSOCIATIVE FIELD OF LEXEMES OF THE SEMANTIC GROUP 'FAMOUS PERSON' IN STUDENTS' LINGUISTIC CONSCIOUSNESS *K.Y.Klim (Minsk, MSLU).*

The article presents the results of free associative with the words-stimuli *legend, icon, hero*. The peculiarity of associations represented by the precedent names of famous people in students' linguistic consciousness is revealed.

Key words: *free associative experiment, language consciousness, associations, associative field*

Психолингвистические аспекты изучения значения слова представляют собой важную область исследования, которая объединяет психологию и лингвистику в поиске ответов на вопросы о том, как мы понимаем, интерпретируем и используем слова в нашей речи и мышлении. В рамках психолингвистики принят подход к изучению слова как «живого» знания. «Живое слово представляет собой достояние пользующегося словом человека; продукт своеобразной переработки индивидом многообразного (вербального и невербального) опыта познания и общения; средство доступа к образу мира личности; специфическое орудие разнообразной (в том числе – коммуникативной) индивидуальной и социальной деятельности людей; познавательную единицу с двойственной онтологией, обращенную одной своей ипостасью к индивиду, а другой – к социуму/культуре» [1, с. 23].

Такой подход предполагает различие между значением слова в форме словарного определения (лексикографическое значение) и значением слова как части индивидуального познания (т.е. «словом в голове», психолингвистическом значении).

Объектом нашего исследования является значение слов семантической группы «знаменитый человек». Особенность таких слов, как *legend* ‘легенда’, *icon* ‘икона’, *idol* ‘идол’ состоит в том, что они имеют несколько значений, первое из которых является основным и, по сути, первым должно приходить в голову при восприятии слова. Во вторичном значении данные слова употребляются для наименования знаменитого человека. Для изучения психолингвистического значения данных слов мы провели свободный ассоциативный эксперимент и сравнили его результаты с данными толковых словарей, в которых представлено лексикографическое значение.

Эксперимент был спроектирован на платформе psytoolkit.org [2]. Респондентами выступили студенты факультета английского языка Минского государственного лингвистического университета (возрастная группа 17-22 года). Их задачей было дать первые, пришедшие в голову, ассоциации к 20 словам-стимулам, среди которых находились интересующие нас наименования. Время ответа было ограничено до 30 секунд. Всего в эксперименте приняло участие 60 человек.

Представим результаты исследования. Слово **legend** определяется в толковом словаре следующим образом:

1. *a traditional story sometimes popularly regarded as historical but not authenticated.*

2. *an extremely famous or notorious person, especially in a particular field.*

Среди всех полученных реакций на данное слово-стимул всего 14 были связаны с первым значением слова (*myth, story, mystery*). Остальные ответы были связаны со значением «знаменитый человек» и были очень разнообразны, например *worldknown, famous, icon, hero, known*. Некоторые респонденты решили назвать имена известных людей — своих собственных «легенд»: *Michel Jackson, Rayan Gosling, Freddie Mercury, Harry Potter, Yung Gud*. Из единичных ответов также можно выделить *League of Legends*, достаточно знаменитой игре, и отсылку к фильму «Легенда», из таких ответов также можно сделать вывод о содержании психолингвистического значения слова и его сильной ассоциации с концептом «знаменитый» в сознании студентов.

Слово **icon** также имеет два лексико-семантических варианта (ЛСВ) в лексикографической модели значения:

1. *a devotional painting of Christ or another holy figure, typically executed on wood and used ceremonially in the Byzantine and other Eastern Churches;*

2. *a person or thing regarded as a representative symbol or as worthy of veneration.*

В ассоциативном поле, собранном из ответов-реакций респондентов для данного слова-стимула, единственные ассоциации, связанные с первым ЛСВ, — это *God* (5 реакций), *Jesus* (3), *church* (2), *Christian* (1), *pray* (1), *religion* (1). Остальные реакции ассоциируемы со значением «знаменитый человек». Например, *celebrity, king, tik tok, idol, legend, balenciaga, fashion, style* и т.д. Не все слова могут относиться конкретно к человеку, но точно передают ассоциацию чего-то «знаменитого». Пять респондентов назвали конкретное имя *Lady Gaga*; двое — *K-Pop* и *BTS*.

Слово-стимул **idol**, согласно толковым словарям, в первом ЛСВ также относится к области религиозного культа, а во втором ЛСВ обозначает знаменитого человека:

1. *an image or representation of a god used as an object of worship;*

2. *(in East Asian popular music) a Cantopop, J-pop, or K-pop singer, performing as a solo act or as a member of a group.*

Обобщив зафиксированные реакции, полученные у студентов, можно выделить следующие тематические группы ассоциаций:

1. слова, связанные с музыкальной тематикой: *pop, group, music*. К ним же мы относим наименования музыкальных групп и направлений *K-Pop* (6 реакций), *BTS* (4), *The Weekend*, а также имена музыкантов *Ariana Grande, Rap Monster, Namjoon, Billy*.
2. слова, связанные с религиозной тематикой: *angel, Slavic / Baltic ethnicity, cult*.

Единичная реакция *mom* отражает индивидуальную связь с определенным человеком из семьи. Еще одна единичная реакция выражает личное отношение к предмету: *perfect*.

По результатам эксперимента можно сделать вывод, что ассоциативное поле слов, которые во вторичном варианте значения относятся к семантической группе «Знаменитый человек», имеет широкую периферию. Вторичный вариант значения превалирует в ассоциативных связях над первичным в языковом сознании студентов. Прецедентный имена достаточно часто проявляются в индивидуальном ассоциировании и составляют часть опыта, отраженного в ассоциативной связи слова указанной семантической группы с конкретными людьми, которыми восхищаются представители возрастной группы 17-22 года. Перспективой исследования является сравнение данных ассоциаций с ассоциациями другой возрастной группы респондентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Залевская, А. А. Значение слова через призму эксперимента / А. А. Залевская. – Тверь : Твер. гос. ун-т, 2011. – 240 с.
2. Stoet, G. PsyToolkit: A novel web-based method for running online questionnaires and reaction-time experiments / G. Stoet // Teaching of Psychology. – 2017. – № 44 (1). – P. 24–31.