

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА  
Навчально-науковий інститут філології та журналістики  
Кафедра слов'янських і германських мов

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему: «**НЕОЛОГИЗМЫ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА  
СТУДЕНТОВ**»

на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня *бакалавра*  
за спеціальністю 6.020303 Мова і література (російська)\*.

Виконала

студентка 45 групи  
**Рогозіна Катерина Андріївна**

Науковий керівник

кандидат філологічних наук, доцент  
**Недашківська Тетяна Євгенівна**

Житомир – 2014

## План-содержание

Введение.....	3
Глава 1. Психолингвистические исследования лексики.....	5
1.1 Понятие языковой и концептуальной картин мира.....	5
1.2 Ассоциативный подход к изучению картины мира.....	16
1.3 Неологизмы в динамике языковой картины мира.....	19
Глава 2. Ассоциативные поля и ассоциативные значения неологизмов русского языка.....	27
2.1 Свободный ассоциативный эксперимент как метод исследования языковой картины мира.....	27
2.2 Организация и методика проведения свободного ассоциативного эксперимента для изучения неологизмов русского языка.....	34
2.3 Фрагмент русской языковой картины мира: ассоциативные значения, ассоциативные поля некоторых неологизмов.....	40
Заключение.....	79
Литература.....	81

## Введение

Вербальные ассоциации рассматриваются в различных науках: психологии, лингвистике и психолингвистике, логике, философии, информатике, теории коммуникации и т.д. Однако многие проблемы словесных ассоциаций, процессов ассоциирования как в естественном речевом общении людей, так и в эксперименте остаются все еще недостаточно изученными: до сих пор нет единого определения самих вербальных ассоциаций, их однородной (научной) классификации, не установлены их лингвистический и психолингвистический статус, отношение к ряду традиционных лингвистических категорий и т. п. Настоящая работа представляет собою попытку установления ассоциативной семантики неологизмов, использование и соотношение их с элементами концептуальной картины мира. И так как неологизмы связаны со всеми сферами жизни, то использование свободного ассоциативного эксперимента для установления семантических изменений в структуре таких слов обуславливает актуальность исследования.

**Научная новизна** состоит в том, что в исследовании впервые использованы актуальные неологизмы для проведения свободного ассоциативного эксперимента, устанавливается структура ассоциативного значения стимульных лексем, отображается соответствующий фрагмент речевой картины мира людей.

**Объект исследования** – воссоздание ассоциативных связей между стимулами-неологизмами и реакциями.

**Предмет исследования** – ассоциативные поля и ассоциативные значения неологизмов.

**Целью работы** является анализ психосемантики неологизмов при помощи свободного ассоциативного исследования. Поставленная цель обуславливает необходимость решения следующих задач:

- 1) проанализировать основные этапы развития свободного ассоциативного эксперимента как метода научного исследования;

- 2) определить группу концептов (**представленных словами-неологизмами**) как стимулов для проведения свободного ассоциативного эксперимента;
- 3) проанализировать количественный и качественный состав полученных реакций;
- 4) определить характер ассоциативных связей в группе слов-стимулов;
- 5) построить фрагмент речевой картины мира людей, который отображает фрагмент современной концептуальной картины мира людей.

**Методы исследования.** Данное исследование основывается на методе свободного ассоциативного эксперимента с элементами описательного и структурного методов с использованием приемов внутренней и внешней функциональной интерпретации лексических единиц, компонентного анализа с привлечением статистической методики.

**Теоретическое значение.** Обобщения и выводы проведенного исследования **дают возможность** глубже познать ассоциативные процессы, дают возможность воспроизвести ассоциативную структуру слова и сопоставить её с лексическим значением.

**Практическое значение** состоит в использовании материалов для составления ассоциативного словаря русского языка, в использовании словаря при чтении курса современного русского литературного языка, на спецкурсах и факультативах по русскому языку.

**Структура работы.** Работа состоит из введения, двух разделов, заключительной части и списка использованной литературы.

## **Глава 1. Ассоциативные исследования лексики**

### **1.1 Понятие языковой и концептуальной картин мира**

Языковая картина мира — исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отражённая в языке совокупность представлений о мире, определённый способ восприятия и устройства мира, концептуализации действительности. Считается, что каждому естественному языку соответствует уникальная языковая картина мира. Понятие языковой картины мира восходит к идеям В. фон Гумбольдта и Л. Вайсгербера о внутренней форме языка. Каждый человек имеет субъективный образ некоего предмета, который не совпадает полностью с образом того же предмета у другого человека. Объективироваться это представление может только, прокладывая «себе путь через уста во внешний мир». Слово, таким образом, несет на себе груз субъективных представлений, различия которых находятся в определенных рамках, так как их носители являются членами одного и того же языкового коллектива, обладают определенным национальным характером и сознанием [21].

Заслуга Л. Вайсгербера заключается в том, что он ввел в научную терминологическую систему понятие «языковая картина мира». Это понятие определило своеобразие его лингвофилософской концепции наряду с «промежуточным миром» и «энергией» языка.

Основными характеристиками языковой картины мира, которыми её наделяет Л. Вайсгербер, являются следующие:

- языковая картина мира — это система всех возможных содержаний: духовных, определяющих своеобразие культуры и менталитета данной языковой общности, и языковых, обуславливающих существование и функционирование самого языка;

- языковая картина мира, с одной стороны, есть следствие исторического развития этноса и языка, а, с другой стороны, является причиной своеобразного пути их дальнейшего развития;
- языковая картина мира как единый «живой организм» чётко структурирована и в языковом выражении является многоуровневой. Она определяет особый набор звуков и звуковых сочетаний, особенности строения артикуляционного аппарата носителей языка, просодические характеристики речи, словарный состав, словообразовательные возможности языка и синтаксис словосочетаний и предложений, а также свой паремиологический багаж. Другими словами, языковая картина мира обуславливает суммарное коммуникативное поведение, понимание внешнего мира природы и внутреннего мира человека и языковую систему;
- языковая картина мира изменчива во времени и, как любой «живой организм», подвержена развитию, то есть в вертикальном (диахроническом) смысле она в каждый последующий этап развития отчасти нетождественна сама себе;
- языковая картина мира создает однородность языковой сущности, способствуя закреплению языкового, а значит и культурного её своеобразия в видении мира и его обозначения средствами языка;
- языковая картина мира существует в однородном своеобразном самосознании языковой общности и передается последующим поколениям через особое мировоззрение, правила поведения, образ жизни, запечатлённые средствами языка;
- картина мира какого-либо языка и есть та преобразующая сила языка, которая формирует представление об окружающем мире через язык как «промежуточный мир» у носителей этого языка;
- языковая картина мира конкретной языковой общности и есть её общекультурное достояние.

Восприятие мира осуществляется мышлением, но с участием средств родного языка. Способ отражения действительности носит у Л. Вайсгербера идиоэтнический характер и соответствует статичной форме языка. По сути, учёный акцентирует интересубъектную часть мышления индивида: «Нет сомнения в том, что многие укоренившиеся в нас воззрения и способы поведения и отношения оказываются «выученными», то есть общественно обусловленными, как только мы проследим сферу их проявления по всему миру». Современные представления о языковой картине мира выглядят следующим образом [9].

Язык – факт культуры, составная часть культуры, которую мы наследуем, и одновременно ее орудие. Культура народа вербализуется в языке, именно язык аккумулирует ключевые концепты культуры, транслируя их в знаковом воплощении – словах. Создаваемая языком модель мира есть субъективный образ объективного мира, она несет в себе черты человеческого способа миропостижения, т.е. антропоцентризма, который пронизывает весь язык.

Данную точку зрения разделяет В. Маслова: «Языковая картина мира – это общекультурное достояние нации, она структурирована, многоуровневая. Именно языковая картина мира обуславливает коммуникативное поведение, понимание внешнего мира и внутреннего мира человека. Она отражает способ речемыслительной деятельности, характерной для той или иной эпохи, с ее духовными, культурными и национальными ценностями» [30].

Понятие наивной языковой картины мира, как считает Ю. Апресян, «представляет отраженные в естественном языке способы восприятия и концептуализации мира, когда основные концепты языка складываются в единую систему взглядов, своего рода коллективную философию, которая навязывается в качестве обязательной всем носителям языка [2; 39].

Языковая картина мира, как отмечает Г. Колшанский, базируется на особенностях социального и трудового опыта каждого народа. В конечном

счете, эти особенности находят свое выражение в различиях лексической и грамматической номинации явлений и процессов, в сочетаемости тех или иных значений, в их этимологии (выбор первоначального признака при номинации и образовании значения слова) и т.д. В языке «закрепляется все разнообразие творческой познавательной деятельности человека (социальной и индивидуальной)», которая заключается именно в том, что «он в соответствии с необозримым количеством условий, являющихся стимулом в его направленном познании, каждый раз выбирает и закрепляет одно из бесчисленных свойств предметов и явлений и их связей. Именно этот человеческий фактор наглядно просматривается во всех языковых образованиях как в норме, так и в его отклонениях и индивидуальных стилях» [56; 33].

Картина мира, предлагаемая языком, отличается от «научной» и каждый язык рисует свою картину, изображающую действительность несколько иначе, чем это делают другие языки. Реконструкция языковой картины мира составляет одну из важнейших задач современной лингвистической семантики. Исследование языковой картины мира ведется в двух направлениях, в соответствии с названными двумя составляющими этого понятия. С одной стороны, на основании системного семантического анализа лексики определенного языка производится реконструкция цельной системы представлений, отраженной в данном языке, безотносительно к тому, является она специфичной для данного языка или универсальной, отражающей «наивный» взгляд на мир в противоположность «научному». С другой стороны, исследуются отдельные характерные для данного языка (лингвоспецифичные) концепты, обладающие двумя свойствами: они являются «ключевыми» для данной культуры (в том смысле, что дают «ключ» к ее пониманию) и одновременно соответствующие слова плохо переводятся на другие языки: переводной эквивалент либо вообще отсутствует (как, например, для русских слов тоска, надрыв, авось, удаль, неприкаянный, задушевность, совестно, обидно, неудобно), либо такой



эквивалент в принципе имеется, но он не содержит именно тех компонентов значения, которые являются для данного слова специфичными (таковы, например, русские слова душа, судьба, счастье, справедливость, пошлость, разлука, обида, жалость, утро, собираться, добираться, как бы).

Понятие «картина мира» относится к числу фундаментальных, выражающих специфику человека и его бытия, взаимоотношения его с миром, важнейшие условия его существования в мире.

Обращение к понятию «картина мира» акцентирует деятельностный подход к пониманию процесса соотношения индивида с действительностью, сосредоточивает внимание на содержательно-онтологических аспектах исследования.

Способствуя тесной связи и единству знания и поведения людей в обществе, этот глобальный образ мира является естественным универсальным посредником между разными сферами человеческой культуры и тем самым выступает действенным средством интеграции людей в обществе. Картина мира создается в результате двух различных процедур:

- экспликации, экстрагирования, опредмечивания, объективирования и осмысления образов мира, лежащих в основе жизнедеятельности;
- созидания, творения, разработки новых образов мира, осуществляемых в ходе специальной рефлексии, носящей систематический характер.

По мнению Э. Сулейменовой, картина мира «создается благодаря познающей деятельности человека и отражающей способности его мышления», важнейшим свойством картины мира она считает целостность, а элементом – смысл, характеризующийся инвариантностью, актуальностью, субъективностью, неполной экспликацией, недоступностью полному восприятию, континуальностью, динамичностью. Картина мира представляет собой чрезвычайно сложное явление; она вариативна, изменчива.

Одновременно в ней есть константы, присущие каждому индивиду, обеспечивающие взаимопонимание людей [49; 34].

Концепт – это информация относительно актуального «или возможного положения вещей в мире (т.е. то, что индивид знает, предполагает, думает, воображает об объектах мира)» [45].

Концептуальная система, по мнению Р. Павилениса, характеризуется следующими свойствами:

- последовательность введения концептов; имеющиеся в системе концепты являются основой для введения новых;
- непрерывность конструирования концептуальной системы;
- континуальность концептуальной системы: вводимый концепт интерпретируется всеми концептами системы, хотя и с разной степенью совместимости, что и обеспечивает его непрерывную связь со всеми другими концептами.

Таким образом, сущность концептуальной системы, по И. Павиленису, заключается в систематизированном представлении знаний и мнений индивида, соответствующем интересубъектной и субъективной информации.

Анализируя теорию концептуальной системы Р. Павилениса, В. Пищальникова отмечает, что концепт включает в себя и психологическое значение, и личностный смысл. [46; 15]. Ядром этого образования является понятие – обобщение предметов некоторого класса по их специфическим признакам. Существование интересубъектной части в каждом компоненте концепта обеспечивает возможность коммуникации между носителями разных КС. Общеизвестно, что процесс оперирования понятиями неразрывно связан с употреблением языка, что обуславливает в концепте наличие языкового компонента (тела знака), включающего, в свою очередь, фоносемантическую, экспрессивную, ассоциативную и другие составляющие. А так как понятие соотносится с некоторым предметом действительности, концепт включает компонент «предметное содержание»

(референтная соотнесенность). Таким образом, язык предстает одним из компонентов концепта. «Усвоенные субъектом значения слов и других содержательных единиц языка включаются в соответствующий концепт системы в качестве одной из его составляющих и способны наряду с другими составляющими концепта (визуальными, слуховыми и пр.) представлять концепт в целом. Поэтому восприятие языкового знака актуализирует субъективную образную, понятийную, эмоциональную информацию, содержащуюся в концепте, и наоборот, любой вид такой информации может быть ассоциирован со знаком» [46; 30]. Смысл понимается как образующая сознания, объединяющая «визуальные, тактильные, слуховые, вкусовые, вербальные и другие возможные характеристики объекта» [46; 12].

Таким образом, концептуальная картина мира – это система информации об объектах, актуально и потенциально представленная в деятельности индивида. Единицей информации такой системы является концепт, функция которого состоит в фиксации и актуализации понятийного, эмоционального, ассоциативного, вербального, культурологического и иного содержания объектов действительности, включенного в структуру концептуальной картины мира. Проблема понимания должна рассматриваться прежде всего как проблема понимания мира субъектом на базе имеющейся у него концептуальной картины мира, которая объективируется и представляется в его деятельности.

Современные авторы картину мира определяют как глобальный образ мира, лежащий в основе мировоззрения человека, то есть выражающий существенные свойства мира в понимании человека в результате его духовной и познавательной деятельности. Но «мир» следует понимать не только как наглядную реальность, или окружающую человека действительность, а как сознание-реальность в гармоничном симбиозе их единства для человека [58].

Картина мира представляет собой центральное понятие концепции человека, выражает специфику его существования. Понятие картины мира

относится к числу фундаментальных понятий, выражающих специфику человеческого бытия, взаимоотношения его с миром, важнейшие условия его существования в мире. Картина мира есть целостный образ мира, который является результатом всей активности человека. Она возникает у человека в ходе всех его контактов и взаимодействий с внешним миром. Это могут быть и бытовые контакты с миром, и предметно-практическая активность человека. Так как в формировании картины мира принимают участие все стороны психической деятельности человека, начиная с ощущений, восприятий, представлений и заканчивая мышлением человека, то очень сложно говорить о каком-либо одном процессе, связанным с формированием картины мира у человека. Человек созерцает мир, осмысливает его, ощущает, познаёт, отражает. В результате этих процессов у человека возникает образ мира, или мировидение.

