

**Н. А. Волковинская**

**СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ  
В АССОЦИАТИВНОМ ПОЛЕ «ДЕНЬГИ»  
(на материале английского и русского языков)**

Ассоциативное поле, как совокупность получаемых в ходе проведения ассоциативного эксперимента реакций на определенное слово-стимул, признается фактом языкового сознания носителя языка. Считается, что оно

отражает как его субъективный опыт, так и опыт культуры, к которой носитель языка принадлежит. Ассоциативному полю приписывают целый ряд признаков (неоднородную полевую структуру, подвижность и открытость границ, самостоятельность и автономностью, диалектическую обусловленность языковой и внеязыковой действительности).

Важным признаком ассоциативного поля является наличие между его единицами комплекса многомерных связей. Именно их многообразие натолкнуло исследователей на мысль о том, что в сознании людей номинации объединяются в ассоциативные поля. Отношения, устанавливаемые между словами и фиксируемые в ассоциативном поле, являются результатом приобретения как субъективного опыта, так и наследия той культуры, к которой испытуемый принадлежит. Субъективизм, как в содержательном наполнении, так и в структурном оформлении полей, с одной стороны, и национально-культурная специфичность – с другой, являются еще двумя неотъемлемыми характеристиками ассоциативного поля, следствием чего служит наличие в любом ассоциативном эксперименте наряду с массовыми и типичными ответами реакций индивидуальных, вызванных особенностями жизни и опыта конкретного человека, которые, как правило, низкочастотны и разнообразны.

Целью данного исследования явилось установление специфики семантических отношений в ассоциативном поле «*деньги*» в английском и русском языках. Свободный ассоциативный эксперимент был проведен очно в письменной форме со студентами 4 курса (100 человек) факультета английского языка МГЛУ, изучающими английский язык в качестве основного иностранного языка. С дистанцией в 2 недели им был предложен список из слов-стимулов, сначала на английском языке, а потом на русском. Для данного анализа были отобраны стимулы *деньги* и *money* 'деньги'.

На основе полученных от студентов вербальных реакций были смоделированы ассоциативные поля исследуемых слов-стимулов (*деньги* и *money*). Далее был проведен корреляционный анализ их структуры и содержания, специфика которых, определяется, прежде всего, характером отношений между членами полей.

Опираясь на классификацию возникающих между стимулом и реакцией отношений, разработанную А. П. Клименко, все зафиксированные в обоих полях единицы были проанализированы на наличие между ними тематических, синтагматических, парадигматических, цитатных, фонетических и словообразовательных связей.

Рассмотрим ассоциативное поле «*деньги*». В русском языке данный конструкт представляет собой многочисленное иерархическое образование, в структуре которого можно выделить 7 семантических групп, объединивших реакции с точки зрения семантики (*Характеристики, Альтернативные ценности, Следствия наличия денег, Разновидности, Ценностные суждения, Функционирование и Источник*).

Семантическими отношениями, формирующими структуру данного поля, являются тематические (78 %). Они наблюдаются между парами слов, связан-

ных одной тематико-ситуативной отнесенностью, т. е. на основании экстралингвистических признаков. Примерами могут служить ассоциативные пары *деньги – возможности*, *деньги – богатство*, *деньги – счастье* и др.

На долю парадигматических связей, возникающих между однородными лексическими единицами с общим признаком, приходится 16 %. Данный тип отношений объединяет стимульное слово с номинациями отдельных национальных валют (*доллар*, *рубль*), с явным доминированием американской валюты, представленной серией ответов (*доллар*, *доллары*, *зеленый*, *зеленые*). Фиксируются единицы, обозначающие денежные знаки (*монеты*, *монетки*, *купюры*).

На процент синтагматических реакций, как линейных, сочетаемостных отношений противопоставленных в речевой цепи единиц, приходится 6 % (*деньги – большие*, *деньги – важны* и др.)

Рассмотрим ассоциативное поле *money* 'деньги'. Оно также включает 100 единиц, отказов в реагировании зафиксировано не было.

В структуре поля выделяется уже 9 семантических групп. Так появилась периферийная группа *Место хранения*, включающая единицу *wallet* 'кошелек', и *Цитатная группа*. В нее вошли устойчивые выражения (*time is money* 'время деньги') или их компоненты (*time* 'время', *laundering* 'отмывание'), а также реакция, вызванная предположительно переносом части цитаты из названия кинофильма (*Funny money* 'Безумные деньги').

Иерархия семантических отношений наблюдается следующая: доминирующим типом отношений также является тематический, но процентное соотношение уже иное. На его долю приходится 53 %. Примерами единиц, объединенными этим типом связи, являются следующие ассоциативные пары *money* 'деньги' – *happiness* 'счастье', *money* 'деньги' – *power* 'сила', *money* 'деньги' – *wealth* 'богатство', *money* 'деньги' – *freedom* 'свобода' и др.

Парадигматическими отношениями со стимульным словом оказались связаны 21 % единиц (*green paper* 'зеленая бумага', *coins* 'монеты', *dollars* 'доллары', *cash* 'наличные', *euro* 'евро', *banknotes* 'банкноты' и др.).

Процент синтагматическими реакций значительно вырос (20 % по сравнению с 6 % в русском поле). Эти отношения объединяют слово-стимул с членами семантической группы *Характеристики*, такими как *lots* 'много', *much* 'много', *little* 'мало', а *little* 'немного'.

В английском ассоциативном поле оказался представлен еще один тип семантический отношений – цитатный (6 %). Данные связи между стимулом и реакцией обусловлены различными образами из фразеологизмов, пословиц, песен, рифмовок, литературных произведений и фильмов.

Таким образом, мы видим, что ассоциативные поля «*деньги*» в английском и русском языках, смоделированные на основании ассоциативных данных, полученных от искусственных билингов, не идентичны. Фиксируются отличия на уровне структуры, содержания и на уровне семантических отношений. Доминирующим типом отношений, экстралингвистическим по

своей сути, в обоих конструктах является тематический, но если в русском поле приходится 78 %, то в английском уже 53 %. Ассоциативное поле *money* 'деньги' отличается присутствием между его членами цитатных отношений.