

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 811.161.1

ББК 81

DOI 10.30982/2077-5911-2024-59-1-36-59

Научная статья

## ОБРАЗ МИРА СКВОЗЬ ПРИЗМУ ОЦЕНОЧНОЙ ЛЕКСИКИ: ТРЕНДОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

**Бутакова Лариса Олеговна**

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского,  
Омск, Россия

**Гуц Елена Николаевна**

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского,  
Омск, Россия

### *Аннотация*

Статья посвящена описанию субъективной семантики ассоциативных полей двух аксиологических стимулов и их роли в формировании образа мира носителей русского языка разного возраста. Исследуются ассоциативные поля «хороший», «плохой» в аспекте социокультурных изменений аксиологической части образа мира студентов четырех поколений. В качестве материала исследования использованы соответствующие ассоциативные поля словарей САНРЯ, ПАС, СИБАС, а также результаты свободных ассоциативных экспериментов, проведенных авторами в 2023 г. Цель статьи – проанализировать ассоциативные поля стимулов хороший и плохой в указанных словарях и свободном ассоциативном эксперименте (2023 г.); выявить общее и различное в восприятии носителями русского языка данных стимулов с точки зрения времени (линия поколенческих изменений); определить особенности субъективной семантики исследуемой лексики с учетом стабильных / динамических составляющих и специфики отражения изменений образа мира (общая линия трендового исследования семантики). Применение трендового подхода для установления зон константного реагирования и возможных причин изменений субъективной семантики стимулов позволило рассматривать «специфичный» для данной культуры и языка «ассоциативный профиль» образов сознания (Н.В. Уфимцева); выявить социокультурные различия респондентов, повлиявшие на их образ мира, связать с изменениями жизни и исторической ситуации в России, с расширением гражданских свобод и свободы слова, с трансформацией интересов, ценностных ориентиров, отношения к труду и образованию; с активным внедрением инокультурных ценностных установок, распространением заимствованной и жаргонной лексики. Было установлено, что некоторые из указанных различий прослеживаются в динамике от поколения к поколению и показывают, в каком направлении меняется аксиологическая часть образа мира.

**Ключевые слова:** образ мира, аксиологический фрагмент образа мира, оценочная лексика, ассоциативный эксперимент, субъективная семантика слова, трендовое исследование

### Введение

Проблемы описания образа мира не перестают волновать лингвистов и психолингвистов. Значительная часть этого целостного феномена, психологическую концепцию которого предложил А.Н. Леонтьев, связана с системой восприятия, ценностными, аксиологическими образованиями, семантикой. Выработка представлений о мире и его феноменах – сложный процесс, связанный с отношением человека к объекту восприятия, одновременной работой разных перцептивных систем (см. рассуждения А.Н. Леонтьева о «целокупности» системы ощущения и восприятия при формировании образа мира [Леонтьев 2005: 143], построении образа мира («Мы действительно строим, но не Мир, а Образ, активно “вычерпывая” его, как я обычно говорю, из объективной реальности» [Леонтьев 1983: 251–261]), значении как пятом квазиизмерении («У человека мир приобретает в образе пятое квазиизмерение. Оно ни в коем случае не есть субъективно приписываемое миру! Это переход через чувственность за границы чувственности, через сенсорные модальности к амодальному миру. Предметный мир выступает в значении, т.е. картина мира наполняется значениями» [цит. раб.: 251–261])). Говоря об образе мира, А.Н. Леонтьев подчеркивал устойчивость и объективность феномена, деятельностную природу восприятия: «В образе мира сохраняется устойчивость, объективность существования мира, и мы не помещаем наш образ в мир, не строим мир по подобию наших ощущений, а, наоборот, сближаем наши ощущения с тем миром, не перед которым мы просто стоим, а в котором мы рождаемся, развиваемся, действуем, находимся» [Леонтьев 2005: 149]. (См. рефлексию по поводу концепции образа мира в [Залевская 2005: 114–115; Казакова и др. 2015; Чернышова 2014: 206–209; Бубнова, Казаченко 2018: 29–30] и особенно идею об изменчивости образа мира как процесса изменения смыслового содержания слов, изменчивости индивидуального образа, через него – национального мировидения: «... изменение этого образа возможно, прежде всего, через изменение смыслового содержания слов, прежде всего тех, которые представляют собой культурные константы, цементируют этнос, обеспечивают непрерывность связи поколений» [Бубнова, Казаченко 2018: 30].)

Указанные положения в полной мере относятся к семантике оппозитивных слов *хороший*, *плохой*, называющих ценностные и аксиологические феномены, входящие в культурные константы (см. обоснование психолингвистической модели, отражающей «динамику содержания оценочных ассоциативных доминант (ОАД) русского языкового сознания», динамическое описание параметризации оценочных ассоциативных единиц «хорошо» / «плохо» в [Чернышова 2018: 128–134], а также позицию Е.Ф. Тарасова по поводу функционального назначения ценностных образований для сознания этноса: «Как показывают наблюдения, ценностный каркас, хотя и подвержен медленной эволюции, обладает экзистенциальной устойчивостью и обеспечивает существование этноса в период слома или трансформации его социальной организации» [Базовые ценности... 2019].

Выбор направления исследования определяется значительными изменениями, произошедшими в обществе за последние десятилетия, влияющими на аксиологические составляющие образа мира носителя русского языка. Применение разностороннего трендового подхода, сравнительно-сопоставительного анализа аксиологических фрагментов образа мира носителей русского языка трех поколений в границах одной возрастной и социальной группы позволило установить возможные причины изменений, определить зоны константного реагирования.