«Отпечатки» картины мира можно обнаружить в языке, в жестах, в изобразительном искусстве, музыке, ритуалах, этикете, вещах, мимике, в поведении людей. Картина мира формирует тип отношения человека к миру - природе, другим людям, задаёт нормы поведения человека в мире, определяет его отношение к жизни [2; 45].

Что касается отражения картины мира в языке, то введения понятия «картины мира» в антропологическую лингвистику позволяет различать два вида влияния человека на язык – влияние психофизиологических и другого рода особенностей человека на конститутивные свойства языка и влияние на язык различных картин мира – религиозно-мифологической, философской, научной, художественной.

Язык непосредственно участвует в двух процессах, связанных с картиной мира. Во-первых, в его недрах формируется языковая картина мира, один из наиболее глубинных слоёв картины мира у человека. Во-вторых, сам язык выражает и эксплицирует другие картины мира человека, которые через посредство специальной лексики входят в язык, привнося в него черты человека, его культуры. При помощи языка опытное знание,

полученное отдельными индивидами, превращается в коллективное достояние, коллективный опыт. Каждая из картин мира, которая в качестве отображаемого фрагмента мира представляет язык как особый феномен, задаёт своё видение языка и по-своему определяет принцип действия языка. Изучение и сопоставление различных видений языка через призмы разных картин мира может предложить лингвистике новые пути для проникновения в природу языка и его познание.

Языковая картина мира – это отражённый средствами языка образ сознания реальности, модель интегрального знания о концептуальной системе представлений, репрезентируемых языком. Языковую картину мира принято отграничивать от концептуальной, или когнитивной модели мира, которая является основой языкового воплощения, словесной концептуализации совокупности знаний человека о мире. Языковую, или наивную картину мира так же принято интерпретировать как отражение обиходных, обывательских представлений о мире. Идея наивной модели мира состоит в следующем: в каждом естественном языке отражается определённый способ восприятия мира, навязываемый в качестве обязательного всем носителям языка. Ю. Апресян языковую картину мира называет наивной в том смысле, что научные определения и языковые толкования не всегда совпадают по объёму и даже содержанию [2; 357]. Концептуальная картина мира или «модель» мира, в отличие от языковой, постоянно меняется, отражая результаты познавательной и социальной деятельности, но отдельные фрагменты языковой картины мира ещё долго сохраняют пережиточные, реликтовые представления людей о мироздании.

Как уже было отмечено выше, восприятие окружающего мира отчасти зависит от культурно-национальных особенностей носителей конкретного языка. Поэтому с точки зрения этнологии, лингвокультурологии и других смежных областей наиболее интересным является установление причин расхождений в языковых картинах мира, а эти расхождения действительно существуют. Решение такого вопроса – это выход за пределы лингвистики и

углубление в тайны познания мира другими народами. Существует огромное множество причин таких расхождений, но только несколько из них представляются видимыми, а поэтому – основными. Можно выделить три главнейших фактора или причины языковых различий: природа, культура, познание. Рассмотрим эти факторы.

Первый фактор – природа. Природа – это, прежде всего внешние условия жизни людей, которые по-разному отражены в языках. Человек даёт названия тем животным, местностям, растениям, которые ему известны, тому состоянию природы, которое он ощущает. Природные условия диктуют языковому сознанию человека особенности восприятия, даже таких явлений, каким является восприятие цвета. Обозначение разновидностей цвета часто мотивируется семантическими признаками зрительного восприятия предметов окружающей природы. С тем или иным цветом ассоциируется конкретный природный объект. В разных языковых культурах закреплены собственные ассоциации, связанные с цветовыми обозначениями, которые и совпадают в чём-то, но и в чём-то отличаются друг от друга [2; 351].

Второй фактор – культура. «Культура – это то, что человек не получил от мира природы, а привнёс, сделал, создал сам» [38; 51]. Результаты материальной и духовной деятельности, социально-исторические, эстетические, моральные и другие нормы и ценности, которые отличают разные поколения и социальные общности, воплощаются в различных концептуальных и языковых представлениях о мире. Любая особенность культурной сферы фиксируется в языке. Также языковые различия могут обуславливаться национальными обрядами, обычаями, ритуалами, фольклорно-мифологическими представлениями, символикой. Культурные модели, концептуализированные в определённых наименованиях, распространяются по миру и становятся известны даже тем, кто не знаком с культурой того или иного народа. Этой проблеме в последнее время посвящается очень много специальных работ и исследований.

Что касается третьего фактора – познания, то следует сказать, что рациональные, чувственные и духовные способы мировосприятия отличают каждого человека. Способы осознания мира не идентичны для разных людей и разных народов. Об этом говорят различия результатов познавательной деятельности, которые находят своё выражение в специфике языковых представлений и особенностях языкового сознания разных народов.

Гносеологические, культурологические и другие особенности языковой концептуализации тесно связаны между собой, а их размежевание всегда является условным и приблизительным. Это относится как к отличиям способов номинации, так и к специфике языкового членения мира [58].

Следует учесть, что восприятие той или иной ситуации, того или иного объекта находится в прямой зависимости также и от субъекта восприятия, от его фоновых знаний, опыта, ожиданий, от того, где располагается он сам что непосредственно находится в поле его зрения. Это, в свою очередь, даёт возможность описывать одну и ту же ситуацию с разных точек зрения, перспектив, что, несомненно, расширяет представления о ней. Каким бы субъективным не был процесс «конструирования мира», он, тем не менее, самым непосредственным образом предполагает учёт самых различных объективных аспектов ситуации, реального положения дел в мире; следствием же этого процесса является создание «субъективного образа объективного мира».

При оценке картины мира следует понимать, что она не отображение мира и не окно в мир, а она является интерпретацией человеком окружающего мира, способом его миропонимания. «Язык – отнюдь не простое зеркало мира, а потому фиксирует не только воспринятое, но и осмысленное, осознанное, интерпретированное человеком» [33]. Это означает, что мир для человека это не только то, что он воспринял посредством своих органов чувств. Напротив, более или менее значительную часть этого мира составляют субъективные результаты осуществлённой человеком интерпретации воспринятого. Поэтому говорить, что язык есть

«зеркало мира», правомерно, однако это зеркало не идеально: оно представляет мир не непосредственно, а в субъективном познавательном преломлении сообщества людей.

Как видим, существует много интерпретаций понятия «языковая картина мира». Это обусловлено существующими расхождениями в картинах мира разных языков, так как восприятие окружающего мира зависит от культурно-национальных особенностей носителей конкретного языка. Каждая из картин мира задаёт своё видение языка, поэтому очень важно различать понятия «научной (концептуальной) картины мира» и «языковой (наивной) картины мира».

## **1.2 Ассоциативный подход к изучению картины мира**

Как отмечает Г. Платонов, понятие картины мира в научных исследованиях появилось ещё в начале XVIII в., но вплоть до середины XIX в. оно употреблялось в основном эпизодически. Лишь в конце XIX – начале XX вв. о картине мира более или менее определенно стали говорить физики, когда им потребовалось осмыслить накопленные, разрозненные факты о действительности [28; 17]. В 1950-е гг. термин «картина мира» использовал Р. Редфилд, указав, что это – система представлений о мире в целом, о месте человека в нем и о вытекающих отсюда взаимоотношениях человека с действительностью [17; 70].

Образ мира как целого соотносится с мировоззрением – концептуальной системой взглядов человека на мир, на себя и на своё место в обществе. Его изначальная задача – выявление смысла бытия в мире. Достигается такая духовная позиция благодаря жизненному опыту человечества, аккумулированному в культуре. При этом исходными мировоззренческими понятиями являются «мир» или «человек». Вопрос об их взаимодействии – основной мировоззренческий вопрос.



Исследования последних лет позволяют говорить о картине мира как о категории науки, представляющей собой сумму наглядных знаний о мире, «совокупности предметного содержания», которой, по К. Ясперсу, обладает человек [55; 199]. Она является некоторой теоретической моделью исследуемой реальности.

В современной науке осмысление картины мира происходит в русле системного полидисциплинарного анализа коллективного сознания. Научная картина являет собой синтезированный образ действительности, субстантивированный интеграцией различных отраслей современного научного знания.

Картина мира, отображенная в сознании индивида, есть вторичное существование объективного мира, закрепленное и реализованное в своеобразной материальной форме. Этой материальной формой является язык, который и выполняет функцию объективации индивидуального человеческого сознания. Несмотря на то, что образы мира в каждом отдельном случае личностны и индивидуальны (как индивидуально и само мышление), можно говорить о системе инвариантных образов мира – абстрактных моделей, описывающих общие черты в видении мира отдельными людьми. Таким образом, язык выполняет функцию реализации и индивидуального, и общественного сознания, выражает характер мышления как каждого взятого индивида, так и определенной группы, а также и целой лингвокультурной общности, представляя тем самым определенные модели мира, формируемые сознанием субъектов в процессе познавательной деятельности [42].

В работе «Язык и общество» Н. Мечковская справедливо замечает: «Внешние условия жизни, материальная действительность определяет сознание людей и их поведение, что находит отражение в грамматических формах и лексике языка» [40]. Таким образом, картина мира, т.е. знание о мире, – это атрибут мыслительной деятельности, а формой существования этой картины мира в сознании человека является абстрактная система

понятий и их отношений. Поэтому верным оказывается то, что «взгляд на язык есть взгляд на мир. Опыт языка есть взгляд на мир; поскольку человек имеет мир только в своем сознании, постольку его опыт откладывается только в его языке. Поэтому воспринимать мир нельзя непосредственно. Только взгляд на язык есть взгляд на мир» [65].

В формировании картины мира язык выступает формой выражения понятийного содержания, добытого человеком в процессе своей деятельности, и фиксирует концептуальный мир человека, имеющий своим первоначальным источником реальный мир и деятельность в этом мире. Однако «через вербальные образы и языковые модели происходит дополнительное видение мира; эти модели выступают как побочный источник познания, осмысления реальности и дополняют нашу общую картину знания, корректируют её» [8].

Индивидуально формируемая понятийная сфера субъекта не только является мыслительным отражением всей совокупности качеств, свойств и их взаимосвязей в материальном мире, но также в большей мере определяет поведенческие реакции субъекта на те или иные явления предметного мира. Исходя из этого, понятие «значение» является одним из основных в лингвистической и психологической науках.

Как подчеркивается в теории А. Леонтьева [35], природа значения двойственна. С одной стороны, значение выступает как единица общественного сознания, а с другой – как образующая индивидуального сознания. Но общественное сознание, как и индивидуальное, гетерогенно, и наряду с научным знанием в нем содержатся житейские представления, социальные стереотипы, характеризующиеся той или иной степенью истинности, и даже суеверия и предрассудки. Последние также передаются из поколения в поколение и отражают определенные исторические национально-культурные формы общественного сознания [6].

В системе представлений каждого индивида есть специфические, присущие только ему составляющие, обусловленные его индивидуальным опытом. Например, образы «хорошего родителя», «идеального учителя» формируются через непосредственное подражание. Усвоение опыта родительской семьи, через прочитанные книги, каналы коммуникации (кино, СМИ) и обуславливают формирование нравственных эталонов, «идеальных мерок», с которыми индивид подходит к оценке себя или других, и, в конечном счете, обуславливают организацию всей его жизни, определяют его личность. Понятие чести, долга, и другие этические категории также имеют свою когнитивную представленность. И, наконец, самосознание индивида, осознание им жизненных целей и мотивов, характера его отношений с другими людьми, очевидно, также вводит в тот интегральный уровень регуляции индивида, который называют личностью. Выделение таких категориальных структур, опосредующих восприятие и осознание субъектом различных содержательных сфер деятельности, – структур «обыденного» сознания – необходимая задача, т.к. воспитание, обучение или перевоспитание направлены не на абстрактную человеческую особь, а на реальных людей, обладающих индивидуальным опытом, своим «виденьем» мира.

Реконструкция «видения» мира глазами другого реализуется в нашем исследовании в восстановлении фрагмента системы значений, которой, с одной стороны, оперируют носители языка в процессе своей жизнедеятельности и которая, с другой стороны, является фрагментом отраженной реальной действительности на современном этапе развития общества. При этом мы используем ассоциативный подход, который даст нам более объективно оценить ответы исследуемых.

### **1.3 Неологизмы в динамике языковой картины мира**

«Каждое производное, появившееся в речи, даже образованное по высокорегулярной модели, – событие в жизни языка», – справедливо считает Н. Котелова [44].

Язык, как и всякое социальное явление, находится в постоянном развитии. Это, несомненно, связано с развитием самого общества, с многочисленными научно-техническими открытиями, и, по мнению исследователей, влечет за собой необходимость номинации новых предметов и явлений. «Огромный приток новых слов и необходимость их описания, – отмечает Н. Лавров, – явились причиной создания еще на рубеже XIX – XX вв. особой отрасли лексикологии – неологии» [29].

Трансформации в общественно-политической жизни неизбежны и являются непрерывным историческим процессом для любой страны. На протяжении всего XX в. словарный состав русского языка активно пополнялся неологизмами. Так, например, в Толковом словаре русского языка под редакцией Д. Ушакова за 1935–1940 гг. в качестве неологизмов отмечаются слова «стахановец», «комсомолец», «колхоз», а слова «смычка» и «ударник» охарактеризованы как «старые слова в совершенно новом значении» [51].

Существуют различные варианты дефиниции термина предмета изучения неологии – неологизмов. Современный толковый словарь русского языка под редакцией Т. Ефремовой определяет неологизм следующим образом: «Новое слово, выражение или новое значение у уже существующего слова, вновь появившееся в языке на определенном этапе его развития (в лингвистике)» [23]. В энциклопедии «Кругосвет» приводится следующее определение данного понятия: «Неологизм – слово, значение слова или словосочетание, недавно появившееся в языке» [18].

Примерами неологизмов для русского языка конца XX – начала XXI века служат:

1) а) слова, появившиеся в языке для обозначения новых вещей и понятий иноязычного происхождения – имиджмейкер, саммит, Интернет;

- б) слова, образованные из русских морфем – бело домовцы, наличка, разгосударствление (собственно лексические неологизмы);
- 2) словосочетания типа: горячая линия, теневая экономика (сочетаемые неологизмы);
- 3) старые слова, недавно приобретшие новые значения: взломщик (тот, кто взламывает компьютерные программы), зеленые (доллары США) (семантические неологизмы)».

Все три типа неологизмов объединяются общим названием «языковые». По форме слова, согласно классификации Т. Пристайко, выделяют следующие виды неологизмов: неолексемы, неосесемы и неофраземы, или же лексические, семантические, фразеологические.

