

СОБСТВЕННОЕ ИМЯ В АССОЦИАТИВНОМ ЭКСПЕРИМЕНТЕ И ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ЗНАЧЕНИИ

А. В. Рудакова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 11 марта 2014 г.

Аннотация: в статье анализируются имена собственные в ассоциативных полях этнонимов, выявляется роль сем, вербализующихся в психолингвистическом значении именем собственным.

Ключевые слова: ассоциативный эксперимент, имена собственные, стимул, реакция, ассоциативный словарь, психолингвистическое значение, семантическая интерпретация.

Abstract: the article analyzes proper names in the associative fields of ethnonyms, the role of semes, verbalizing in psycholinguistic meaning of the proper name.

Key words: association experiment, personal name, stimulus, reaction, associative dictionary, psycholinguistic meaning, semantic interpretation.

Исследование выполнено при поддержке гранта РГНФ № госрегистрации 1204-00128а от 14 марта 2012 г., «Теоретические проблемы разработки и создания «Психолингвистического толкового словаря современного русского языка», НИЧ 12059.

Цель статьи – определение роли собственных имен в структуре ассоциативного поля и психолингвистическом значении соответствующего слова.

Анализ собственных имен, фигурирующих в ассоциативных полях французского языка, был принят Мишель Дебрэнн. Ученый предполагает, что «собственными именами чаще всего обозначены прецедентные феномены, разные для каждой лингвокультуры, и большинство из них представляет трудный для восприятия носителям русского языкового сознания страноведческий материал» [1, 176]. Мы ставим задачу проверить данное утверждение на русском материале.

В качестве материала исследования были выбраны 28 лексем с семой «национальность», входящие в словник «Ассоциативного словаря употребительной русской лексики» [2]: наименования лиц по национальности (*азер, азиат, американец, англичанин, афганец, африканец, афроамериканец, еврей, жид, кавказец, кацап, китаец, москаль, негр, немец, рафик, русский, француз, хачик, хохол, чукча, чурка, чучмек, японец*) и имена прилагательные, образованные от них (*американский, английский, немецкий, китайский*).

На первом этапе работы были проанализированы ассоциативные поля соответствующих 28 стимулов указанного ассоциативного словаря. Всего было выявлено 2802 реакции (из них 306 отказов). Было

установлено, что ассоциативные поля практически всех слов-стимулов включают в себя имена собственные. Наибольшее количество ассоциатов – собственных имен отмечено у стимулов *хохол* (20 ассоциатов) – *немец* и *француз* (по 19 ассоциатов); наименьшее количество – у стимулов *чукча* (4 ассоциата), *русский* (3 ассоциата) и *хачик* (2 ассоциата). В ассоциативном поле стимула *жид* имена собственные отсутствуют.

Затем полученный корпус ассоциатов – собственных имен был классифицирован по семантическому критерию: были выделены три группы (топонимы, антропонимы и имена собственные, связанные с деятельностью человека).

Только топонимические реакции отмечены у стимулов *афроамериканец, афганец, чукча*. Остальные стимулы представлены ассоциатами двух и более групп. Например, стимул *француз* представлен в двух группах: топонимы (*житель Франции, из Франции* и др.) и антропонимы (*Наполеон 4, Пьер Ришар 3* и др.); стимул *американец* – во всех трех группах: топоним (*Америка, США* и др.), антропонимы (*Нарцисс Пьер, Джордж Буш* и др.), наименования, связанные с деятельностью человека (*Макдональдс, НАТО, Статуя Свободы* и др.).

Третий этап исследования предполагал выявление роли имен собственных в структуре психолингвистического значения слов-стимулов. Под психолингвистическим значением слова мы понимаем упорядоченное единство всех семантических компонентов, которое актуализирует изолированно взятое слово в сознании носителей языка, в единстве более и менее ярких, ядерных и периферийных, все из которых реально связаны с данной звуковой оболочкой (лексемой) [3, 97]. Ассоциативные поля исследуемых лексем были подвергнуты семной интер-

претации, т. е. ассоциаты были интерпретированы как вербализация отдельных сем слова-стимула. Методика семной интерпретации описана в [3].