### Обсуждение

Категории «образ мира», «языковое сознание», «ценностные концепты / доминанты» и пр. активно разрабатываются психолингвистами, лингвистами, лингвокультурологами и представителями смежных наук. Категории «языковое сознание» посвящено значительное число работ психолингвистов, имеющих как общую методологическую направленность, так и нацеленных на решение категориальных, концептуальных, возрастных и т.п. проблем ([Горошко 2001, 2003; Гуц 2005; Гришук 2005, Дзюба 2015, Киселева 2009; Привалова 2006; Тарасов 2013; Уфимцева 2000, 2002, 2003, 2004, 2011 и др.]; см. обзор разных подходов к изучению языкового сознания в [Российская психолингвистика... 2021; Чернышова 2018: 127–128]). Категория «образ мира» в силу большей глобальности описана в аспектах сопоставления с понятием «картина мира» [Тарасов 2008; Казакова и др. 2015; Чернышова 2014; Бубнова, Казаченко 2018; Казаченко 2021 и др.]. В данной статье мы придерживаемся подхода к понятию «образ мира», разработанного А.Н. Леонтьевым (см. выше); полагаем, что данное понятие можно описать с помощью фрагментов социально обусловленной «целостности» с опорой на категории «психологический смысл» и «психологическое значение» (см. рассуждения об этом в [Тарасов 2008: 10]). Проблема ценностных составляющих языкового сознания (картины мира, образа мира) решается в психолингвистическом аспекте и комплексно, и фрагментарно (см. разносторонне подходы к описанию ценностных составляющих в [Базовые ценности... 2019; Казаченко 2021]).

### Результаты исследования

*Методы исследования:* количественно-качественный анализ ассоциативных полей (АП) стимулов хороший, плохой, извлеченных из СЯНРЯ, РАС, СИБАС; свободный ассоциативный эксперимент, проведенный авторами статьи при участии студентки ФФПиМК Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского Е.С. Степаненко; моделирование АП на основе результатов эксперимента, их качественного-количественный анализ; построение семантического гештальта всех АП по методике Ю.Н. Караулова; сопоставление состава и частотности реакций в ядре / периферии всех АП; выявление с последующим сопоставлением частотных реакций АП; установление линии тренда ассоциативной семантики стимулов.

В ассоциативном эксперименте 2023 г. в качестве испытуемых выступили студенты Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского (100 человек в возрасте от 17 до 24 лет). Методика проведения эксперимента стандартная: использована письменная форма выполнения экспериментального задания, анкеты генерировались методом случайных чисел, чтобы исключить возможность списывания, на каждый стимул испытуемый должен был ответить первым пришедшим на ум словом. Стимульный список состоял из 10 слов: *хорошо, грустно, приятный, плохой, счастливый, ужасно, ужасный, горячо, хороший, плохо*. В данной статье представлены результаты анализа только ассоциативных полей «хороший» и «плохой». Сравнительно-сопоставительный анализ АП стимулов хороший, плохой по данным САНРЯ, РАС, СИБАС и СЭА был направлен на решение двух задач: 1) по данным ассоциативных словарей и свободного ассоциативного эксперимента (2023 г.) определить «константы сознания» носителей русского языка – студентов трех поколений, выявить то общее, неизменное, что, по данным ассоциативных экспериментов, можно наблюдать в аксиологическом фрагменте образа мира их участников; 2) выявить различия в субъективной семантике стимулов в аспекте изменений исследуемого фрагмента образа мира.

Для решения этих задач были построены модели семантических гештальтов ассоциативных полей стимулов хороший и плохой. Полученные результаты сведены в таблицы, показывающие состав семантических гештальтов ассоциативных полей стимулов хороший и плохой (см. табл. 1–4).

Таблица №1

**Состав семантических гештальтов  
ассоциативных полей стимулов по данным САНРЯ**

<b>ХОРОШИЙ 239</b>	<b>ПЛОХОЙ 609</b>
<b>КТО</b>	
<b>Наименования человека</b>	
<p><b>По возрасту и полу</b> (47 реакций 19,6%): человек (38); парень (6); мальчик (2), ребенок.</p> <p><b>По социальным отношениям</b> (23 реакции 9,6%): друг (13), товарищ (3); дядя (20).</p> <p><b>По занятию и профессии</b> (1 реакция 0,4%): ученик.</p> <p><b>Оценочные наименования</b> (1 реакция 0,4): негодяй.</p>	<p><b>По возрасту и полу</b> (177 реакций 29%): человек (137), мальчик (33), парень (2), ребенок (2), мальчишка, он, ты.</p> <p><b>По социальным отношениям</b> (22 реакции 3,6%): товарищ (10), друг (7), враг; папа, мама, муж, сын</p> <p><b>По занятию и профессии</b> (30 реакций 4,9%): ученик (23), студент (3), преподаватель (2), работник, хозяин (1).</p> <p><b>Оценочные наименования</b> (10 реакций 1,64%): драчен, дрянь, лгун, неприятный человек, неряха, подхалим, слюнтяй, плохой ученик, труженик (1).</p>
<b>Наименования животного и пр.</b>	
<p><b>Наименования животного и пр.</b> (1 реакция 0,4%): пес.</p>	<p><b>Наименование моллюска</b> (1 реакция 0,16%): осьминог</p>
<b>ЧТО</b>	
<b>Наименования объектов</b>	
<p><b>Временные объекты и феномены, привязанные ко времени</b> (17 реакций 7,1%): урок (6); день (4); погода (2); ветер, сон, спектакль, начинание, ответ.</p> <p><b>Пространственные объекты</b> (5 реакций 2%): дом (2); домик, кабинет, стул (1).</p> <p><b>Материальные предметы</b> (13 реакций 5,4%): костюм (3); учебник (2); фильм (2), автомобиль, пай, платье, портфель, троллейбус, фрукт (1).</p>	<p><b>Временные объекты, феномены, привязанное ко времени</b> (28 реакций 4,6%): день (10), фильм (6), урок (4), утро (2), болезнь, вечер, драма, жизнь, месяц, погода (1).</p> <p><b>Пространственные объекты</b> (12 реакций 2%): дом (2), парта (2), плакат (2), радуга (2), стол (2), двор, диван (1).</p> <p><b>Материальные предметы</b> (13 реакций 5,4%): предмет (5), письмо (2), автомобиль, арбуз, велосипед, вода, доска, карандаш, текст, тряпка, цветок (1).</p>