Необходимо обозначить существование и таких новообразований, как детские неологизмы. Примером таких новаций могут служить слова, выделенные К. Чуковским в книге «От двух до пяти»: кусарик (о сухарике), вертилятор (о вентиляторе), творушка (о ватрушке), улицонер (о милиционере), а также:

- Почему ручей? Надо бы журчей. Ведь он не ручит, а журчит.
- Почему ты говоришь: ногти! Ногти у нас на ногах. А которые на руках – это рукти.
- Почему разливательная ложка? Надо бы наливательная [57].

Говоря об использовании языковых неологизмов в тексте, следует отметить, что собственно лексические неологизмы встречаются в публицистических текстах чаще, чем сочетаемые и семантические. А наименее частотными являются индивидуально-авторские. Отличие индивидуально-авторских неологизмов от языковых состоит в том, что они «будучи созданы одним лицом – поэтом, писателем, общественным деятелем, публицистом, – остаются принадлежностью индивидуального стиля и их новизна, необычность не стирается со временем. Таковы многие из неологизмов, созданных В. Маяковским». В данном случае эти неологизмы способствуют усилению образности и предстают как

образования, не связанные с принятым употреблением. «Более того, – отмечает исследователь А. Астафьев, – они противопоставлены по значению узואальным словам (ср. декабрь и декабрьский)» [3].

Бесспорно, неологизмы являются фактом речи и составляют определенный пласт в лексике русского языка. По меткому выражению Е. Б. Кургановой, «чем богаче язык, тем больше он нуждается в новых словах, которые заполнили бы его растущую емкость». Это высказывание стало особенно актуальным для конца XX – начала XXI века. Именно для этого периода характерно небывалое развитие техники и электроники, беспрецедентные достижения науки. Емкость русского языка растет, ее заполняют новые лексические единицы, в том числе и англицизмы. Во многих странах английский язык является языком международного общения. Е. А. Назарова характеризует современную реальность «этапом проникновения англоязычных слов в русский язык», на котором происходит образование от заимствованных основ новых лексем по моделям языка-реципиента [43; 3]. Такое заимствование ученый называет одной из характерных тенденций функционирования современного русского литературного языка. Это положение можно проиллюстрировать примером из ежедневной деловой газеты: «Бизнесу не нравятся «полицейеры» [4]. В данном случае новация «полицейеры» образована по продуктивной модели от слова «милиционеры».

Язык представляет собой саморазвивающуюся систему, действие которой регулируется определёнными закономерностями. В частности, наш язык умеет самоочищаться, избавляться от ненужного, в том числе и от иноязычных слов. Сейчас нам уже не известны такие заимствованные слова, как проприетер (собственник), суспиция (подозрение), аманта (возлюбленная) и др., которые употреблялись в книжном русском языке XIX в. Вряд ли издавались законы или указы, предписывающие изгнать эти слова из русского языка, – они устарели сами собой и исчезли, как нечто лишнее. А вот слова эгоизм, цитата, компрометировать остались в нашем языке,

несмотря на то, что их употребление призывалось в своё время запретить, так как предлагалось использовать русские слова ячество вместо эгоизм; ссылка, выдержка вместо цитата; выставлять в неблагоприятном виде вместо компрометировать [31].

Конечно, ряд иноязычных слов, появившихся в русском языке на рубеже XX – XXI веков, исчезнут из русского языка, а у некоторых слов есть все шансы укрепиться в нашем языке. К ним относятся в первую очередь интернациональные слова, т. е. слова, которые известны и понятны говорящим на многих современных языках, например: бартер, брокер, инвестиция и др. Принадлежность слова к общему, международному лексическому фонду часто облегчает его укоренение и в каждом конкретном национальном языке (в данном случае – в русском). Во – вторых, в современном русском языке «действует тенденция к замене однословных наименований (т. е. наименований, состоящих более чем из одного слова) однословными: меткий стрелок – снайпер, негораемый шкаф – сейф, товарный обмен без участия денег – бартер» [32]. Так как однословные обозначения удобнее в употреблении, чем сочетания слов, обозначающие то же самое, но более длинно, громоздко, у иноязычных неологизмов есть все шансы быть освоенными современным русским языком, главным образом книжной его разновидностью, и широко употребляться в официально-деловом и публицистическом стилях литературной речи. А русская обиходная речь, по мнению Л. Крысина, «вообще не испытывает сколько-нибудь заметного наплыва иностранных слов» [31].

Некоторые из заимствований употребляются не только в прямых своих значениях, но и переносно, метафорически: телевизионный марафон, реанимация российской экономики, политический бомонд и т. д. Это явление характерно в основном для языка средств массовой информации: использование данных слов как изобразительно-выразительное средство в текстах публицистического характера.

В отношении к иноязычным словам можно наблюдать социальные различия: люди старшего поколения менее терпимы к «чужим» словам, чем молодёжь; с повышением уровня образования освоение заимствований происходит легче; представители технических профессий меньше обращают своё внимание на то, какое слово они видят в тексте или слышат – русское или иноязычное, чем представители профессий гуманитарных [31].

В самих заимствованных словах, безусловно, нет ничего плохого. Без них невозможно представить речь современного человека. Многие иноязычные слова уже отмечены в новом «Толковом словаре русского языка» С. Ожегова, Н. Шведовой [50]. Это свидетельствует о том, что данные слова стали общеупотребительными. Но неумеренное и неуместное употребление иноязычных слов недопустимо, так как это оборачивается засорением родного языка. С этим мириться нельзя. Но одними запретами здесь ничего сделать нельзя. Нужна планомерная и кропотливая научно-просветительная работа, целью которой является воспитание хорошего языкового вкуса. А «хороший языковой вкус – главное условие правильного и уместного использования языковых средств, как «чужих, заимствованных, так и «своих», исконных» [31]. Умение правильно использовать иноязычные слова свидетельствует об уважении говорящего и пишущего к своему языку и о его самоуважении.

В своей работе мы используем рабочее определение неологизма как слова, появляющегося в «языке в результате возникновения новых понятий и реалий и принадлежащего пассивному запасу слов в силу своей новизны, ограниченного употребления и неосвоенности большей частью социума» [7].

Параллельно с термином неологизм в данном исследовании мы также используем термины новообразование и новое слово, считая их условно синонимичными, несмотря на то, что первое чаще всего используется в словообразовании по отношению к вновь созданным словам, а второе, как лингвистическое понятие, является более широким по смыслу, чем неологизм.



В представленной работе неологизмы исследуются не как пассивное явление языка, а как явление, неразрывно связанное с актом коммуникации, а, следовательно, одновременно с обозначением новой реалии передающее какую-либо важную информацию.

Большая часть более молодого населения активно вводит в свой словарный запас неологизмы, связанные с их деятельностью и предметами обихода. При этом более старшее поколение в большинстве своем не знакомо с новой лексикой молодежи, причем нужно сделать поправку на то, что большинство респондентов зрелой возрастной группы, так или иначе работает с молодежью, что, в свою очередь, увеличивает процент знающих семантику слов «гаджет», «флешмоб», «копипаст» людей в возрасте от 25 до 45 лет.

В результате можно сделать вывод, что люди разных возрастных групп с одними и теми же заданиями справляются по-разному. Это является следствием разного образования, уровня начитанности, воспитания, семейных традиций, разницы в общем развитии и еще множества других факторов.

Словарный состав – наиболее проницаемая, изменчивая и подвижная сторона языка, которая непосредственно реагирует на то, что происходит в мире реалий, в ней отражаются наши представления о различных явлениях внеязыковой деятельности. Характерной особенностью словаря является его способность бесконечно разрастаться за счет новых слов и новых значений, которые образуются различными путями.

Создание неологизмов – свидетельство жизни языка, его стремление выразить все богатство человеческих знаний, прогресс цивилизации. Проблема научного изучения неологизмов, их типов, функциональных характеристик, семантических особенностей всегда будет привлекать внимание ученых-лингвистов, так как именно новообразования объективно отражают те общественные, социальные, политические, культурные, научные и др. изменения в жизни человека, которые свойственны какому-

либо определенному короткому временному периоду и служат показателем развития и динамики не только общества, но и словарного состава языка в этот период. То есть, неологизмы – один из самых очевидных показателей, по особенностям функционирования которого можно судить о жизнеспособности и основных тенденциях развития современного русского языка.

Активное пополнение языка новыми словами вызывает проблему их правильного понимания и употребления. Трудности, связанные с использованием в речи неологизмов, вызываются нередко расплывчатостью семантики в новых словах, трансформацией их значений в зависимости от времени и общественно-политической ситуации в стране, изменением сферы их употребления.

Молодые люди довольно часто употребляют неологизмы, так как способны принимать нововведения вообще и чаще интересуются значением новых слов. С появлением Интернета у людей появилась возможность отслеживать появление новых слов, а так как молодые люди являются самыми активными пользователями всемирной паутины и вообще следят за научно-техническом прогрессом, им проще справиться с заданиями такого рода. Старшее поколение понимает, что неоправданное употребление неологизмов ведет за собой нарушение чистоты речи, лексической сочетаемости и т. п., и поэтому практически не использует в речи слов, значения которых не понимает. Тем не менее, общий уровень начитанности и образованности выше у представителей зрелого возраста, что дало им возможность ответить на вопросы, непосредственно связанные с лексической терминологией.

Использование неологизмов в речи вызывает большие трудности, так как лексическая, грамматическая, синтаксическая и стилистическая характеристики многих новых слов еще не вполне определились. Обращение к неологизмам всегда должно быть стилистически мотивировано, их следует создавать в соответствии с литературно-языковыми нормами. Неумеренное и

неуместное употребление иноязычных слов недопустимо, так как это оборачивается засорением родного языка. Нужна планомерная и кропотливая научно-просветительная работа, целью которой является воспитание хорошего языкового вкуса. А «хороший языковой вкус – главное условие правильного и уместного использования языковых средств, как «чужих, заимствованных, так и «своих», исконных» [48].

## **Глава 2. Ассоциативные поля и ассоциативные значения неологизмов русского языка**

### **2.1 Свободный ассоциативный эксперимент как метод исследования языковой картины мира**

Ассоциативный эксперимент – это прием, направленный на выявление ассоциаций, сложившихся у индивида в его предшествующем опыте. Обычно различают свободный, направленный и цепной эксперименты. Каждый из ассоциативных экспериментов имеет свои достоинства и недостатки и призван решать определенный круг задач. Так, направленный ассоциативный эксперимент ограничивает свободу процесса ассоциирования и как бы «направляет» ассоциации в нужное русло, например, требуя от испытуемого дать слово, противоположное по значению, синонимы или же те или иные синтагматические реакции: определения, глаголы, прилагательные и прочее. В цепном ассоциативном эксперименте испытуемому предлагается ответить за ограниченный временной промежуток любым возможным количеством слов. В свободном ассоциативном эксперименте требуется как можно быстрее ответить первым пришедшим в голову словом-реакцией на предъявленное слово-стимул [12].

Авторами ассоциативного эксперимента в практической психологии принято считать американских психологов Х. Кента и А. Розанова. Психолингвистические варианты ассоциативного эксперимента были

разработаны Дж. Дизом и Ч. Осгудом. В отечественной психологии и психолингвистике методика ассоциативного эксперимента была усовершенствована и апробирована в экспериментальных исследованиях А. Лурии и О. Виноградовой. В настоящее время ассоциативный эксперимент является наиболее разработанной техникой психолингвистического анализа семантики речи [11].

Свободный ассоциативный эксперимент является самым простым из всех ассоциативных экспериментов, и в то же время весьма эффективным. Главным условием его проведения является отбор стимулов в зависимости от цели и задач исследования, определение состава информантов (количественного и качественного – пол, возраст, профессия, социальная принадлежность), формы проведения исследования (устной или письменной); важно выработать инструкцию организации эксперимента. Свободный ассоциативный эксперимент нуждается в концентрации внимания, готовности к восприятию стимула [12].

Процедура ассоциативного эксперимента состоит в следующем. Испытуемому предъявляется слово или целый набор слов и говорится, что им необходимо ответить первыми приходящими в голову словами. Обычно каждому испытуемому дается 100 слов и 7-10 минут на ответы. Французский лингвист Ш. Балли установил такую закономерность: чем лучше реципиент знает смысл слова, тем интенсивнее семантические ассоциации оттесняют ассоциации, что возникают по его звуковой форме.

Преимущество свободного ассоциативного эксперимента состоит в относительной легкости получения массового экспериментального материала, который позже подлежит многоаспектной обработке за многими параметрами. Правда, для анализа экспериментального материала в массовой работе в основном используют универсальные параметры и схемы упорядочивания, что не выходит за рамки трех стандартных типов ассоциаций: парадигматических, синтагматических, тематических. Описание

такой методики и её результаты поданы, например, в «Словаре ассоциативных норм русского языка» [36].

Считают, что на ассоциации в ходе свободного ассоциативного исследования влияют такие факторы:

- лингвистический (определенные характеристики слова-стимула);
- прагматичный (влияние личности исследуемого).

К этим же факторам можно добавить условия проведения эксперимента [36].

В исследованиях вербальных ассоциаций сформировано два направления: лексикоцентрический и текстоцентрический. Согласно первому основное внимание обращают на ядро ассоциативного поля, слово рассматривают как основную единицу лексикона. Представители второго направления говорят об отказе от рассмотрения слова как основной единицы лексикона и считают стратегию построения текста вербальных ассоциаций разновидностью стратегии построения всего текста.

Свободный ассоциативный эксперимент является одним из старейших и популярнейших методов экспериментальной психологии и психодиагностики. Первым, кто провел данный эксперимент на практике в конце 70 годов прошлого столетия, был английский психолог Френсис Гальтон. Он работал над двумя проблемами в области исследования ассоциаций: изучением многообразия ассоциативных идей и определением времени, требуемого для возникновения ассоциаций (времени реакции). Одним из его методов изучения многообразия ассоциаций заключался в том, что испытуемый должен был пройти 450 ярдов по Пелл Мелл в Лондоне, в районе между Трафальгарской площадью и Сент-Джеймским дворцом, обращая свое внимание на различные предметы до тех пор, пока они ассоциативно не подскажут ему одну или две идеи. В первый раз, когда Ф. Гальтон сам попытался испробовать на себе этот метод, он был поражен количеством ассоциаций, которые вызвали в нём те 300 объектов, которые он успел увидеть. При этом он обнаружил, что многие из ассоциаций были

воспоминаниями о прошлых переживаниях, включая и давно уже забытые. Повторяя этот эксперимент несколькими днями позже, он выяснил, что многие из ассоциаций, возникших во время первой прогулки, появились вновь. Этот результат сразу охладил его интерес к этой проблеме, и он занялся экспериментами по измерению времени реакции, которые оказались гораздо более успешными.

Для проведения этих опытов Гальтон подготовил список из 75 слов, каждое из которых было написано на отдельном листе бумаги. Неделю спустя он стал рассматривать их по одному и с помощью хронометра фиксировать время возникновения двух ассоциаций, вызванных каждым словом. Многие ассоциации состояли из одного слова, но некоторые представляли собой образы или мысленные картины, требующие многословного описания. Следующая задача состояла в определении природы этих ассоциаций. Ф. Гальтон установил, что приблизительно 40% от их общего числа уходят своими корнями к временам детства и отрочества. Этот факт стал одной из первых научных иллюстраций влияния детских переживаний на личность взрослого испытуемого.