Покажем результаты семантической интерпретации ассоциатов – имен собственных на стимулы-лексемы с семой «национальность» (после каждого ассоциата отмечено количество испытуемых, указавших это имя собственное).

Группа 1 «Топонимы». Анализ собственных имен в ассоциативных полях лексем с семой «национальность» показывает, что подавляющее большинство имен собственных относится к топонимическим наименованиям – 68% (от общего числа ассоциатов, вербализованных собственными именами). Большинство ассоциатов вербализует признаковую часть денотативного компонента психолингвистического значения (семы, отражающие денотативное содержание значения). Анализ семем «человек определенной национальности» исследуемых лексем показал, что архисема «национальность» предполагает (детерминирует) в структуре значения обязательное наличие семантического параметра «место жительства и/или место рождения», который вербализуется наименованием конкретного топонима (стимул → реакция): *хохол* → *Украина*; *немец* → *Германия*; *француз* → *Франция*; *негр, африканец* → *Африка*; *американец, афроамериканец* → *США, Америка*; *москаль, русский* → *Россия, Москва* и др. Было замечено, что в основном актуализированы наименования стран (47% от общего числа ассоциатов-топонимов), реже – континентов, частей, света, регионов (29%), городов (14%). Единичными являются наименования отдельных частей населенных пунктов (1% – ассоциат *черкизовский* на стимул *азер*, ассоциат *Остужево* на стимул *азиат*). Однако было выявлено, что не все ассоциаты-топонимы объективируют названный семантический параметр. В некоторых случаях топоним вербализует архисемы – например, сему «национальность» (ассоциат *Россия* на стимул *москаль* объективирует сему «русский»); дифференциальные семы – например, сему «употребляется на Украине» (ассоциат *Украина* на стимулы *кацап, москаль*); сему «патриот» (ассоциат *Отечество* на стимул *русский*). В редких случаях собственное имя позволяет выделить отдельную семему (например, ассоциат *Афган* на стимул *афганец* дает возможность сформулировать семему «советский солдат, воевавший в Афганистане»). Отдельные ассоциаты были интерпретированы как вербализация сем, объективирующих реляционную часть денотативного значения (реляционная часть определяет внешние связи лексем и содержит энциклопедическую информацию). Были объективированы семы, вербализующие исторические реалии: например, ассоциат *Гатчина* на стимул *немец* отсылает к захвату Гатчины фашистскими войсками, ассоциат *Пёрл-*

Харбор на стимул *японец* – к нападению японцев на базу США, ассоциат *Турция* на стимул *англичанин* – к колонизации Турции англичанами и др. Отсылка к политическим реалиям вербализуется ассоциатом *Сахалин* на стимул *японец*. Ассоциат *Запад* на стимул *американец* демонстрирует, какие страны для русского языкового сознания относятся к западным (в отличие от Европы). Интересным является и вербализация трансформированного прецедентного текста «дурак, он и в Африке дурак» (ассоциат *и в Африке еврей* на стимул *еврей*).