<p><b>Речевые, чувственные, поведенческие объекты -</b> перцептивные, ментальные, поведенческие объекты -</p> <p><b>Оценочные наименования:</b> чудо что надо, что именно (2 реакции 0,8%).</p>	<p><b>Речевые, перцептивные, чувственные, ментальные, поведенческие объекты</b> (46 реакций 8%): характер (8), голос (4), слух (3), аппетит (2), звук (2), неправда (2), ответ (2), свет (2), сила (2), совет (2), ужас (2), анекдот, болезнь, вкус, выбор, настроение, неприятность, опыт, память, порядок, поступок, признак, пример, речь, состояние, состояние человека (1).</p> <p><b>Оценочные наименования</b> (3 реакции 0,5%): гадость, грязь, нечестный номер.</p>
<b>КАКОЙ</b>	
<b>Качественные наименования</b>	
<p><b>Оценочная квалификация</b> (81 реакция 34%): плохой (72); отличный (5); замечательный, неплохой, прекрасный, средний (1).</p> <p><b>Качества человека / объекта</b> (23 реакции 9,6%): добрый (6); красивый (3); милый (3); чудесный (3), деятельный, ласковый, светлый, симпатичный, прекрасный, средний, точный, умный (1).</p> <p><b>Перцептивно воспринимаемые качества</b> (10 реакций 4,1%): большой (3); приятный (2), вкусный, громадный, настоящий, полный, сладкий (1).</p>	<p><b>Оценочная квалификация</b> (226 реакций 36%): хороший (217). нехороший (6), лучший, отличный, ужасный.</p> <p><b>Качества человека / объекта</b> (17 реакций 3%): добрый (6), гадкий (2), грубый (2), вечный, невоспитанный, противный, симпатичный, страшный, сумасшедший, хошоенький (1).</p> <p><b>Перцептивно воспринимаемые качества</b> (10 реакций 2%): грязный (3), горький (2), черный (2), дряблый, невкусный, серый (1).</p>
<p><b>(как?)</b> (13 реакций 5,4%): очень (5); хорошо (4) не очень (2), плохо, правильно (1).</p>	<p><b>(как?)</b> (4 реакции 0,7%) очень (2), нет, слишком (1).</p>

Таблица №2

**Состав семантических гештальтов  
ассоциативных полей стимулов по данным РАС**

<b>ХОРОШИЙ 646</b>	<b>ПЛОХОЙ 543</b>
<b>КТО</b>	
<b>Наименования человека</b>	
<p><b>Пространственные объекты</b> (12 реакций 2%): дом (2), парта (2), плакат (2), радуга (2), стол (2), двор, диван (1).</p> <p><b>Материальные предметы</b> (13 реакций 5,4%): предмет (5), письмо (2), автомобиль, арбуз, велосипед, вода, доска, карандаш, текст, тряпка, цветок (1).</p>	<p><b>По возрасту</b> (108 реакций 20%): человек (81), мальчик (17), ребенок (2), то, Лигачев, мужчина, парень, растреланный человек, тот, кто отстал, ты, человек в сером (1).</p> <p><b>По социальному статусу</b> (63 реакции 11,6%): товарищ (23), друг (22), муж (10), дядя (2), враг, недруг, партнер, дядька (1).</p>

<p><b>По занятию и профессии</b> (27 реакций 4,2%): ученик (6); врач (2); спортсмен (2); учитель (2); актер, бизнесмен, водитель, воин, вор, гость, плебей, начальник, писатель, преподаватель, приятель, профессионал, работник, рабочий, специалист (1).</p> <p><b>Оценочные наименования</b> (9 реакций 1,4%): дурак (2); козел (2); кока, молодец, плут, подлец, чудака (1).</p>	<p><b>По возрасту</b> (108 реакций 20%): человек (81), мальчик (17), ребенок (2), то, Лигачев, мужчина, парень, растрепанный человек, тот, кто отстал, ты, человек в сером (1).</p> <p><b>По социальному статусу</b> (63 реакции 11,6%): товарищ (23), друг (22), муж (10), дядя (2), враг, недруг, партнер, дядька (1).</p> <p><b>По занятию и профессии</b> (41 реакция 7,5%): ученик (8), студент (5), преподаватель (4), работник (4), учитель (3), помощник (2), собеседник (2), воин, врач, мастер, милиционер, писатель, сержант, советчик, специалист, стажер, танцор, токарь, ухажер, хулиган</p> <p><b>Оценочные наименования</b> (12 реакций 2,2%): редиска (3), балбес, бяка, гад, дурак, идиот, негодяй, плохишка, подлец, самодур (1).</p>
<p><b>Наименования животного и пр.</b></p>	
<p><b>Наименования животного и птицы</b> (7 реакций 1,09%): пес (3); конь (3); воробей (1).</p>	<p><b>Наименования животного, птицы и артефакта</b> (2 реакции 0,4%): птица, робот (1).</p>
<p><b>ЧТО</b></p>	
<p><b>Наименования объектов</b></p>	
<p><b>Временные объекты и феномены, привязанные ко времени</b> (70 реакций 11%): день (36); фильм (6); поступок (5); концерт (3); сон (3); урок (3); вечер, год, голод, завтрак, каникулы, миг, момент, насморк, праздник, снег, солнечный день, спектакль, ужин, утро (1).</p> <p><b>Пространственные объекты</b> (8 реакций 1,2%): дом (5); класс, лес, магазин, мир, стул (1).</p> <p><b>Материальные предметы</b> (50 реакций 8%): хлеб (3); костюм (2); магнитофон (20); подарок (2); солнце (2), автомобиль, билет, ботинок, журнал, знак, инструмент, кекс, коньяк, кофта, кровать, кусок, пенал, песня, портфель, предмет, прибор, пример, сок, суп, торт, урожай (1).</p>	<p><b>Временные объекты и феномены, привязанные ко времени</b> (65 реакций 12%): день (28), сон (8), урок (8), обед (3), конец (2), брак, вход, выход, год, детектив, детство, завтрак, климат, мороз, обычай, погода, случай, спектакль, ужин, утро, фильм (1).</p> <p><b>Пространственные объекты</b> (16 реакций 3%): дом (5), город, душ, мотоцикл, квартира, мост, общество, рок-н-ролл, словарь, стул, Ханой, шар с</p> <p><b>Материальные предметы</b> (46 реакций 8,4%): пример (3), товар (3), билет (2), костюм (2), продукт (2), сорт (2), урожай (2), байт, камень, карандаш, картошка, коньяк, ложка, мед, отметка, оценка, пирог, подарок, портвейн, почерк, предмет, рецепт, ритм, ручка, слог, суп, хлеб, чемодан, член (1).</p>