Все ассоциации, полученные Ф. Гальтоном, им самим были разделены на три группы:

1. Слова, вызывающие сенсорные представления (например, монастырь, пропасть);
2. Слова, выражающие эмоции и эмоциональные переживания (приниженность, отвращение);
3. Абстрактные слова или чисто вербальные ответы (вечером, способность, ненормальный).

Метод, разработанный Ф. Гальтоном для изучения ассоциаций, имел даже большие последствия для науки, чем полученные им результаты. Фактически ассоциативный эксперимент Ф. Гальтона стал первым научным опытом в области изучения ассоциаций [59; 160].

В начале XX века метод свободных ассоциаций стал применяться и в практике психоанализа, считаясь средством для проникновения в бессознательные слои психики человека. Диагностика с помощью ассоциативного метода во многом схожа с техникой гипноза. При этом сознание пациента не «отключается» насильственно. От сознания просто «требуется молчание», а более глубоким уровням психики предлагается «говорить». Как правило, при таком подходе «чистых» свободных ассоциаций получить не удастся. Сознание практически неизбежно отвергает установку на такую пассивную терпимость и при помощи каких-либо защитных механизмов вмешивается в поток ассоциаций.

Знаменитый психоаналитик К. Юнг использовал метод свободных ассоциаций для установления мотивации личности. Эта идея пришла ему в голову после того, как один из его коллег рассказал ему об ассоциативных экспериментах В. Вундта. У К. Юнга этот тест происходил следующим образом: ученый зачитывал пациенту ряд слов, одно за другим. Пациент должен в ответ на каждое слово, сказать первое, что ему придет в голову. При этом фиксировалось время реакций, изменение частоты дыхания, электропроводность кожи и все другие параметры, которые могли бы свидетельствовать об эмоциональной реакции пациента. Если реакция на то или иное слово требовала слишком много времени, то это приводило к изменению ритма дыхания или сопротивлению кожи, из чего К. Юнг делал вывод, что существовали определенные подсознательные эмоциональные проблемы, связанные со стимульным словом или с возможной реакцией. К. Юнг использовал этот тест в качестве детектора лжи и даже успешно изобличил таким образом двух обвиняемых в воровстве преступников [64].

Важную роль в истории развития метода свободных ассоциаций сыграло исследование лингвиста А. Тумба и психолога К. Марбе, продемонстрировавшее, что вербальная ассоциация есть не только психологическое, но и лингвистическое явление. Они полагали, что вербальные ассоциации являются связями не только между представлениями

языка, но и между представлениями элементов языка. По их мнению, «проблема образования языковых аналогий» самым тесным образом связана с ассоциативными процессами [70]. В задачу их ассоциативного эксперимента входило установить, наблюдаются ли совпадения между стимулами и ответами по содержанию и по грамматическим категориям. В эксперименте приняло участие 8 человек. Каждому из испытуемых был предъявлен список из 60 стимулов. Он включал 10 существительных, обозначающих лиц семьи, и 10 прилагательных, 10 местоимений, 10 наречий времени и 10 наречий пространства, а также 10 числительных. Данные эксперимента показали, что в большинстве случаев испытуемые реагировали на стимул той же частью речи, к которой принадлежал и стимул: на существительное – существительным, на прилагательное – прилагательным и т.д. В эксперименте подсчитывалась и частотность реакций. А. Тумб и К. Марбе установили функциональную зависимость между частотой ответов и продолжительностью латентного периода: чем чаще встречался ответ, тем короче было время ассоциации, т.е. время ассоциации стало функцией частоты ответа. Затем это положение вошло в лингвистическую парадигму как закон Марбе. Таким образом, исследование А. Тумба и К. Марбе показало, что существуют индивидуальные различия между испытуемыми во времени реакций и в грамматическом совпадении категории стимула и реакции, а также в общности ответов.

Целью ассоциативных экспериментов, во-первых, было выяснение общих закономерностей ассоциативного процесса и ставилась задача найти оптимальную процедуру для его проведения. Во-вторых, экспериментаторы хотели выяснить, по каким параметрам реакции испытуемых будут отличаться друг от друга, для чего применялись разнообразные классификации реакций. Классификации реакций в основном связывались с психофизиологическими особенностями личности (конформностью (А. Тумб и К. Марбе), существованием трех типов психики (Г. Мюнстерберг). Следует заметить, что уже в то время классификация реакций стала одним из самых



слабых сторон свободного ассоциативного эксперимента, сильно снижая валидность его результатов. При разработке классификационных принципов отсутствовали четкие критерии отнесения реакций к определенному виду. Наблюдалось смешение логических, лингвистических и психологических классификационных оснований [24].

Одним из контрольных параметров в этих экспериментах являлось время реакции. Было установлено, что оно зависит как от индивида, так и от грамматического класса самого стимульного слова, а также его «личностной эмоциональной окраски (аффективной значимости)» (эксперименты К. Юнга и А. Лурии). Удлиненные реакции считались показателем эмоционального конфликта, связанного со стимулом. Также на удлинение времени реакции влияло и необычное психофизиологическое состояние испытуемого, например, усталость (Г. Ашшафенбург). Важное значение имело и обнаружение временной связи между частотой ответа и временем реакции (закон Марбе).

В это время была поставлена проблема связи между ассоциативным поведением испытуемых и его как индивидуальными психофизиологическими характеристиками (возраст, необычное психофизиологическое состояние (душевная болезнь, усталость)), так и принадлежностью к определенной социальной группе (влияние языка, национальности, эпохи и среды). Выяснилось, что на ассоциации могут влиять как условия эксперимента (его участники и условия проведения), так и слова-стимулы, вызывающие определенные «грамматические реакции» (эксперимент А. Тумба и К. Марбе).

По приведенному обзору работ становится понятным, что уже в конце XIX – начале XX века были сформированы основы для развития ассоциативного эксперимента как методики исследования языковой картины мира. Была заложена собственно процедура проведения свободного ассоциативного эксперимента, разработан аппарат анализа (определенные классификации реакций для изучения индивидуальных различий) и

установлен ряд факторов (половозрастной, состояние эмоционального напряжения и прочее), которые могут влиять на протекание ассоциативного процесса. Однако одним из основных недостатков в этот период стало то, что при интерпретации результатов эксперимента идеи классического ассоционизма механистически переносились на трактовку явления ассоциативной связи, которая обуславливалась исключительно перенесением по смежности прошедшего опыта реагирующего.

А. Залевская, рассматривая историю применения ассоциативного метода в психолингвистике, выделяет 4 периода его развития:

- Первый период датируется 1879 – 1910 г.г., начиная с опытов Ф. Гальтона 1879 и до возникновения Кент-Розановского списка первых ассоциативных норм 1910 году [25].
- Второй период оканчивается приблизительно 1954 годом, когда вышли Миннесотские ассоциативные нормы. Этот период характеризуется сильным влиянием, с одной стороны, идей бихевиористской психологии, сводившей связь внутри ассоциативной пары к чисто механической связи между стимулом и реакцией, а с другой – четкой прагматической направленностью. В сферу действия свободного ассоциативного эксперимента попали задачи патопсихологии, психиатрии, криминалистики, связанные с изучением интеллекта, состояния эмоционального напряжения и прочее [10].
- Третий период ассоциативных исследований связан с возникновением психолингвистики и перемещением фокуса исследований на проблемы, связанные с речевой деятельностью человека и формированием его языковой способности.

Таким образом, свободный ассоциативный эксперимент имеет большое значение в разных отраслях науки, но больше всего он используется в смежных с языком направлениях – психолингвистике, этнолингвистике, семиотике и социопсихолингвистике.

## 2.2 Организация и методика проведения свободного ассоциативного эксперимента для изучения неологизмов русского языка

Методика проведения ассоциативного эксперимента, возможно, наиболее ярко иллюстрирует традиционную схему психолингвистического эксперимента:  $S \rightarrow \blacksquare \rightarrow R$ , где S – стимул, R – реакция испытуемого, а между ними связь через «черный ящик», который символизирует непостижимость исследуемого человека, активного участника речемыслительной деятельности. Недаром при описании этого эксперимента становятся частотны и обязательны сами термины «стимул» и «реакция» [60].

«Слово-стимул при ассоциативном эксперименте выступает как импульс, «запускающий» процесс активации в сети и приводящий в предречевую готовность значительный ее участок, в результате чего испытуемый вербализует один из находящихся в предречевой готовности узлов» [1]. При предъявлении слова-стимула испытуемый, как мы можем полагать, попадает в ситуацию, аналогичную той, в которой находится слушающий (читающий) при восприятии первого слова какого-то нового высказывания, никак не связанного с предыдущим (левым) контекстом и не обусловленного коммуникативной ситуацией. Впрочем, в обоих случаях нельзя избежать некоторой степени предсказуемости, обуславливающейся левым контекстом и коммуникативной ситуацией, можно лишь попытаться ее свести к минимуму или контролировать.

Этап идентификации воспринимаемого слова является обязательным во всех случаях, он предваряет дальнейшие действия человека. В ассоциативном эксперименте данный этап как бы вычленен, а реакции, полученные от испытуемых, позволяют судить о том, какие признаки слов-стимулов оказались для них наиболее актуальными и вызвали активацию соответствующих связей в лексиконе.

Не вызывает сомнений, что разные типы реакций возникают в результате разных стратегий ассоциирования. Выбор той или иной стратегии

происходит спонтанно, неосознанно. Самоконтроль и саморедактирование возможны лишь на более поздних этапах, когда отсеиваются нежелательные реакции.

Таким образом, можно считать доказанным то, что вербальные ассоциации менее всего зависят от контекста и в то же время существенно связаны со значением; что совокупность множества ассоциативных реакций, полученная в массовом эксперименте, отражает и множество возможных стратегий вербального ассоциирования; объединенные по разным основаниям в группы и подгруппы, ответы-ассоциации могут дать представление о существующих типах, а также этапах и ступенях самого процесса ассоциирования; что ассоциативный эксперимент является одной из наиболее разработанных и эффективных методик для анализа единиц ментального лексикона и принципов его организации.

Самой важной характеристикой любой ассоциативной связи является ее вероятностный характер. Как правило, на каждое слово-стимул экспериментатор строит распределение соответствующих реакций. Упорядоченный по частотности набор реакций на слово-стимул принято называть ассоциативным полем или распределением реакций. Количественная характеристика ассоциации отражает предсказуемость возникновения данной реакции на заданный стимул (силу связи со стимулом) в заданных экспериментальных коммуникативных условиях. Оценка вероятности реакции представляет определенную сложность. С одной стороны, можно оценивать сравнительную вероятность разных реакций на данный стимул. На основании такой оценки может определяться вес (или сила) отдельной реакции. С другой стороны, можно оценивать степень предсказуемости всего распределения реакций на данный стимул. Оценка такого типа позволяет сравнивать ассоциативные поля целиком. Ассоциативные нормы определяют некий стандарт, в котором отражены актуальные для сознания носителей языка особенности исходного слова-стимула. Наиболее часто повторяющиеся реакции находятся в центре

ассоциативного поля, называются ассоциативным ядром, а менее частотные – периферией. В ассоциативном поле все реакции связаны со стимулом, но не обязательно связаны непосредственно между собой [12].

Ассоциативные нормы фиксируются в соответствующих словарях, для русского языка это, прежде всего, Русский ассоциативный словарь (РАС) Словарь ассоциативных норм русского языка (САНРЯ), а также пока еще ограниченные по объему словари детских ассоциаций. На основе ассоциативных норм исследуются как семантические, так и иные, например, формальные, характеристики слова-стимула, закономерности стратегий ассоциирования и типы связей единиц лексикона, качественная характеристика которых представлена типологией ассоциативных реакций.

Вербальная ассоциация предполагает следующие операции: восприятие слова-стимула, осмысление его и соотнесение с другой словесной единицей — словом-реакцией. В качестве единицы анализа выступает ассоциативная пара ( $S \rightarrow R$ ), которая представляет собой трехкомпонентную структуру: слово-стимул, слово-реакцию и процедуру перехода от слова-стимула к слову-реакции. «По своему содержанию эта структура ассоциативная, ментальная, а по форме исходного и конечного компонентов – языковая» [19]. На основе всевозможных группировок ассоциативных пар, объединенных по разным основаниям, раскрывается внутренняя структура ассоциативного процесса.

Стратегии ассоциирования характеризуют глубину проникновения индивида в слово, его структуру, связи, соотношение с референтом. Однако процесс ассоциирования включает в себя и операцию выбора слова. Признаки, актуализируемые испытуемыми на разных уровнях восприятия и осмысления, одновременно включаются в процесс поиска другого слова и функционируют как взаимодействующие. В зависимости от установок и решаемых задач они могут активироваться в разных направлениях; иерархия установок определяет иерархию стратегий, и, отсюда, «маршрут» от  $S$  к  $R$ .

Характер ассоциаций во многом определяется:

- индивидуальными особенностями субъекта ассоциирования (носителя языка): объемом его «информационной базы», вербальным и невербальным опытом, особенностями памяти и мышления, уровнем языковой компетенции и т.п.
- коммуникативной ситуацией ассоциирования: экспериментальной или естественной, типа экспериментальной методики (включая инструкцию и набор стимулов), слуховой и/или зрительной модальности и т.д. [60].

В данном исследовании был использован свободный ассоциативный эксперимент с целью изучения и оценки восприятия реальной действительности носителями языка путем анализа выявленных понятийных систем респондентов, наиболее актуальных для испытуемых лексико-семантических вариантов слов, структурных элементов семантики лексем, наиболее акцентируемых компонентов понятий и представлений об объектах реальной действительности, а также субъективных эмоционально-оценочных характеристик, приписываемых данным понятиям и являющихся отражением эмоционального восприятия субъектами окружающей среды и себя в ней.

Эксперимент проходил в два этапа. На первом этапе было отобрано 143 неологизма (в основном слова из области названий одежды, питания, компьютерных технологий) (см. приложение 1). Субъектам предлагалось оценить слова из списка по 5 бальной шкале (1 – впервые слышу; 2 – слышал (а), но не знаю значения; 3 – знаю, но не до конца понимаю значение; 4 – понимаю значение, но активно не использую слово; 5 – понимаю и активно использую слово). Эксперимент позволил отобрать стимулы, которые наиболее понятны. После первого этапа было отобрано 35 слов-стимулов из разных сфер жизни (список стимулов см. в приложении 2).

В качестве респондентов выступили 308 человек, из которых 249 человек являются студентами Житомирского государственного университета имени Ивана Франко, Житомирского национального агроэкологического

университета, Житомирского музыкального училища имени Косенко; 11 человек – работники кафе «+Cava»; 11 человек – госслужащие; 12 человек – программисты; 7 человек – ученики СОШ №33; 7 человек – учителя; 5 человек – частные предприниматели; 3 футболиста ФК «Карпаты Львов»; 2 домохозяйки; 1 пенсионер.