Группа 2 «Антропонимы» (29% ассоциатов). Ассоциаты, отнесенные к этой группе, в основном одиночные реакции, однако встречаются и ассоциаты, указанные несколькими респондентами (*Гитлер 5, Наполеон 4, Пьер Ришар 3* и др.). В структуре психолингвистического значения все ассоциаты объективируют идентификационную зону (вербализуют имена личностей или персонажей произведений, которые в сознании носителей русского языка связаны с соответствующим этнонимом). Анализ показывает, что для носителей русского языка наиболее персонифицирован образ француза (15 ассоциатов): император Наполеон 4; актеры Пьер Ришар 3, Ален Делон 1, Ж. Дассен 1; музыкант Адамо 1, литературные персонажи Дефорж и Трике. Одна из реакций – имя российского актера Михаила Боярского, однако в русском языковом сознании его артистический образ тесно связан с образом француза-мушкетера. Ассоциат *Пушкин* на стимул *француз* указывает на поэта, который жил в эпоху, когда в русском обществе было популярно все, что связано с французами; писал на французском языке, о французах. Кроме того, в лицее у него было прозвище «Француз». Образ немца для русского человека персонифицирован следующими именами (10 ассоциатов): фюрер Германии Адольф Гитлер 5, начальник гестапо Генрих Мюллер 1, футболисты Франц Бюкенбауер 1 и Бастиан Швайнштайгер 1, психиатр Зигмунд Фрейд 1, философ Иммануил Кант 1. Этноним *американец* представлен только именами президентов США (Джордж Вашингтон, Джордж Буш, Барак Обама) и персонажами (дядя Сэм, Джек Восьмёркин) – всего 7 ассоциатов. Остальные этнонимы мало представлены антропонимами (менее четырех ассоциатов). Не отмечены персональные имена у таких этнонимов, как *афганец, афроамериканец, москаль, русский, чукча, чурка, японец*. В идентификационной зоне психолингвистического значения исследуемых лексем представлены и имена, фамилии, отчества отдельных индивидуумов (9 ассоциатов): *Валера, Карим 2; преподаватель Черникова, Джон, Ашот, Максим, Ашотович 1*. Это имена людей, известных респондентам и ассоциирующихся в их сознании с конкретными представителями этносов. При семантической интерпретации некоторые ассоциаты были отнесены к неинтерпретируемым, так

как связаны со стимулом только фонетическими связями (ассоциат *Ремарк* на стимул *рафик*, ассоциат *Паскаль* на стимул *москаль*, ассоциат *Майтан* на стимул *азер*, ассоциат *Земфира «Трафик»* на стимул *рафик*).

Группа 3 «Имена собственные, связанные с деятельностью человека» (7% ассоциатов). Семантическая интерпретация ассоциатов данной группы показывает, что семы, вербализуемые данными ассоциатами, в основном относятся к реляционной части психолингвистического значения исследуемых лексем. Частотными оказались семы, актуализирующие прецедентные тексты (наименования фильмов, телепередач): сериал «Наша Раша» (стимул *рафик*); фильм «*Пёрл-Харбор*» (стимул *японец*) и др.

Были отмечены и семы, актуализирующие окружающие реалии этноса – ассоциат *Статуя Свободы* (стимул *американец*), ассоциаты *китайская пасха*, *Новый год* (стимулы *китаец*, *китайский*). Признаковую часть психолингвистического значения лексем с семой «национальность» вербализовали ассоциаты – наименования производителей автомобилей (6 ассоциатов), указанные ассоциаты позволили выделить семему «товар, произведенный в ... стра-

не» (ассоциат *BMW* на стимулы *немец*, *немецкий*; ассоциат *хонда* на стимул *японец*).

Собственные имена являются неотъемлемой частью лексической системы любого языка. Семантическая интерпретация ассоциатов – собственных имен русских ассоциативных полей показала, что все ассоциаты объективируют в основном семы денотативного компонента психолингвистического значения слова. Топонимы чаще вербализуют дифференциальную сему «место жительства / рождения», антропонимы – идентификационную зону, а названия, связанные с деятельностью человека, – прецедентные тексты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дебрэнн М. Собственные имена во Французском ассоциативном словаре / М. Дебрэнн // Вопросы психолингвистики. – 2010. – № 12. – С. 176–183.
2. Ассоциативный словарь употребительной русской лексики: 1080 стимулов / Науч. ред. А. В. Рудакова, И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2011. – 187 с.
3. Стернин И. А. Психолингвистическое значение и его описание: теоретические проблемы / И. А. Стернин, А. В. Рудакова. – Saarbrücken : Lambert Academic Publishing, 2011. – 192 с.

Воронежский государственный университет
Рудакова А. В., доцент кафедры общего языкознания
и стилистики
E-mail: a-rudakova@list.ru

Voronezh State University
Rudakova A. V., Associate Professor of the General Linguistics
and Stylistics Department
E-mail: a-rudakova@list.ru