<p><b>Речевые, перцептивные, чувственные, ментальные, поведенческие объекты</b> (31 реакция 5%): вкус (11); аппетит (3); результат (2); голос, запах, заработок, качество, ответ, показатель, покой, разговор, свет, слух, смех, улыбка, ум, характер, цвет (1).</p> <p><b>Оценочные наименования</b> (2 реакции 0,3%): товар-редкость, шик (1).</p>	<p><b>Речевые, перцептивные, чувственные, ментальные, поведенческие объекты</b> (45 реакций 8,2%): характер (6), настроение (5), поступок (4), совет (4), вид (3), вкус (3), вопрос (2), конец (2), рассказ (2), слух (2), аппетит, грубость, заработок, злость, настрой, подход, разговор, расставание, результат, свет, слог, юмор (1).</p> <p><b>Оценочные наименования</b> -</p>
<b>КАКОЙ</b>	
<b>Качественные наименования</b>	
<p><b>Оценочная квалификация</b> (98 реакций 15,3%): плохой (79); отличный (5); лучший (4); замечательный, классный, неплохой, нормальный, отличный, прекрасный, такой, худший, нет таких, но иногда довольно плох (1).</p> <p><b>Качества человека / объекта</b> (42 реакции 6,5%): добрый (15); приятный (6); милый (2); надежный (2); не злой (2), дорогой, замечательный, злой, любимый, пригожий, примерный, пьяный, родной, скромный, удачный, умелый, умный, уравновешенный, человеческий (1).</p> <p><b>Перцептивно воспринимаемые качества</b> (12 реакций 2%): мягкий (3); благоприятный, близкий, большой, доброкачественный, добротный, желтый, круглый, отечественный, розовый (1).</p>	<p><b>Оценочная квалификация</b> (72 реакции 13%): хороший (56), некачественный (2), плохой (2), скверный (2), ужасный (2), не лучший, не обязательно нехороший, не хороший, нехороший, очень плохой, отвратительный, противный, худший (1).</p> <p><b>Качества человека / объекта</b> (29 реакций 5,3%): злой (3), ненужный (3), больной (2), грязный (2), хреновый (2), бездарный, вредный, гадкий, глупый, гнилой, ленивый, испорченный, неопрятный, неподходящий, несчастный, нечестный, никчемный, послушный, противный, рваный, скрытный, старый (1).</p> <p><b>Перцептивно воспринимаемые качества</b> (12 реакций 2,2%): черный (4), грязный (2), желанный, зримый, красивое, любимый, мокрый, неважный, неинтересный, некрасивый, сухой (1).</p>
<p><b>4.Чей?</b> (3 реакции 0,5%): мой (3)</p>	<p><b>4.Чей?</b> -</p>
<p><b>5.Как? когда?</b> (7 реакций 1,09%): всегда, да, мало, плохо, очень, очень приятно, разве? (1).</p>	<p><b>5.Как? когда?</b> (2 реакции 0,4%) вовремя, до жути (1).</p>
<p><b>6.Индивидуальные ассоциации</b> (7 реакций 1,09%): не знаю (2), брось, обманывать, отдохнуть, показалось, это с какой стороны посмотреть (1).</p>	<p><b>6. Индивидуальные ассоциации</b> (2 реакции 0,4%): был, что такое хорошо и что такое плохо? (1).</p>

Таблица №3

**Состав семантических гешталтов  
ассоциативных полей стимулов по данным СИБАС**

<b>ХОРОШИЙ 505</b>	<b>ПЛОХОЙ 500</b>
<b>КТО</b>	
<b>Наименования человека</b>	
<p><b>По возрасту и полу</b> (84 реакции 16,6%): человек (69); мальчик (6); я (4); парень (2); девушка, ребенок, человек (1).</p> <p><b>По социальному статусу</b> (97 реакции 19,2%): друг (89); отец (2); враг, друг, семья, мать, партнер, немец (1).</p> <p><b>По занятию и профессии</b> (17 реакций 3,3%): учитель (5); адвокат (2); преподаватель (2); декан, начальник, педагог, режиссер, писатель, политик, поэт, ученик (1).</p> <p><b>Оценочные наименования</b> (8 реакций 1,6%): умничка (2), умница, гад, Зай, душка, молодец, перец (1).</p>	<p><b>По возрасту и полу</b> (130 реакций 26%): человек (77), парень (17), мальчик (15), ребенок (6), мужик (2), Санта (2), и это я, мальчиш, мальчишка, парень, Рома, Джон, Клин, Иствуд, Плохиш, чел, я (1).</p> <p><b>По социальному статусу</b> (19 реакций 3,8%): друг (5), товарищ (4), муж (2), недруг (2), враг, дед, зять, папа, сосед, сотрудник (1).</p> <p><b>По занятию и профессии</b> (42 реакции 8,4%): ученик (5), преподаватель (3), специалист (3), студент (3), врач (2), игрок (2), работник (2), убийца (2), учитель (2), актер, бандит, водитель, доктор, капитан, командир, коп, любовник, мафия, нигер, персонаж, препод, проводник, танцор, террорист, ученый, футболист, художник (1).</p> <p><b>Оценочные наименования</b> (21 реакция 4,2%): редиска (5), дурак (2), негодяй (2), безумец, бяка, гад, дятел, злодей, подлец, предатель, урод, чел, черт, чмо, чувак (1).</p>
<b>Наименования животного и пр.</b>	
<p><b>Наименования животного</b> (4 реакции 0,8%): пес (2); кот, мишка (1).</p>	<p><b>Наименования животного и пр.</b> (4 реакции 0,8%): кот, краб, крыса, пес (1).</p>
<b>ЧТО</b>	
<b>Наименования объектов</b>	
<p><b>Временные объекты и феномены, привязанное ко времени</b> (65 реакций 13%): день (26); фильм (4); сон (3); время (2); слух (2); урок (2), доклад, дружба, завтрак, месяц, момент, ночь, поведение, повод, погода, праздник, ремонт, сделка, секс, труд, ужин, ход (1).</p>	<p><b>Временные объекты и феномены, привязанное ко времени</b> (46 реакций 9,2%): день (29), сон (4), вечер (2), случай (2), фильм (2), возраст, инцидент момент, обед, день, сюжет, урок, конец (1).</p>