Слова зачитывались с одинаковой протяженностью (15 сек.). В ответ на одно слово-стимул реципиент должен был записать первое слово-реакцию, которое по его мнению связано с названием.

Свободный отбор, который был предоставлен реципиентам, позволяет выявить разнообразие ассоциаций, которые возникли у них в связи со словом-стимулом.

Следует отметить, что в работах подобного плана сходные ассоциации на один и тот же стимул, как правило, обобщаются (например, ассоциации вода, напиток, алкоголь, коктейль на стимул самбука сводятся к слову жидкость, а частотность их суммируется), а единичные ассоциации не учитываются. В нашей работе подобные ассоциации не обобщались, чтоб не потерять значения слова, которое возникло в сознании респондента. Такой подход позволяет четче описать семантические компоненты исследуемых слов, а также глубже проанализировать языковую картину мира и особенности концептуальной картины мира.

В нашей работе использована классификация Д. И. Тереховой [61], которая выделяет такие ассоциации:

#### I. Синтагматические:

1. нейтральные;
2. эмоционально-оценочные;
3. функциональные характеристики;
4. социально-ролевые;
5. ассоциации смежные с профессией или видом деятельности.

## II. Парадигматические:

### 1. категориальные:

- реакции, принадлежащие к семантическому полю стимула и являющиеся его синонимом;
- реакции-свойства, что характеризуют стимул;
- реакции, в которых стимул является показателем или одной из характерных свойств реакции;

### 2. реакции-сравнения.

III. Тематические – реакции, которые образуют или в результате грамматического изменения могут образовывать со стимулом словосочетания, а также те, которые могут быть использованы в рамках тематического ограниченного контекста.

IV. Фонетические – реакции созвучные со стимулом.

V. Словообразовательные – реакции, образованные с общим корнем стимула и реакции, а также сложные слова, одной из основ которой есть слово-стимул.

VI. Грамматические реакции, которые представляют грамматическую форму стимула.

VII. Реминисцентные (цитатные).

VIII. Реакции фразеологического типа.

IX. Персоналии (имена, фамилии героев, исторических личностей, знаменитостей прошлого и настоящего).

Полученные результаты будут проанализированы ниже. Кроме того внесено уточнение к группам ассоциаций, поскольку не все полученные нами реакции соответствуют условиям формирования групп.



## 2.3 Фрагмент русской языковой картины мира: ассоциативные значения, ассоциативные поля некоторых неологизмов

### 1. САМБУКА

Ассоциативное поле организовано 63 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, хотя эпизодически представлены словосочетания номинативного характера, наречие. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 17.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *плохо, не вкусно, бяка*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *горит, пить*.

Парадигматические категориальные реакции: *алкоголь, напиток, огонь, водка, коктейль, микстура, жидкость, праздник, выпивка, вещь, танец, счастье, спирт, бухло, веселье, пьяный, текила, зерна, градус, ликер*.

Фонетические реакции: *бамбук, азбука, разлука, кабука*.

Реакции-персоналии: *Катя, Папка*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *суслик, дерево, десерт, вечеринка, бар, скандал, зелёный, мята, тропики, молинару, друзья, вазон, инструмент, суббота, девушка, танцы, фрукт, растение, порно, пальма, оружие, трубка, балалайка, проститутка, баклажан, вода*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *ночной клуб, музыкальный инструмент, осень студента, зерна кофе, что-то курить*. Несмотря на то, что такие реакции обычно выбраковывают (представители Тверской психолингвистической школы А. А. Залевской), думаем, их стоит оставлять в составе ассоциативного поля, так как словосочетания не являются коммуникативными единицами, они выполняют номинативную

функцию, более того – сужают объём семантики, поэтому позволяют выразительнее представить ассоциативное поле стимулов.

Ассоциативное значение неологизма САМБУКА очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 67), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «алкоголь» – алкоголь, напиток, коктейль, водка, выпивка. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называются связанные со стимулом атрибут «ночной клуб», субъект «Катя» и качественную характеристику «огонь». В ассоциативном значении представлены два варианта, никак не связанные с лексическим – «дерево», а также отсутствие вербальной реакции, свидетельствующее о недостаточной лексической освоенности анализируемого неологизма.

## 2.РЕАЛИТИ

Ассоциативное поле представлено 38 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, хотя иногда представлены словосочетаниями, наречиями, именем прилагательным. Большая часть ассоциаций соответствует типам, выделенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 10.

К синтагматическим относится такая реакция: шоу.

Парадигматические категориальные реакции: *человек, жизнь, люди, ярко, сейчас, модерн, по-настоящему, настоящее.*

К словообразовательным относятся такие реакции: *реальность, реальный, реально.*

Парадигматические сравнительные реакции: *фантастика, соревнования, сон, абстракция, игра, матрица, бардак, страх.*

Фонетическая реакция: *нереальности.*

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *мыло, событие, телевизор, смысл, аргумент, телевидение, бизнес, вид, программа, мульт, нечто*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *что-то реальное, что-то интересное*.

Ассоциативное значение неологизма РЕАЛИТИ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 223), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «действительность» – «модерн», «реальность», «реальный», «реально», «натуральный», «жизнь». Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, которая называет связанные со стимулом атрибут «жизнь», субъекты «люди», «человек». В ассоциативном значении представлен вариант, никак не связанный с лексическим – «мыло».

### 3. АКТИВАЦИЯ

97 разных реакций организуют ассоциативное поле. Ассоциативное поле в основном выражено именами существительными, хотя эпизодически представлены словосочетания номинативного характера, наречие, имя прилагательное. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 27.

К синтагматическим относятся такие реакции: *Windows, карточки, Борна, гормонов, чего-то, услуги*.

Парадигматические категориальные реакции: *включить, начало, действие, код, вирус, запуск, антивирусник, программа, процесс, интернет, открытие, вход, софт, работа, активность, активный, актив, ключ, приложение, активировать, файл, игра, система, винчестер*.

Фонетические реакции: *дегустация, мотивация, модификация, закрывающая, максимализация, деградация, мультивация, архивация, регистрация, интеграция, деактивация, резервация, депортация.*

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *мозг, симка, ускорение, бомба, знания, взрыв, спорт, дверь, строение, действенность, деньги, возрождение, телефон, успех, новое, физкультура, вперед, зомби, уголь, обозначение, завести, движение, депозит, энергия, приспособление, зеленый, удаление, кофе, скорость, деятельность, слово, мероприятие, ресурсы, мысли, ракета, быстро, собака, фильм, память, физика, вконтакте, пульт, есть.*

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *IP адрес, стартовый пакет, стиральная машина.*

Ассоциативное значение неологизма АКТИВАЦИЯ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 27), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «загрузка» – включить, начало, запуск, вход. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называют связанный со стимулом атрибут «компьютер».

#### **4. КЛЮЧ**

Ассоциативное поле организовано 43 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, реже глаголами и словосочетаниями номинативного характера. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Небольшое количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 5.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *желтый, лицензионный, журавлиный, доступа, активации, второй, скрипичный, гаичный, басовый*.

Парадигматические категориальные реакции: *открывать, пароль, вход, key, компьютер*.

Реакции-персоналии: *Буратино*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *замок, загадка, сердце, отмычка, дверь, знание, дом, медведь, сообщение, счастье, ящик, квартира, фотошоп, crack, ручей, мотоцикл, машина, вода, вещь, кличка, ответ, сейф*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *замочная скважина*.

Ассоциативное значение неологизма КЛЮЧ было понято, т.к. большинство подобрало реакции «замок», «дверь», «сердце». Сам же неологизм связан с семой «код»: *пароль, вход, активация*.

## 5. ЛИЧКА

Ассоциативное поле организовано 72 разными реакциями. Они в основном выражены именами существительными, именами прилагательными, редко местоимением, словосочетанием. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 19.

К синтагматическим (нейтрального вида) относятся такие реакции: *сайта*.

Парадигматические категориальные реакции: *сообщение, вконтакте, закрытость, общение, интернет, скрыто, компьютер, форум, профиль, приват, переписка, информация, блог, личное*.

Фонетические реакции: *кличка, неприличка, речка*.

Реакции-персоналии: *Туся, Витя*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *макияж, наличные, лицо, личность, вода, деньги, фильм, табло, жизнь, фото, тайное, мое, погон, лето, частник, почистить, цифры, ячейка, палец, личинка, нора, красивое, дети, вид, пространство, ужас, монитор, дело, мысль, человек, глаза, наказание, синий, смущение, небо, название, магазин, тоналка, собака, кот, губы, тетрадь, конкретность, солнце, не люблю, Днепр, друзья, птичка*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *личная страница, соц. сеть, электронная почта*. Несмотря на то, что такие реакции обычно выбраковывают (представители Тверской психолингвистической школы А. А. Залевской), думаем, их стоит оставлять в составе ассоциативного поля, так как словосочетания не являются коммуникативными единицами, они выполняют номинативную функцию, более того – сужают объём семантики, поэтому позволяют выразительнее представить ассоциативное поле стимулов.

Ассоциативное значение неологизма ЛИЧКА очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 12 – 105), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «личное» – сообщение, страница, почтафорум, приват. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называют связанные со стимулом атрибут «компьютер», субъектами «Туся», «Витя».

## **6. АВАТАР**

Ассоциативное поле организовано 59 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, хотя иногда представлены именами прилагательными и местоимением. Большая часть ассоциаций

соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 10.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *синий, плохой, пьяный, красивый, великий, мой, стихи*.

Парадигматические категориальные реакции: *фильм, кинотеатр, мультфильм, человек, игра, животное, монстр, герой, инопланетянин, блокбастер, чудик, существо, аниме, фантастика*.

Реакции-персоналии: *Мухтар, Канг, Кэмерон, Пандора*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *фото, синяк, вконтакте, фотошоп, ава, лицо, интернет, facebook, иконка, Вселенная, друзья, небо, краски, доброта, свобода, ужас, одноклассники, сообщение, будущее, эльфы, лайк, компьютер, гитарист, мумии, баба, система, вода, дегустар, страшное, субстанция*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетание *социальная сеть*.

Ассоциативное значение неологизма АВАТАР очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 10 – 119), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «фильм» – фильм, фантастика, блокбастер. Некоторая часть исследуемых подменяет значение слова «аватар» значением слова «ава», поэтому есть реакции, которые больше относятся к слову «ава»: *фото, вконтакте, друзья*.

## 7. АВА

Ассоциативное поле организовано 54 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, хотя эпизодически представлены словосочетания номинативного характера, имя прилагательное, глагол.

Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 19.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *моя, красивая*.

Парадигматические категориальные реакции: *фото, вконтакте, лицо, девушка, интернет, страничка, имя, профиль, задрот, заставка, обновление*.

*Фонетические реакции: хава, ара, гава, авадакедабра, кака, агава.*

Реакции-персоналии: *Марина, Пугачева*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *обувь, персональный, чай, стол, браво, сапоги, синий, фрукт, глупости, аватар, айфон, кино, собачка, сокращение, дурдом, ячейка, авокадо, игра, ребенок, шарж, зевать, погуглить, видеть, простота, певица, квадрат, машина, вода, агу*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *ТП, социальная сеть*.

Ассоциативное значение неологизма АВА очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 19 – 166), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «фото» – *фото, вконтакте, социальная сеть*. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называются связанные со стимулом атрибут «компьютер», субъект «Марина», «Пугачева». В ассоциативном значении представлены варианты, никак не связанные с лексическим – «чай», «сапоги».

## 8. УГГИ

Ассоциативное поле организовано 66 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, хотя эпизодически представлены



словосочетания номинативного характера, наречие, глагол. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 19.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *неадекватные*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *носить*.

Парадигматические категориальные реакции: *обувь, тепло, сапоги, ботинки, мода, мряка, валенки, зима, ляпки, холод, солнце, удобно, гавно, снег, девочки, деревня, гламур, коры, ноги, тапки, север, унты, халтура, уродство, отстой, безвкусица, кошмар, классика, фигня, некрасиво, ужас*.

Фонетические реакции: *буги-вуги, вуги, оги*.

Реакции-персоналии: *Вика, Одди*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *радость, медведь, штаны, дура, машина, собака, в сети, мультик, пидар, одежда, жлобство, кукарача, толстушки, клоун, смущение, ваниль, бабушка, красивая, вата, мишки, ха-ха-ха, мультфильм, носки, танец, фу*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *прошлый век, ТП*.

Ассоциативное значение неологизма УГГИ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 98), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «обувь» – *обувь, валенки, ботинки, сапоги, унты*. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называются связанные со стимулом атрибут «зима», субъект «Вика» и качественную характеристику «холодно», «тепло».

## 9. ТАНК

Ассоциативное поле организовано 68 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными и именами прилагательными, хотя эпизодически представлены словосочетания номинативного характера. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Незначительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 4.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *большой, железный, прорывной, грозный*. Синтагматические реакции (нейтрального вида): *ПС-8, Т-34, серый, зеленый*.

Парадигматические категориальные реакции: *война, машина, техника, транспорт, убить, граната, тяжелое, пушка, памятник, площадь, сила, сталь, победа, железо, броня, армия, оружие, снаряд, защита, орудие, оккупант, грохот, мощь, броненосец, гусеницы, часть, военные, металл, дуло, бой, рейд, тормоз, шлем, пулемет, армия, механизм, оборона, тяжесть, монумент, девизион*.

Реакции-персоналии: *Витя, Гитлер, Паша*.

Тематические реакции: *Житомир, Новогуйвинск, Россия, 9 мая*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *я, банк, гром, игра, компьютер, 3-Д, мадега, трава, задроты*.

Значение неологизма ТАНК не было раскрыто, так как танк (в данном случае) должно было рассматриваться как вид купальника. Испытуемые восприняли танк только как вид боевой машины.

## 10. ГЛЮЧИТЬ

Ассоциативное поле организовано 78 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными,

наречиями, глаголами. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 10.

Синтагматические реакции (нейтрального вида): часто, сильно.

Парадигматические категориальные реакции: *интернет, компьютер, зависает, поломка, проблема, покрытие, ломаться, заедает, тормозит, помехи, тупить, вирус, система, лагать, виснет, софт, баг, полосы, сбой, программа, неактивен, мерцать, досада. Капец, глючит, плохо, барахтит, херня. Колбасит, отключен, неисправен, связь, браузер, глюк.*

Фонетические реакции: *мучить, пучить.*

Реакции-персоналии: *Винни Пух.*

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *нервы, телефон, наркоман, принтер, корч, передоз, о нем, жить, жаргон, охрана, Explorer, Windows, учитель, удивляться, знакомый, вещество, телевизор, учеба, страница, мираж, упоротость, грибы, невоспринимание, наркотики, интересно, игра, нездоровый, люди, стенка, вконтакте, утомление, мозг.*

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *менять пластинку, плохо работает, сбой ритма, неадекватное состояние, шестая пара.*

Ассоциативное значение неологизма ГЛЮЧИТЬ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 105), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «не работать» – плохо работает, зависает, заедает, поломка, виснет, лагать. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называются связанные со стимулом атрибут «программа».

## 11. СЕКЬЮРИТИ

Ассоциативное поле организовано 75 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, хотя эпизодически представлены наречия и имена прилагательные. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 28.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *сильный, широкоплечий, супер, особенный*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *бить*. Синтагматические реакции (нейтральные): *сопровождающий*.

Парадигматические категориальные реакции: *охрана, безопасность, защита, пароль, доступ*.

Фонетические реакции: *сесьюрити*.

Реакции-персоналии: *Будун, Бородач, Уитни Хьюстон*.

Невербальные ассоциации: *м-м-м*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *зонтик, костюм, отель, сумка, персонал, офис, клуб, мужчина, друг, ребята, чуваки, тайна, фейс-контроль, спецназ, вход, солнце, представитель, качок, банк, слово, ассистент, аппаратура, люди, вещь, ложное, хорошо, надежность, офицер, папа, медальон, должность, стол, сила, красавчик, секретарь, помощь, спутник, амбал, агент, ресепшн, президент, вышибала, гардероб, фонарь, СБУ, интернет, ресторан, группа, футболка, секретно, деньги, ехать, ФСБ, шоу, шеф, антивирус, звезда*.

Ассоциативное значение неологизма СЕКЬЮРИТИ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 9 – 122), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «охрана» – *охрана, безопасность, защита, пароль, доступ*.

## 12. ТЮНЕР

Ассоциативное поле организовано 62 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, хотя эпизодически представлены наречия и имена прилагательные. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 23.

Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *яркий, многоканальный, музыкальный*.

Парадигматические категориальные реакции: *телевизор, аппаратура, устройство, настройка, антенна, штука, техника, приемник, канал, программирование, связь, электроприбор, видео, звук, тарелка, приставка, сигнал, модем, механизм*.

Фонетические реакции: *дюнер*.

Реакции-персоналии: *Викторовна*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *глухой, волан, технология, краска, А-4, пиксель, музыка, плеер, кофе, гитара, радио, интернет, компьютер, пираты, доплатитель, сканер, дом, машина, офис, цветок, часть, телефон, общение, высоко, wi-fi, фильм, реклама, преобразование, принтер, проводник, окно, разговор, пульт, передача, клас*.

Ассоциативное значение неологизма ТЮНЕР очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 147), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «устройство» – *устройство, аппаратура, механизм, техника*. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называются связанные со стимулом атрибутом «телевизор».

### 13. ФОРУМ

Ассоциативное поле организовано 80 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными и глаголами. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 28.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *задротов, саблезубый*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *полезный, социальный, веселый, миссионерский*. К синтагматическим (нейтрального вида) относятся такие реакции: *написать*.

Парадигматические категориальные реакции: *интернет, опрос, общение, сайт, чат, знакомство, блог, друзья, обсуждение, переписка, поиск, люди, информация, сообщения, онлайн, ответ, аська, страница, система, вопрос, новости, совет, помощь*.

Фонетические реакции: *inforum, норум, форма, формула*.

Реакции-персоналии: *Шерлок, Незнайка*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *кафе, марафон, собрание, соревнования, покер, не интересно, круг, дети, экран, чистота, фигня, лекции, говорить, вперед, Мордор, площадь, конференция, скрапбукинг, народ, куратор, фростер, контакт, обмен, тусняк, семечки, не читаю, магазин, солнце, общество, община, мысли, аноним, беглецы, Вопак, съезд, акция, базар*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *соц. сеть, торговый центр, головная боль, между нами, Древний Рим*.

Ассоциативное значение неологизма ФОРУМ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 57),

компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «сайт» – *сайт, чат, аська, соц. сеть, блог.*

#### 14. СЕНСОР

Ассоциативное поле организовано 60 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами, наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Незначительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – б.

К синтагматическим (нейтральным) относятся такие реакции: *разбитый, современный, плоский. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): чувствительный, тепловой.*

Парадигматические категориальные реакции: *телефон, планшет, компьютер, экран, смартфон, датчик, айфон, стилус, сканер, дисплей, технологии, управление, монитор, техника, панель, андроид, тач-скрин, процессор.*

Реакции-персоналии: *Вероника.*

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *функция, понты, пальцы, борода, революция, нежность, торкнуться, неудобно, указка, прикосновение, мышка, плохо, мусор, насквозь, восприятие, грязь, камера, гладкое, просветить, кнопки, будущее, пыль, век, ощущение, тыкать, контакт, значение, легкость, модно, тепло, мороз, нажатие, интересно, конструкция, TV.*

Ассоциативное значение неологизма СЕНСОР очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 148), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «экран» – *экран, тач-скрин, дисплей, монитор.*

## 15. АНДРОИД

Ассоциативное поле организовано 79 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 10.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *к черту, нео*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *китайский, умный, искусственный, медленный*. Синтагматические реакции (нейтральные): *зеленый, 4.1, самсунг, Symbian, НТС, 101.7, мой*.

Парадигматические категориальные реакции: *система, телефон, программа, планшет, айфон, сенсор, технологии, устройство, смартфон, звонить, техника, машина, компьютер*.

Фонетические реакции: *диблоид, гуманоид*.

Реакции-персоналии: *Андрюха, Илья*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *глючит, робот, космос, дичь, стиль, сумка, вирус, строение, круто, МТС, патифон, ведро, НЛО, батарея, игрушка, гавно, дорого, гугл, зарядка, маркет, таракан, бред, грузится, рожки, физика, роскошь, процессор, коллаيدر, не очень, терминатор, база, лучшие, розетка, чертик, не у меня, фуфло, палец, фишка, мусор, человек, дурак, популярно, связь, мозг, комбинация*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *супер возможности, ноль лавэ*.

Ассоциативное значение неологизма АНДРОИД очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 9 –



103), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «телефон» – *телефон, айфон, смартфон, связь*.

## 16. КЛАТЧ

Ассоциативное поле организовано 63 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 24.

К синтагматическим (нейтрального вида) относятся такие реакции: *ловить, розовый, черный, серебристый. Синтагматические реакции (эмоц.-оценочные): красивый, модный. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): мини.*

Парадигматические категориальные реакции: *сумка, кошелек, мода, халтура, аксессуар, стиль, красота, косметичка, гламур, торба.*

Фонетические реакции: *матч, калач, палач, патч.*

Реакции-персоналии: *Тиффани.*

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *выпуск, платье, свидание, девушка, клацать, кугутство, попса, тряпка, френч, радость, проститутка, грусть, деньгим, мусор, не люблю, неизвестность, небо, пиджак, кандибобер, одежда, индиго, вечер, ужин, песня, вещь, мечта, замш, бак, барахло, трактор. Дитя, хватка, дыра, память, помада, барыга, сердце, вкус, компьютер.*

В отдельную группу мы также выделяем аббревиатуру: *ТП.*

Ассоциативное значение неологизма КЛАТЧ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 175), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «сумка» – *сумка, кошелек, торба, косметичка.* Часть ядерных реакций опосредованно

объединена с ключевой семой, они называют связанные со стимулом атрибут «вечер», «Индиго», субъект «Тиффани» и качественную характеристику «стиль».

## 17. ОПЕРАТИВКА

Ассоциативное поле организовано 61 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, наречиями, глаголами. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 22.

К синтагматическим (нейтрального вида) относятся такие реакции: *Windows, временная, Пентиум*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *глючит*.

Парадигматические категориальные реакции: *система, компьютер, память, флешка, аппарат, программа, программист, информация*.

Реакции-персоналии: *Леша*.

Фонетические реакции: *аперитив*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *собрание, милиция, офис, быстро, карта, деталь, скорость, средство, задроты, камера, скрыто, информатика, солнце, служба, мусорка, ОЗУ, настроение, гигабайты, железо, запас, перекус, яблоко, задание, расписание, парень, армия, C++, игра, OPR, заведение, стул, терроризм, действие, документация, тусник, ОЗП, гулянка, планка, криминал, мало, мозг*.

Словообразовательные реакции: *оперативный, операция*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *учебное заведение, 512 мб*.

Ассоциативное значение неологизма ОПЕРАТИВКА очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 13

– 102), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «компьютерная система» – *система, компьютер, скорость, программа, флешка*. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называют связанные со стимулом атрибут «гигабайт», субъект «Леша».

## 18. ВЕБКА

Ассоциативное поле организовано 43 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

10 опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *страшная, маленькая*.

Парадигматические категориальные реакции: *камера, скайп, интернет, разговор, устройство, видео, изображение, компьютер, наблюдение, сеть, чат, общение, сайт, глазик*.

Фонетические реакции: *кепка, лебка*.

Реакции-персоналии: *Вика*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *лицо, стриптиз, человек, страница, монета, искать, конверт, близость, порно, видеть, кнопка, любимый, капитан, встреча, телефон, кино, реальность, тражение, задроты, друзья, рулетка, почта, паутина*.

Ассоциативное значение неологизма ВЕБКА очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 153), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «камера» – *камера, скайп, видео*. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называют связанные со стимулом атрибут «интернет», субъект «Вика».

## 19. АЙФОН

Ассоциативное поле организовано 85 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, наречиями, глаголом. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 84.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *красивый*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *5S, плохой*. Синтагматические реакции (нейтрального вида): *белый, черный, розовый, есть, американский, Apple*.

Парадигматические категориальные реакции: *телефон, Alcatel, дорого, связь, общение, роскошь, сенсор, фирма, подделка, техника*.

Фонетические реакции: *патифон, смартфон, айпонт, кайфон*.

Реакции-персоналии: *Мая, Стив Джобс, Рудник*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *блюдо, Китай, современность, мажор, интернет, понты, девушка, еда, фигня, губы, круто, кнопки, модернизм, мода, работа, надоело, серая, Польша, чехол, андроид, гавно, гламур, попса, качество, пидар, деньги, кирпич, юмор, вермишель, цыганы, престиж, страница, рыба, ваниль, вахтер, смех, доступно, модель, новизна, зеркало, развлечение, мысль, тупость, функции, кредит, устройство, хочу, папе-папе, проститутка, фотка, Индия, операция*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *ТП, ненужная вещь, 6 000 гривен*.

Ассоциативное значение неологизма АЙФОН очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 9 – 117), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «телефон» – *телефон, смартфон, связь*. Часть ядерных реакций опосредованно

объединена с ключевой семой, они называют связанные со стимулом атрибут «сенсор», субъект «Стив Джобс» и качественную характеристику «плохой».

## 20. ЛАЗАНЬЯ

Ассоциативное поле организовано 49 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами и наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

8 опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *красивая*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *био*.

Парадигматические категориальные реакции: *еда, вкусно, вермишель, запеканка, блюдо, кушать, приготовить*.

Фонетические реакции: *мазунья*.

Реакции-персоналии: *Гарфилд*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *соус, скала, сыр, пицца, бекон, рыба, борщ, «F.R.I.E.N.D.S.», Марио, Италия, роскошь, каша, хорошо, баня, Мивина, кухня, зеленый, не хочу, американцы, слюни, овощ, обед, жир, ужин, чупа-чупс, место, дерево, безобразия, фу, морковь, десерт, сладости, Франция, яичница*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *Новый год, день рождения*.

Ассоциативное значение неологизма ЛАЗАНЬЯ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 101), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «еда» – *еда, блюдо, обед, ужин, приготовить*.

## 21. ТИРАМИСУ

Ассоциативное поле организовано 62 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами, наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 16.

Синтагматические реакции (эмоционально-оценочные): *плохое*. Синтагматические реакции (нейтрального вида): *кушать, коричневый, розовый, из «Марио»*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *десерт*.

Парадигматические категориальные реакции: *сладость, вкусно, десерт, еда, блюдо, торт, кофе, пирожное, бисквит, печенье*.

Фонетические реакции: *колбасу, перенесу*.

Невербальные реакции: *mmm*.

Реакции-персоналии: *Джеки Чан, Денис Стайл*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *кофе, шоколад, мороженое, ресторан, племянник, вечер, Франция, Китай, работа, конфеты, NTFS, тепло, суп, сыр, ого..., любимый, печатка, тесто, кошмар, голод, гадость, фу, соус, воздушно, карамель, фейхоа, чай, Италия, невкусно, трава, нежность, романтика, песок, люблю, хрень, виноград, жиры, крем*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *гель для душа, умное слово, Камеди клуб*.

Ассоциативное значение неологизма Тирамису достаточно чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 71), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «десерт» – десерт, пирожное, еда, блюдо, бисквит, кушать. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называются связанные со

стимулом атрибут «кафе», субъект «Джеки Чан» и качественную характеристику «вкусно».

## 22. БОЙФРЕНДЫ

Ассоциативное поле организовано 78 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами, наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 16.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *тупые*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *одевать*.

Парадигматические категориальные реакции: *тренд, джинсы, стиль, одежда*.

Фонетические реакции: *дивиденды*.

Невербальные реакции: ☺, Г.

Реакции-персоналии: *Даня, Паша*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *парни, отношения, ухажер, много, гопник, боль, стремненько, халтура, нигеры, геморой, свидания, секс, клуб, гей, друзья, футболка, любовь, человек, девушка, измена, ненормально, цветы, козлы, дурачки, красавчики, бой-баба, Bad Boys, проститутка, герлфренд, мудака, мачо, папик, сердце, любимый, поцелуй, партнер, любовники, нормально, знакомство, люди, барби, поход, спорт, прикольно, лупить, френдзона, мажор, нету, проблемы, идиоты, оригинально, пара, подвинуться, жизнь, предатель, дибилы, Zara, качок, неприятно, молодость, мой, клоуны, обувь, кино, каблуки*.

Ассоциативное значение неологизма БОЙФРЕНДЫ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 –

124), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «джинсы» – *джинсы, одежда, одевать*. Но так как стимул многозначный, то многие связали его со значением «парень».

### 23. РОЛЛ

Ассоциативное поле организовано 67 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами, наречиями и редко словосочетаниями и числительными. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 20.

К синтагматическим (нейтрального вида) относятся такие реакции: *Филадельфия*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *кушать*.

Парадигматические категориальные реакции: *нори, суши, «Черепашка», еда, блюдо, рыба, белок, рис, закуска, унаги*.

Фонетические реакции: *роль, рок, рулон, ром, рулет, кролл, пол, борол*.

Невербальные реакции: *ням-ням*.

Реакции-персоналии: *Машка, Рабинович*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *21, желание, япония, Макдональдс, сырое, сладость, булочка, вкусно, Африка, не вкусняшка, пирожное, группа, авто, движение, сверток, стуло, фу, Китай, ниндзя, гадость, хот-дог, одноклассник, перчик, колесо, удовольствие, чикен, ролики, кухня, официантка, восток, инстаграм, игра, чизбургер, музыка, нежность, ковры, шар, майонез*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *не ем такое, роллс рабс, кондитерское изделие, страшная штука*.



Ассоциативное значение неологизма РОЛЛ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 12 – 149), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «суши» – *суши, унаги, закуска, рыба, рис, блюдо*.

## 24. БИКИНИ

Ассоциативное поле организовано 60 разными реакциями.

Трое опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула.

К синтагматическим (нейтрального вида) относятся такие реакции: *красные, черный*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *носить*.

Парадигматические категориальные реакции: *купальник, трусы, лифчик, пляж, одежда, гардероб, комплект, мода*.