<p><b>Пространственные объекты</b> (4 реакции 0,8%): класс (2); ларек, стул (1).</p> <p><b>Материальные предметы</b> (18 реакций 3,6%): телефон (3); велосипед (2); балл, бублик, галстук, жест, конфета, оценка, почерк, пояс, солнце, телевизор, товар, урожай, цветы (1).</p> <p><b>Речевые, перцептивные, чувственные, ментальные, поведенческие объекты</b> (43 реакции 8,5%): поступок (10); вкус (5); добро (4); вид (3); ответ (3); слух (2); совет (2); улыбка (2); доброта, улыбка, доклад, качество, качество, метод, мысль, норма, понимание, пример, свет, сюрприз, текст, уважение, удар, удел, успокоенность, уют, характер, вопрос, шаблонная фраза, язык (1).</p> <p><b>Оценочные наименования</b> (3 реакции 0,6%): даос, позитив, редкость (1).</p>	<p><b>Пространственные объекты</b> (9 реакций 2%): болото, город, государство, дом, интерьер, корабль, магазин, маршрут, факультет (1).</p> <p><b>Материальные предметы</b> (13 реакций 2,6%): ботинок, вирус, гроб, йогурт, коньяк, мел, плащ, помидор, сок, сыр, товар, фрукт, выстрел (1).</p> <p><b>Речевые, перцептивные, чувственные, ментальные, поведенческие объекты</b> (63 реакции 12,6%): поступок (19), зло (7), вкус (4), характер (3), вид (2), выбор (2), злоба (2), знак (2), нрав (2), слух (2), возраст, вред, глупость, гнев, грязь, жалость, запах, злость, коварство, настрой, отвращение, отношение, пример, разум, результат, совет, тост, удар (1).</p> <p><b>Оценочные наименования:</b> негатив, Ужас, черный цвет (3 реакции 0,6%).</p>
<b>КАКОЙ</b>	
<b>Качественные наименования</b>	
<p><b>Оценочная квалификация</b> (66 реакций 13,3%): плохой (48); качественный (3); лучший (3); неплохой (2); нормальный (2); good (2), классный, лучшее, обычный, позитивный, прекрасный, дорого (1).</p> <p><b>Качества человека / объекта</b> (63 реакции 12,4%): добрый (31); милый (5); положительный (4); приятный (4); злой (3); прилежный (3); веселый, добрый, единственный, знакомый, любимый, открытый, правдивый, радостный, разумный, родной, славный, счастливый, хитрый (1).</p> <p><b>Перцептивно воспринимаемые качества</b> (11 реакций 2%): светлый (2); белый, годный, долговечный, круглый, мягкий, нужный, прочный, теплый, удачный (1).</p>	<p><b>Оценочная квалификация</b> (59 реакций 12%): хороший (35), нехороший (10), ужасный (4), некачественный (2), bad, еще хуже, необычный, отвратительный, плохой, недоделанный, безобразный, неудовлетворительный (1).</p> <p><b>Качества человека / объекта</b> (45 реакций 9%): злой (25), испорченный (3), вредный (2), добрый (2), гадкий, гнусный, курящий, лицемерный, моральный, невоспитанный, недобрый, недостойный, ненадежный, нервный, обиженный, угловатый, чужой (1).</p> <p><b>Перцептивно воспринимаемые качества</b> (15 реакций 3%): черный (4), некрасивый (2), безобразный, грязно-серый, жесткий, ледяной, необычный, неправильный, неприятный, обратный, скучный (1).</p>

4. (как?) (4 реакции 0,8%): очень ((2). не всегда, нет. (1).	4. (как?) (6 реакций 1,2%) не очень (3), очень (2), опять? (1)
5. (делать) -	5. (делать) (3 реакции 0,6%) сосать, убить, уничтожить (1).

Таблица №4

**Состав семантических гешталтов  
ассоциативных полей стимулов по данным САЭ**

<b>ХОРОШИЙ 100</b>	<b>ПЛОХОЙ 100</b>
<b>КТО</b>	
<b>Наименования человека</b>	
<p><b>По возрасту и полу</b> (23 реакции 23%): человек (11); мальчик (10); парень, я (1).</p> <p><b>По социальному статусу</b> (12 реакций 12%): друг (10); враг, папа (1).</p> <p><b>По занятию и профессии</b> (3 реакции 3%): доктор, писатель, препод (1).</p> <p><b>Оценочные наименования -</b></p>	<p><b>По возрасту и полу</b> (20 реакций 20%): человек (13), мальчик (3); мужик, парень Макар, Санта (1),</p> <p><b>По социальному статусу</b> (5 реакций 5%): друг (3); враг, дед (1),</p> <p><b>По занятию и профессии</b> (5 реакции 5%): актер, персонаж, полицейский, преподаватель, ученик (1).</p> <p><b>Оценочные наименования</b> (3 реакции 3%): мудака, предатель, эгоист (1).</p>
<b>Наименования животного</b>	
<p><b>Наименования животного</b> (3 реакции 3%): пес (2); щенок (1).</p>	<p><b>Наименования животного</b> (1 реакция 1%): волк (1).</p>
<b>ЧТО</b>	
<b>Наименования объектов</b>	
<p><b>Временные объекты и феномены, привязанные ко времени</b> (11 реакций 11%): вечер, выходной, конец, обед, ремиссия, секс, сон, урок, утро, фильм, финал (1).</p> <p><b>Пространственные объекты -</b></p> <p><b>Материальные предметы</b> (27 реакций 27%): алкоголь (10); аттестат (10); вкусная еда, деньги, знак, золото, игрушка, снег, трава (1).</p> <p><b>Речевые, перцептивные, чувственные, ментальные, поведенческие объекты</b> (11 реакций 11 %): поступок (4); вкус (2); безопасность, безопасность, нейтральность, пример, улыбка (1).</p> <p><b>Оценочные наименования -</b></p>	<p><b>Временные объекты и феномены, привязанные ко времени</b> (23 реакции 23%): день (11), погода (3), сон (3), сюжет (2); год, вечер, год, неудачный день (1),</p> <p><b>Пространственные объекты</b> (2 реакции 2%) принтер, туча (1)</p> <p><b>Материальные предметы</b> (3 реакции 3%): клей, оценка, признак (1)</p> <p><b>Речевые, перцептивные, чувственные, ментальные, поведенческие объекты</b> (9 реакций 9%): вкус (2), действие исподтишка, запах, контроль, работа, роман, случай, чувства (1).</p> <p><b>Оценочные наименования:</b> смайлик с рожками (1) (1 реакция 1%).</p>