Фонетические реакции: *микини*.

Реакции-персоналии: *Спанч Боб*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *проститутка, клас, девушка, юбка, шнурок, тело, модель, ого, попа, ужин, море, шляпа, вид, лето, красиво, удобно, ерунда, секс, вульгарность, дискомфорт, слюни, бессмысленно, режет, старомодно, грудь, извращение, запретите, остров, узкость, стринги, зона, пошло, красотка, супер, секси, маловаты, ногтя, коротко, интимно, фу*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *нижнее белье, мини бикини, откровенный наряд*.

Ассоциативное значение неологизма БИКИНИ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 50), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «купальник» – *купальник, трусы, лифчик, пляж, одежда, море*.

## 25. КАРДИГАН

Ассоциативное поле организовано 107 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, наречиями, реже словосочетаниями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 24.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *фирменный*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *теплый*. Синтагматические реакции (нейтрального вида): *бежевый, черный, синий, клетчатый, серый, вязанный*.

Парадигматические категориальные реакции: *одежда, удобно, кофта, тепло, девушка, кофточка, мужчина, пуговицы, жакет, свитер, гардероб, холод, уют, вещи, теплый, длинная, зима, осень, нитки, пуловер, красиво, стильно, класно, стиль, мода, холодно, вещь*.

Парадигматические реакции сравнения: *куртка, бабушка, сноб, пиджак, жилет, балахон, пальто, старье*.

Фонетические реакции: *кардинал*.

Реакции-персоналии: *Юра, Вика, Эмми*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *бомж, галстук, костюм, брюки, строго, небо, мама, необычное, кандибобер, рынок, солнце, сноб, хипстер, дополнение, баран, Англия, вечно, пояс, шина, фотоаппарат, красота, прелесть, воротник, занавес, джинсы, рубашка, накидка, корсет, непонятно, Google, кельты, вопрос, сердце, музыка, вечер, носки, дерево, манекен, одеяло, шляпа, флот, нормально, магазин, бабочка, сцена, DZIDZO, приятность, секунд, борода, гортань*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *длинная кофта, свитер на пуговицах, красиво выглядеть, теплая кофта, верхняя одежда, мамина одежда, уютная одежда, знакомое что-то, головной убор, длинный свитер.*

Ассоциативное значение неологизма КАРДИГАН очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 10 – 52), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «свитер» – *свитер, кофта, жакет, свитер на пуговицах, длинная кофта, теплая кофта, верхняя одежда, пуловер.*

## 26. ТОЛСТОВКА

Ассоциативное поле организовано 98 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, наречиями, местоимением. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 21.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *для толстых, моя, клевая.* Синтагматические реакции (нейтрального вида): *Nike, адидас, синяя, зеленая, черная.*

Парадигматические категориальные реакции: *одежда, кофта, тепло, вещь, теплота, зима, худи, холодно, уют, холод, осень, удобно, легкость, свитер.*

Парадигматические реакции-сравнения: *куртка, бобка, дедушка, кенгуру, пальто, ватник, телогрейка, колобок, комфорт.*

Фонетические реакции: *масовка, тонковка, спортивка, худовка, платье, футболка.*

Реакции-персоналии: *Лев Толстой.*

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями

между стимулом и реакцией: *почтальон, колготки, физкультура, медведь, толстуха, борец, пуговицы, спорт, норм, капюшон, стадион, лосины, книга, жир, утро, кроссовки, негр, рэп, мех, радость, природа, дети, casual, карманы, парень, толстый, не вечно, hip-hop, отлично, модно, наркоман, двор, солнце, устройство, диета, мягко, шерсть, девушка, интернет, вечер, прогулка, Америка, муж, репер.*

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *кофта с капюшоном, теплая одежда, теплая кофта, спортивная кофта, удобная кофта, серый цвет, кофта с длинными рукавами, верхняя одежда, куртка на меху, четкий пацан, спортивный костюм, спортивная одежда, длинная кофта.*

Ассоциативное значение неологизма ТОЛСТОВКА очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 9 – 55), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «кофта» – *кофта, бобка, одежда, вещь, кофта с капюшоном, теплая кофта, спортивная кофта, кофта с длинными рукавами, длинная кофта.*

## 27. ТУНИКА

Ассоциативное поле организовано 98 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, наречиями, глаголом. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 19.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *длинная, короткая, у Ника.* Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *под лосины, практичная, мягкая.* Синтагматические реакции (нейтрального вида): *серая, красная.*

Парадигматические категориальные реакции: *одежда, кофточка, кофта, платье, вещь, блузка, мода.*

Фонетические реакции: *тулика, буника*.

Реакции-персоналии: *Роксолана, Незнайка*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *суши, сапоги, что-то, красиво, линейка, зима, футболка, магазин, певица, лето, попа, девушка, весна, перец, острое, пудра, тюль, непонятно, фильм, магия, колготки, попса, босоножки, гавно, деревня, мама, отстой, норм, средне, некрасиво, брошка, бюст, не люблю, стринги, рубашка, не модно, эльфы, фу, погода, Индия, неактуально, прогулка, черный, гипюр, бабы, накидка, костюм, прикольно, клуб, удобно, майка, забыл, холодно, ягода, тунец, базар, кочан, небо, полоска, хоровик, кафе, косметика, Тунис, греки*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *свитер в виде платья, Бальзаковский возраст, одежда из Греции, голые ноги*.

Ассоциативное значение неологизма ТУНИКА очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 67), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «кофта в виде платья» – *кофта в виде платья, кофта, кофточка, одежда, платье, мода, блузка*.

## **28. ВАСАБИ**

Ассоциативное поле организовано 68 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами, наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 28.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *противное, strong*. Синтагматические реакции нейтрального вида:

*несет, зеленый.* Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *острый, крепкий.*

Парадигматические категориальные реакции: *суши, еда, соус, перец, блюдо, специя, печет, приправа, добавка, горчица, хрен.*

Фонетические реакции: *васади, касави.*

Реакции-персоналии: *Жан Рено, Жерар Депардьё.*

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *фильм, чипсы, общение, магазин, животное, ТРЦ, Китай, кафе, ресторан, деньги, горячо, Япония, огонь, дорого, кухня, что?, фу, красиво, остров, экстракт, сладость, водоросль, шантаж, напиток, гадость, ярко, красота, вкусняшка, камикадзе, нравится, ха-ха, смущение, слезы, не вкусно, кетчуп, певица, сушияк, карандаш, фрукт, роллы, круто, гречка, чихнуть.*

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *хочется плакать.*

Ассоциативное значение неологизма ВАСАБИ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 9 – 65), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «хрен» – *хрен, горчица, острый, перец.*

## **29. БУТИК**

Ассоциативное поле организовано 82 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами, наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 10.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *модный, дорогой, большой, фешенебельный.* К синтагматическим (нейтрального вида) относятся такие реакции: *купить, сложенный.*

Парадигматические категориальные реакции: *шмотки, магазин, одежда, мода, покупки, скидки, шопинг, вещи, бренд, ларек, молл, палатка, супермаркет, продажа, товары, киоск, распродажа, базар, секондхенд.*

Фонетические реакции: *мутик.*

Реакции-персоналии: *Марта, Блок, няня Вика, Венера.*

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *кирпич, мажор, стекло, Глобал, общение, золото, сайт, обувь, телевизор, апдейт, блондинки, деньги, прогулка, светло, на долго, читать, лохотрон, туфли, о себе, кнопка, память, интернет, сумка, забегаловка, магаз, мазик, люблю, ТЦ, стипендия, шузы, склад, тепло, супер, хлам, бутерброд, повседневно, стиль, тренд, люкс, фу, система, Google, банкротство, духи, безразличие, круто, цветы, кафе, штаны.*

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *ТП, большой город.*

Ассоциативное значение неологизма БУТИК очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 132), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «магазин» – магазин, супермаркет, палатка, ларек.

### **30. БЛОГ**

Ассоциативное поле организовано 121 разной реакцией, в основном выраженной именами существительными, именами прилагательными, наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д.И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 21.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *тупой.* Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *компьютерный, женский, президента, книг, модный, микро, персональный, о похудении, питания, писательницы.* Синтагматические

реакции (нейтрального вида): *вопросов, личный, не веду, «Кто кого обыграет».*

Парадигматические категориальные реакции: *интернет, сайт, страница, чат, журнал, дневник, новости, группа, обсуждение, беседа, диалог, форум, анкета, пост, переписка, запись.*

Фонетические реакции: *блок, блох.*

Реакции-персоналии: *Стрыкало Валик, Александр Блок, Бунковски, Дуров, Барни Стиксен, Шерлок, Юлия Тимошенко.*

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *часть, общение, техника, информация, Кавказ, ерунда, интересно, Facebook, мысли, вконтакте, одежда, конфеты, гранит, блогер, копейка, мода, нейтрально, задроты, цепочка, кирпич, круглый, парень, стихи, кофта, ячейка, талант, информатика, фрилансер, сведения, система, схема, стена, поэт, фигня, условник, новость, ПК, ведомости, самовыражение, газета, общежитие, лента, сигарет, мусор, личность, раздел, волосы, сообщение, телевизор, украшение, значок, девушка, вечер, секция, ненависть, ругань, скукота, папка, самовлюбленность, рассказ, знаменитость, секреты, напоминание, публичность, схема, мясо, наблюдение, комментарий, бульрога, реклама, друзья, камень, дигитализм.*

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *социальная сеть, отсутствие времени, личные данные.*

Ассоциативное значение неологизма БЛОГ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 48), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «сайт» – *сайт, страница, чат, журнал, форум, анкета, пост, запись.*

### **31. МЕДАЛЬОНЫ**

Ассоциативное поле организовано 110 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными,



глаголами, наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 17.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *большие*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *золотой, на шее, удачи, войны, на счастье, любви, мясные, горчичные, за храбрость, с соусом, свиные*. Синтагматические реакции (нейтрального вида): *круглый, жарить*.

Парадигматические категориальные реакции: *вкусно, еда, блюдо, мясо, телятина, котлеты*.

Фонетические реакции: *мантильоны, шмедальоны*.

Реакции-персоналии: *Джеки Чан*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *фальшивомонетчик, ценник, украшение, подвеска, конфеты, цепочка, золото, сладость, награда, война, символ, больница, фото, камень, ветеран, суши, марка, кулон, тапочки, этикетка, ухо, круг, антиквариат, медаль, пометка, метка, заслуга, дырка, победа, кольца, аксессуар, укрепление, уважение, деньги, память, штучка, реликвии, финтиклюшка, удача, монеты, красиво, печенье, серебро, вещь, средневековье, шайба, старость, значки, пектораль, интересно, символ, мультфильм, язычество, некрасиво, старина, отвага, бусы, пятна, игра, оберег, фигня, копейка, аут, орешки, кальмары, испаноточка, пентограммы, эзотерика, мистика, защита, охрана, сова, фильм, приправа, амулет, сувенир, джинсы, суеверие, улитки, сказка, драгоценность*.

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *первое место, в виде сердца*.

Ассоциативное значение неологизма МЕДАЛЬОНЫ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 –

44), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «еды» – еда, блюдо, котлеты. Многие также связали слово с семой «украшение» – украшение, медаль, подвеска, награда, кулон.

### 32. БИРКА

Ассоциативное поле организовано 97 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами, наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 24.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *мелкая*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *у трупа, для людей*. Синтагматические реакции (нейтрального вида): *черная, белая, мешает, неудобная*.

Парадигматические категориальные реакции: *этикетка, ценник, цена, наклейка, эмблема, номерок, метка, лейба, бумажка, марка, отметка, ярлык, указатель, бейджик, фирма, бренд, название, информация, производитель*.

Фонетические реакции: *пробирка, стирка*.

Реакции-персоналии: *Биркин, Мартин Спенсер*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *украшение, платье, кровь, магазин, инструкция, клоны, деньги, размер, стиль, шампанское, кофта, вещи, морг, новый, одежда, отрезать, корова, ножик, больница, лодка, животное, стрелка, белка, кусочек, мокачино, бутик, покупка, оторвать, срок, Берика, проба, штаны, повседневка, предмет, помигать, стекло, пломбир, уют, рубашка, жетон, штучка, халат, обувь, шапка, мусор, чек, солнце, клеймо,*

*лаборатория, фигня, проба, название, тапочки, кеды, анализы, спорт, товар, детство, дорого, зачатие, светлые, мелочь.*

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *итрих код*.

Ассоциативное значение неологизма БИРКА очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 45), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «этикетка» – этикетка, ценник, наклейка, эмблема, лейба, ярлык, указатель, бейджик, название, информация, производитель.

### 33. МОКАСИНЫ

Ассоциативное поле организовано 71 разной реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами и наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Некоторые опрошенные не нашли вербальной реакции для стимула – б.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *крутые*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *промокают, высокие*. Синтагматические реакции (нейтрального вида): *синие, красные*.

Парадигматические категориальные реакции: *обувь, туфли, кеды, тапочки, кроссовки, чешки, топсайдеры, балетки*.

Фонетические реакции: *лосины*.

Реакции-персоналии: *Барби, Максим*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *дождь, спорт, удобно, хачи, чулки, этикетка, интернет, ужас, футбол, бег, физкультура, базар, класс, лето, сапоги, детство, зарядка, ноги, парень, снег, мозоли, спортсмен, комфорт, одежда, бирка, индейцы, весна, Москва, педали, инок, легко, девочка, бред, чурки, бежать, дырки, стадион, дети, легкость, броги, звери, мальчик, шнурки, гей*.

Ассоциативное значение неологизма МОКАСИНЫ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 10 – 115), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «обувь» – обувь, туфли, кеды, тапочки, кроссовки, чешки, топсайдеры, балетки.

### 34. БОТФОРТЫ

Ассоциативное поле организовано 92 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами и наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 20.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *крутые, яркие*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *высокие, длинные, военные, кожаные*. Синтагматические реакции (нейтрального вида): *красные, черные*.

Парадигматические категориальные реакции: *сапоги, каблуки, обувь, тапки, туфли, ботинки*.

Фонетические реакции: *комфорты*.

Реакции-персоналии: *Лобода, Инна*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями между стимулом и реакцией: *блеск, платформа, мода, осень, проститутки, невежество, чулки, гламурки, девушки, стриптиз, соблазн, кеды, банда, подошва, кроссовки, одежда, подставки, ужас, красиво, ноги, вульгарность, тепло, ишкарно, телки, некрасиво, симпатично, сучки, хачи, херня, люблю, удлинять, ишк, прикольно, женищина, вызывающее, секс, пошло, мушкетеры, карабинеры, разврат, сексуально, кожа, хрень, подиум, зима, клуб, армия,*

*квадрат, прогулка, дискотека, солдат, шнурки, грубость, колени, тусня, высота, фу, берцы, не нравится, не, гул, у меня.*

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *часть обуви, готик вечеринка, кот в сапогах, ТП, Форт Боярд.*

Ассоциативное значение неологизма Ботфорты очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 9 – 63), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «обувь» – сапоги, каблуки, обувь, тапки, туфли, ботинки. Часть ядерных реакций опосредованно объединена с ключевой семой, они называют связанные со стимулом атрибут «клуб», субъект «Инна».

### **35. БЕРЦЫ**

Ассоциативное поле организовано 93 разными реакциями, в основном выраженными именами существительными, именами прилагательными, глаголами и наречиями. Большая часть ассоциаций соответствует типам, обозначенным во взятой нами за основу классификации Д. И. Тереховой.

Значительное количество опрошенных не нашли вербальной реакции для стимула – 18.

К синтагматическим (эмоционально-оценочного вида) относятся такие реакции: *большие, крутые*. Синтагматические реакции (вида функциональных характеристик): *военные, тяжелые*. Синтагматические реакции (нейтрального вида): *темные, черные*.

Парадигматические категориальные реакции: *обувь, сапоги, ботинки, кеды, кирзовки*.

Фонетические реакции: *перцы*.

Реакции-персоналии: *Олег, Олесь, Оксанка*.

Ряд ассоциаций не находит места в названной классификации, поэтому в отдельную группу мы выделили реакции с различными отношениями

между стимулом и реакцией: *армия, гавно, удобно, болото, парень, солдат, джинсы, грубость, дождь, танк, скинхеды, байкер, рок, лысина, кроссовки, ужас, кожа, шорты, националист, готы, понты, шнуровка, одноклассник, панк, рыбалка, перчатки, тапочки, гавнодав, херня, школа, калаш, асфальт, бе, муж, спорт, металюги, боксер, мое, секас, сходка, прикольно, брат, потняки, шнурки, хард, старье, резина, мусора, лысый, грозно, беркута, офигеть, война, мужик, мужественность, красота, люблю, мощь, гавнарь, зеленый, строгость, мужчина, пэсы, металл, идиоты, грозно, строители, остро.*

В отдельную группу мы также выделяем словосочетания: *сломанная нога, военная часть.*

Ассоциативное значение неологизма БЕРЦЫ очень чётко обозначено, поскольку частотность ядерных реакций высока (в диапазоне 8 – 51), компоненты значения в основном взаимосвязаны за счёт семы «обувь» – *обувь, ботинки, сапоги.*

## Заключение

Исследования семантической структуры неологизмов при помощи свободного ассоциативного эксперимента показало:

1. Уровень и характер осмысления отдельных понятий у респондентов неодинаков, так как на одно слово-стимул **возникало** множество вариантов слов-реакций (от 43 до 107 (разве не было больше?) в зависимости от слова). Поэтому можно предположить, что на сознание и мышление человека влияют различные экстралингвистические факторы (как индивидуально-психологические, так и **социально обусловленные**).
2. Ассоциативное поле респондентов в основном выражалось именами существительными и именами прилагательными, не было **единичным** употребление также наречий и глаголов.
3. За основу была взята классификация Д. И. Тереховой, но также мы выделили в отдельную группу реакций с различными отношениями между стимулом и реакцией. **Кроме того, из анализа не исключены словосочетания, несмотря на то** что такие реакции обычно выбраковывают (представители Тверской психолингвистической школы А. А. Залевской). **Номинативный характер словосочетаний, по сути приравнивающий их к слову, позволяет выразительнее представить ассоциативное поле стимулов.**
4. Ядерными элементами понятийной системы носителей языка являются следующие: **деньги, жизнь, защита, мир, любовь, технологии, соц. сеть, еда, семейные отношения.**
5. Фрагмент языковой картины мира респондентов проявляет своеобразие восприятия неологизмов, особенно семантических: например, новое значение слова танк – «вид одежды» – не воспринималось, означающее танк связывалось с означаемым «вид боевой машины».

6. Эмоциональное восприятие реалий окружающей действительности не всегда совпадает с семантикой слова.
7. Студенты подвержены отрицательным оценочно-эмоциональным реакциям на окружающий мир, но так как сознание людей более ориентировано на положительное отношение к реальности, то позитивных реакций на слова больше.
8. Лексика неологизмов недостаточно четко структурирована в картине мира носителей языка, так как у значительного количества респондентов вербальная реакция отсутствовала.



## Литература

- 1 Алпатов В. М. Предварительные итоги лингвистики XX века // Вестник МГУ, серия Филология. – 1995. – № 5. – С. 3 – 15.
- 2 Апресян Ю. Д. Избранные труды. Том I. Лексическая семантика. – М.: Языки русской культуры, 1995. – 464 с.
- 3 Астафьев А. Ю. Художественные функции окказионализмов: на материале поэм В. В. Маяковского: диссертация кандидата филологических наук: 10.02.01. – Москва, 2007. – 174 с.
- 4 Бизнесу не нравятся «полицейские» // «РБК daily». – 2010. – № 154 (959).
- 5 Биккулов А. С. Интернет как средство массовой коммуникации. – Диссертация... канд. социол. наук. – СПб, 2003. – 215 с.
- 6 Бодалев А. А. Формирование понятия о другом человеке как о личности Л.: Изд-во Ленинградского унив., 1970. – 133 с.
- 7 Брагина А. А. Неологизмы в русском языке: пособие для студентов и учителей. – М.: Просвещение, 1973. – 224 с.
- 8 Брутян Г. А. Очерки по анализу философского знания. – Ереван: Изд-во Айастан, 1979.
- 9 Вайсгербер Й. Л. Язык и философия // Вопросы языкознания. – 1993. – № 2. – С. 114 – 124.
- 10 Головин Б. Н. Введение в языкознание. – М.: Высшая школа, 1977. – 311с.
- 11 Глухов В. П. Основы психолингвистики: учеб. пособие для студентов педвузов. – М.: АСТ: Астрель, 2005. – 351 с.
- 12 Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. – Харьков: Ра-Каравелла, 2001. – 320 с.
- 13 Горошко Е. И. Психолингвистика вчера, сегодня, завтра // Вопросы психолингвистики. – 2007. – Вып.5. – С.111 – 112.
- 14 Горошко Е. И. Специфика ассоциативного сознания некоторых групп русскоязычного населения Украины // Языковое сознание: формирование и функционирование. – М.: Институт языкознания РАН, 1998. – С. 186 – 200.

- 15 Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языковедению. – М.: Прогресс, 1984. – 397 с.
- 16 Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры: пер. с нем. / Вильгельм фон Гумбольдт; сост., общ. ред. и ст. А. В. Гулыги и Г. В. Рамишвили. – М.: Прогресс, 1985. – 451 с.
- 17 Гребенникова Н. С. Традиция и этническая картина мира. Вестник Томского государственного университета. Бюллетень оперативн. научн. информ., № 60. Картина мира (лингв. и этнокульт. аспекты). – Томск, 2006. – С. 70 – 74.
- 18 Добровольский А. В. Энциклопедия «Кругосвет» и возможности ее использования // В сб. науч. ст. «Интернет-порталы: содержание и технологии». Выпуск 4 / Редкол.: А. Н. Тихонов (пред.) и др.; ФГУ ГНИИ ИТТ «Информика». – М.: Просвещение, 2007. – С. 307 – 322.
- 19 Доценко Т. И. Влияние экспериментальной ситуации на ассоциативное поле младшего подростка // Проблемы детской речи. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 1999. – С. 61 – 62.
- 20 Доценко Т. И. Влияние экспериментальной ситуации на процесс и характер ассоциирования // Материалы XXVII межвузовской научно-методической конференции преподавателей и аспирантов. – СПб, 1998. – С. 57 – 62.
- 21 Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. — М., 1984.
- 22 Евсеева О. В. Ассоциативный аспект как исследовательская процедура в психолингвистике / O. V. Evseeva. Associative Experiment as a Research Procedure in Psycholinguistics. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/assotsiativnyy-eksperiment-kak-issledovatel'skaya-protsedura-v-psiholingvistike>.
- 23 Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка: В 3 т. – М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2006.

- 24 Залевская А. А. Вопросы организации лексикона человека в лингвистике и психологических исследованиях: Учебное пособие / А. А. Залевская. – Калинин: КГУ, 1978. – 88 с.
- 25 Залевская А. А. Проблемы психолингвистики. – Калинин: Калинин. гос. ун-т, 1983. – 135 с.
- 26 Звегинцев В. А. Мысли о лингвистике. – М.: Изд-во МГУ, 1996. – 228 с.
- 27 Караулов Ю. Н. Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности // Русский ассоциативный словарь. Книга 1. – М.: Помовский и партнеры, 1994/ – С.191 – 218.
- 28 Картина мира и способы её репрезентации / Сб. научн. докл. конф. «Национальные картины мира: язык, литература, культура, образование», 21 – 24 апреля 2003. Курск / Отв. ред. Л. И. Гришаева и М. К. Попова. Выпуск 2. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2003. – 325 с.
- 29 Козлова Р. М. Выпускная квалификационная работа. Особенности функционирования неологизмов в языке современных печатных СМИ. – Москва: институт гуманитарного образования и информационных технологий, 2011.
- 30 Красных В. В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
- 31 Крысин Л. П. А не сказать ли по-русски? // РЯ в школе и дома. – 2002, №1. – С. 3 – 7; №6. – С. 22 – 23., С. 7.
- 32 Крысин Л. П. А не сказать ли по-русски? // РЯ в школе и дома. – 2005, №1. – С. 12 – 15; №5. – С. 20 – 23.
- 33 Кубрякова Е. С. Языковая картина мира как особый способ репрезентации образа мира в сознании человека // Вестник чувашского государственного педагогического университета имени И. Я. Яковлева, 2003. – №4 (38). – С. 2 – 12.

- 34 Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца 20 века. – М.: Институт языкознания РАН, 1995. – С. 144 – 238.
- 35 Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл, 1999. – 287 с.
- 36 Леонтьев А. А. Общие сведения об ассоциациях и ассоциативных нормах // Словарь ассоциативных норм русского языка. – М., 1977. – 192 с.
- 37 Леонтьев А. Н. Образ мира // Избранные психологические произведения: В 2-х томах. – М.: Педагогика, 1983. – С. 251 – 261.
- 38 Манакин В. Н. Сопоставительная лексикология. – К.: Знання, 2004. – 326 с.
- 39 Мартинович Г. А. Вербальные ассоциации в ассоциативном эксперименте. – СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 1997. – 72 с.
- 40 Мечковская Н. Б. Язык и общество // Общее языкознание / под ред. А. Е. Супруна. – Минск: Вышэйшая школа, 1983. – 456 с.
- 41 Миронова Н. И. Вербализация знаний в ассоциативном эксперименте // Вестник МГЛУ. Вып. 525. Языковое сознание как образ мира. Серия Лингвистика. – М., 2006. – С. 118 – 123.
- 42 Михайлов Ф. Т. Загадка человеческого Я. Изд. 2-е. – М.: Политиздат, 1976. – 287 с.
- 43 Назарова Е. А., Назаров А. Д. Динамика миграционных процессов в Российском государстве (историко-социологический анализ) // Управление мегаполисом. – №3, 2008. – С. 3.
- 44 Новое в русской лексике. Словарные материалы–80 / В. П. Петушков, Т. Н. Поповцева, Н. В. Соловьев, М. Н. Судоплатова / под ред. Н. З. Котеловой. – М.: Рус. яз., 1984. – 287 с.
- 45 Павиленис Р. И. Проблема смысла: Современный логико-функциональный анализ языка. – М.: Прогресс, 2001. – 106 с.
- 46 Пищальникова В. А. Проблема смысла художественного текста: психолингвистический аспект. – Барнаул, 1992. – 190 с.

- 47 Попова Т. В. Ассоциативный эксперимент в психологии: Учебное пособие. – М.: Флинта, 2006. – 72 с.
- 48 Розенталь Д. Э. и Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. Пособие для учителей. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: «Просвещение», 1976. – 544 с.
- 49 Сулейменова Э. Д. Понятие смысла в современной лингвистике. – Алма-Ата: Изд-во «Мектеп», 1989. – 160 с.
- 50 Толковый словарь русского языка / Под ред. Н. Ю. Шведовой. – М., 2000.
- 51 Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. – М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935–1940.
- 52 Уфимцева Н. В. Этнопсихоллингвистика вчера и сегодня // Вопросы психоллингвистики. – 2006. – № 4. – С. 92 – 100.
- 53 Филиппова Т. В. Интерактивная коммуникация в эмпирической социологии (Опыт социологического анализа Интернет-опросов). – Автореф. канд. социол. наук. – М.: 2000. – 23 с.
- 54 Филиппова Т. В. Интернет как инструмент социологического исследования. – 2001. Режим доступа: <http://www.unn.ru/rus/f14/k2/courses/borisova/sources.html>.
- 55 Философский словарь / Перевод с немецкого; общ. ред. В. А. Малинина. – М.: Республика, 2003. – 575 с.
- 56 Фрумкина Р. М. Психоллингвистика: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – С.189 – 206.
- 57 Чуковский К. И. Собрание сочинений в 15 томах. Том 2. От двух до пяти. – М.: КДУ, 2005. – 400 с.
- 58 Шаклеин В. М. Лингвокультурология: традиции и инновации: монография. – М: Издательство «ФЛИНТА», 2012. – 301 с.
- 59 Шульц Д. П., Шульц С. Э. История современной психологии / Пер. с англ. А. В. Говорунов, В. И. Кузин, Л. Л. Царук / Под ред. А. Д. Наследова. – СПб.: Изд-во «Евразия», 2002. – 532 с.

- 60 Ягунова Е. В. Эксперимент в психолингвистике: Конспекты лекций и методические рекомендации. Учебное пособие для вузов / Е. В. Ягунова. – СПб.: Издательство «Остров», 2005. – 51 с.
- 61 Яковлева Е. С. фрагменты русской языковой картины мира / Е. С. Яковлева // Вопр. языкознания. – 1994. – № 5. – С. 73.
- 62 Bryman A. Barriers to Integrating Quantitative and Qualitative Research // Journal of Mixed Methods Research. – 2007, Vol.1, N1, P.8 – 22.
- 63 Herring S., Slouching toward the ordinary: Current trends in Computer-mediated communication // New Media and Society. – London: Sage Publications, 2004.
- 64 Jung C. G. Von den Wurzeln des Bewusstseins. Zurich: Rascher. – London, 1954.
- 65 Liebrucks B. Sprache und Bewusstsein. – Frankfurt.a.M., 1965. – 674 Seiten.
- 66 Morgan M. M. Paradigms Lost and Pragmatism Regained. Methodological Implications of Combining Qualitative and Quantitative Methods // Journal of Mixed Methods Research. – 2007, Vol.1, N1, P.48 – 76.
- 67 Nowson S. The Language of Weblogs: A study of genre and individual differences. PhD Thesis (Unpublished manuscript). – University of Edinburgh, 2006. – 279p.
- 68 Pauwels L. Websites as visual and multimodal expressions: Opportunities and issues of online hybrid media research // Media, Culture & Society. – 2005, Vol.27, N4, P.604 – 613.
- 69 Russell B. Introduction to mathematical philosophy. – L., 1953.
- 70 Thumb A., Marbe K. Experimentelle Untersuchungen ber die psychologischen Grundlagen der sprachlichen Analogiebildung. – W. Engelmann, 1901.