<b>КАКОЙ</b>	
<b>Качественные наименования</b>	
<p><b>Оценочная квалификация</b> (4 реакции 4%): плохой (2); неплохой, позитивный (1).</p> <p><b>Качества человека / объекта</b> (11 реакций 11%): добрый (3); злой, красивый, любимый, милый, редкий, спокойный, толстый верный (1).</p> <p><b>Перцептивно воспринимаемые качества</b> (7 реакций 7%): приятный (3); выходной, желтый, мягкий, удобный (1).</p>	<p><b>Оценочная квалификация</b> (4 реакции 4%): хороший (2), негативное, смешанный (1).</p> <p><b>Качества человека / объекта</b> (16 реакций 16%): злой (8); безнравственный, болезненный, вредный, гнилой, грубый, жалкий, злобный, мерзкий (1)</p> <p><b>Перцептивно воспринимаемые качества</b> (5 реакций 5%): колючий, красный, невкусный, пасмурный, сложный (1).</p>
<p><b>4. Как?</b> (1 реакция 1%) замечательно (1).</p>	<p><b>4. Как?</b> -</p>

**Анализ состава гештальтов ассоциативных полей**

*Ассоциативное поле стимула* хороший

Анализ полученного ассоциативного материала (временной промежуток около сорока лет) позволяет определить реакции-«константы», отмеченные во всех анализируемых ассоциативных полях (см. табл. 5).

*Таблица №5*

**Реакции, зафиксированные во всех ассоциативных полях стимула ХОРОШИЙ и в ассоциативном поле САЭ**

СЛОВО	СЛОВАРИ: реакции на стимул ХОРОШИЙ			
	САНРЯ (239 – 100%)	РАС (642) –100%)	СИБАС (505 – 100%)	САЭ (100 – 100%)
Человек	38 (15,9%)	95 (14,7%)	69 (13,6%)	11 (11%)
Друг	13 (5,4%)	90 (14%)	89 (17,6%)	10 (10%)
Парень	6 (2,5%)	15 (02,3%)	2 (0,3%)	1 (1%)
Мальчик	2 (0,8%)	20 (3,1%)	6 (1,1%)	4 (4%)
Урок	6 (2,5%)	3 (0,46)	2 (0,3%)	1 (1%)
Сон	1 (0,4%)	3 (0,46)	3 (0,5%)	1 (1%)
Фильм	2 (0,84)	6 (0,93)	4 (0,79)	1 (1%)
Плохой	72 (30,1%)	79 (12,3)	48 (9,5%)	2 (2%)
Добрый	6 (2,5%)	15 (12,33%)	31 (6,13%)	3 (3%)
Милый	3 (1,25%)	2 (0,3%)	5 (0,99%)	1 (1%)
Приятный	2 (0,83)	6 (0,93)	4 (0,79)	3 (3%)

Таблица 5 показывает стабильные отношения стимула хороший и вызываемых им ассоциаций. Реакции *человек* и *друг*, входящие в ядро языкового сознания русских [Уфимцева 2002: 159], частотны и в анализируемом нами ассоциативном

поле. К ним примыкают менее частотные, но повторяющиеся во всех АП, близкие по семантике реакции *парень* и *мальчик*. В зоне неодушевленных существительных повторяющимися являются малочастотные реакции *урок*, *сон* и *фильм*, обозначающие близкие, повседневные для информантов реалии. В зоне оценочных реакций лидирует (исключение – САЭ) антоним *плохой*. Ассоциации, выраженные антонимами и оппозициями, характерны для любых стимулов, особенно – для имен прилагательных. Слово *хороший*, собственно оценочное, выражающее абсолютную оценку [Вольф 2002: 29; 15], вызывало у информантов желание уточнить, конкретизировать, выразить возможную оценку подразумеваемого ими объекта. Несмотря на многообразие реакций-оценок, только три слова (*добрый*, *милый* и *приятный*) стали общими для всех АП реакциями-константами.

Для решения второй задачи – определения различия в субъективной семантике стимулов в аспекте изменений исследуемого фрагмента образа мира – был проведен сравнительно-сопоставительный анализ состава фрагментов семантических гештальтов (см. табл. 6).

Таблица №6

Сопоставительная таблица состава семантического гештальта АП стимула хороший

АП стимула хороший	САНРЯ (239)	РАС (646)	СИБАС (505)	САЭ (100)
Семантическая область гештальта	Количество реакций /%			
<b>КТО</b> <b>Наименования человека</b>	<b>86 г 36%</b>	<b>316 г 49%</b>	<b>210 г 41,6%</b>	<b>41 г 41%</b>
По возрасту и полу	47 г 19,6%	130 г 20%	84 г 16,6%	23 г 23%
По социальному статусу	23 г 9,6%	144 г 22,3%	97 г 19,2%	12 г 12%
По занятию и профессии	1 г 0,4%	27 г 4,2%	17 г 3,3%	3 г 3%
Оценочные наименования	1 г 0,4%	9 г 1,4%	8 г 1,6%	-
<b>Наименования животного</b>	1 г 0,4%	7 г 1,09%	4 г 0,8%	3 г 3%
<b>ЧТО</b> <b>Наименования объектов</b>	<b>38 г 16%</b>	<b>161 г 25%</b>	<b>132 г 26%</b>	<b>49 г 49%</b>
Временные объекты и феномены, привязанные ко времени	17 г 7,1%	65 г 10%	55 г 11%	15 г 15%
Пространственные объекты	5 г 2%	8 г 1,2%	4 г 0,8%	-
Материальные предметы	13 г 5,4%	50 г 8%	18 г 3,6%	27 г 27%
Речевые, перцептивные, чувственные, ментальные, поведенческие объекты	-	36 г 6%	53 г 10,5%	7 г 7%
Оценочные наименования	2 г 0,8%	31 г 5%	3 г 0,5%	-

<b>КАКОЙ</b>				
<b>Качественные наименования</b>	<b>114 г 48%</b>	<b>152 г 24%</b>	<b>140 г 27,7%</b>	<b>22 г 22%</b>
Оценочная квалификация	81 г 34%	98 г 15,3%	66 г 13,3%	4 г 4%
Качества человека / объекта	23 г 9,6%	42 г 6,5%	63 г 12,4%	11 г 11%
Перцептивно воспринимаемые качества	10 г 4,1%	12 г 2%	11 г 2%	7 г 7%
<b>ЧЕЙ</b>	-	3 г 0,5%	-	-
<b>КАК / КОГДА</b>	<b>13 г 5,4%</b>	<b>7 г 1,09%</b>	<b>4 г 0,8%</b>	<b>1 г 1%</b>
<b>ИНД. АССОЦИАЦИИ</b>	-	<b>7 г 1,09%</b>	-	-

Анализ АП показал, что участники ассоциативных экспериментов реагируют на стимул хороший, акцентируя наиболее часто семантическую область субъектов (фрагмент семантического гештальта КТО самый большой по численности – см. табл. 1–5). Необходимо отметить преобладание в этой части гештальта номинаций лиц по параметру возраста и пола, что указывает на значимость именно такой связи со стимулом. Ассоциации *человек, друг, парень, мальчик* (см. табл. 1–5), являясь реакциями-константами, сохраняют свою актуальность для реципиентов вне зависимости от поколенческих и иных процессов. Причем, если реакция *человек* примерно одинаково частотна во всех АП проанализированных словарей и САЭ 2023 г., то реакция *друг* отличается неуклонным повышением своей значимости для респондентов разных поколений, кроме студентов г. Омска (см. табл. 1–6). Реакция *мальчик* была наиболее актуальна для поколения информантов РАС (см. табл. 2), следующее поколение реже обращалось к этой реакции, однако в образе мира студентов ОмГУ им. Ф.М. Достоевского это слово достаточно прочно связано со стимулом хороший.

При выборе в качестве реакций наименований из области субъектов, названных по социальным параметрам, наблюдается «скачкообразная» тенденция, связанная с поколенческими процессами: для информантов периода РАС эта область была наиболее значимой, затем происходит некоторое снижение актуальности (см. табл. 2). В группе реакций «лица по профессии и занятию» заметно первоначальное устойчивое повышение частотности, затем – незначительное снижение и стабилизация.

Зона оценочных наименований лица немногочисленна (см. табл. 1–5). Общее количество реакций (с учетом повторяющихся) – 18, из них с положительной оценкой – 5 (*душка, умничка, молодец 2, умница*), с отрицательной – 6 (*гад, дурак, козел, негодяй, подлец, плут*).

Реакции – номинации животных также малочисленны (15): *пес* (8) и единичные *воробей, кот, мишка, щенок*.

Следующая зона семантического гештальта – наименования объектов. Самой многочисленной и разнообразной по семантике является зона, охватывающая реакции, связанные со временем: *время, утро, день, вечер, ночь, миг, момент, обед, ужин, выходной*. Реакции, представленные в остальных зонах (пространственные объекты, материальные предметы и оценочные наименования), составляют менее 10% от общего числа реакций в каждом ассоциативном поле. Исключение: зона «материальные объекты» (САЭ – 27%).

Все реакции, относящиеся к зонам «Наименования человека и животного», «Наименования объектов», – реакции развертывания, а коммуникативная тактика испытуемых, использующих данные ассоциации – тактика номинации. Такие ассоциативные отношения характерны для пар S прил. – R сущ. Реакция, выраженная именем существительным, «достраивает» стимул до словосочетания (например, *хороший день, человек, вечер*) или до «синтаксического примитива» (Ю.Н. Караулов): *хороший умница, погода, платье*.

Зона «Качественные наименования» включает реакции пояснения [Гуц 2005: 74]. Испытуемые, выбравшие данную коммуникативную тактику, стремятся объяснить, пояснить, конкретизировать стимул, выражающий общую оценку: *хороший (это какой?) – добрый, милый, интересный, приятный, прекрасный, симпатичный, умный, вкусный, большой, полный* и др.

*Ассоциативное поле стимула плохой*

На первом этапе анализа ассоциативных полей стимула плохой были выделены повторяющиеся реакции во всех АП. Результаты анализа представлены в табл. 7.

Таблица №7

**Реакции, зафиксированные в ассоциативных полях стимула плохой во всех анализируемых словарях и САЭ**

СЛОВО	СЛОВАРЬ СТИМУЛ ПЛОХОЙ			
	САНРЯ (609 – 100%)	РАС (642)–100%)	СИБАС (505 – 100%)	САЭ (100 – 100%)
Человек	137 (22,5%)	81 (12,6%)	77 (15,2%)	13 (13%)
Друг	7 (1,14%)	22 (3,4%)	5 (0,9%)	3 (3%)
Преподаватель	2 (0,32%)	4 (0,6%)	3 (0,5%)	1 (1%)
Мальчик	23 (3,8%)	17 (2,6%)	15 (2,9%)	3 (3%)
День	10 (1,64%)	28 (4,3%)	29 (5,7%)	11(11%)
Сон	1 (0,16%)	8 (1,25%)	4 (0,8%)	3 (3%)
Хороший	217 (35,6%)	56 (8,7%)	35 (6,9%)	2 (2%)
Товарищ	10 (1,64%)	23 ( 3,6%)	4 (0,8%	-
Студент	3 (0,49%)	5 (0,8%)	3 (0,6%)	-
Ребенок	2 (0,32%)	2 (0,3%)	6 (1,2%)	-
Слух	3 (0,49%)	2 (0,3%)	2 (0,4%)	-
Поступок	1 (0,16%)	4 (0,6%)	19 (3,8%)	-
Характер	1 (0,16%)	6 (0,9%)	3 (0,6%)	-
Нехороший	6 (1%)	1 (0,16%)	10 (2%)	-
Ужасный	1(0,16%)	1 (0,16%)	4 (0,8%)	-
Черный	2 (0,32%)	4 (0,6%)	4 (0,8%)	-

Сравним повторяющиеся реакции в АП стимулов плохой и хороший. В зоне «Наименования человека» представлены следующие общие реакции: *человек, друг, мальчик*. В АП стимула плохой отсутствует реакция *парень* и добавляется реакция *преподаватель*; ассоциации *товарищ, ребенок и студент* не представлены в САЭ. В зоне «Наименования объектов» только одна общая реакция – *сон*, отсутствуют *фильм и урок*, добавлены *слух, поступок и характер*. Такое частичное совпадение реакций-констант в анализируемых полях объясняется и семантикой, и частотностью функционирования в речи. Например, лексемы *слух, поступок и характер*, сочетаясь

с прилагательным *плохой*, «обладают высокой степенью стандартности, а значит воспроизводимости, и представляют собой следы текстов, которые в разное время проходили через АВС носителя языка» [Караулов 1999:109]. Зона «Качественные наименования», вследствие антонимического характера стимулов, не имеют совпадений и повторяющихся реакций.

Сравнительно-сопоставительный анализ состава фрагментов семантических гештальтов АП стимула *плохой* (решение второй задачи исследования) выявил тенденции, аналогичные установленным в ходе описания семантических гештальтов антонимичного стимула (см. табл. 8).

*Таблица №8*

**Сопоставительная таблица состава семантического гештальта АП «Плохой»**

АП стимула <i>плохой</i>	САНРЯ (609)	РАС (543)	СИБАС (500)	САЭ (100)
Семантическая область гештальта	Количество реакций / %			
<b>КТО</b> <b>Наименования человека</b>	<b>240 г 39,4%</b>	<b>226 г 41,6%</b>	<b>216 г 43,2%</b>	<b>34 г 34%</b>
По возрасту и полу	177 г 29%	108 г 20%	130 г 26%	20 г 20%
По социальным отношениям	22 г 3,6%	63 г 11,6%	19 г 3,8%	5 г 5%
По занятию и профессии	30 г 4,9%	41 г 7,5%	42 г 8,4%	5 г 5%
Оценочные наименования	10 г 1,64%	12 г 2,2%	21 г 4,2%	3 г 3%
<b>Наименования животного</b>	<b>1 г 0,16%</b>	<b>2 г 0,4%</b>	<b>4 г 0,8%</b>	<b>1 г 1%</b>
<b>ЧТО</b> <b>Наименования объектов</b>	<b>102 г 17%</b>	<b>172 г 32%</b>	<b>134 г 27%</b>	<b>38 г 38%</b>
Временные объекты и феномены, привязанные ко времени	28 г 4,6%	65 г 12%	46 г 9,2%	23 г 23%
Пространственные объекты	12 г 2%	16 г 3%	9 г 2%	2 г 2%
Материальные предметы	13 г 2,1%	46 г 8,4%	13 г 2,6%	3 г 3%
Речевые, перцептивные, чувственные, ментальные, поведенческие объекты	46 г 8%	45 г 8,2%	63 г 12,6%	9 г 9%
Оценочные наименования	3 г 0,5%	-	3 г 0,6%	1 г 1%
<b>КАКОЙ</b> <b>Качественные наименования</b>	<b>253 г 41,5%</b>	<b>113 г 21%</b>	<b>119 г 24%</b>	<b>25 г 25%</b>
Оценочная квалификация	226 г 36%	72 г 13%	59 г 12%	4 г 4%
Качества человека / объекта	17 г 3%	29 г 5,3%	45 г 9%	16 г 16%
Перцептивно воспринимаемые качества	10 г 2%	12 г 2,2%	15 г 3%	5 г 5%
<b>КАК</b>	<b>4 г 0,7%</b>	<b>2 г 0,4%</b>	<b>6 г 1,2%</b>	-
<b>ИНД. АССОЦИАЦИИ</b>	-	<b>2 г 0,4%</b>	-	-
<b>ДЕЛАТЬ</b>	-	-	<b>3 г 0,6%</b>	-

Наиболее объемным и разнообразным по составу является сектор, связанный с субъектом, в первую очередь – *человеком* (сектор КТО). В границах сектора преобладают реакции – наименования людей по возрасту и полу. Причем данная группа реакций достаточно значима для информантов САНРЯ и СИБАС (можно говорить о значительной актуализации данной семантической области для носителей русского языка «через поколение» см. табл. 1,3). Для информантов РАС и САЭ актуальность подобного типа реагирования несколько ниже. Среди наиболее частотных реакций данного сектора во всех АП всех поколений носителей языка преобладает реакция *человек* (см. табл. 1–4, 7). Максимальная частотность данной реакции была зафиксирована в 70-е годы XX в. (у информантов САНРЯ – 57,3%), затем частотность понизилась в 4,5 раза у респондентов РАС и осталась приблизительно на одном уровне (разница между частотностью 15,2% в СИБАС и 13% в САЭ нерепрезентативна). Соотношение стимула с лексемой *друг* (сектор наименований человека по социальным связям) у информантов РАС несколько выше, чем у респондентов САНРЯ – представителей предыдущего поколения. У представителей следующего поколения (СИБАС) частотность связи указанной реакции со стимулом уменьшилась в 3,7 раза, затем опять выросла в 3,3 раза у студентов Омска. Связь слова-стимула *плохой* с реакцией *преподаватель* остается стабильной в ассоциативных полях всех анализируемых словарей, а значит, и в образе мира их информантов, не выходя за рамки частотности 4, 2, 1 (см. табл. 1–4, 7). Связь стимула с реакцией *мальчик* актуальна, как и связь этой лексемы со стимулом *хороший*. При этом относительная сила связи *плохой* → *мальчик* выше, чем аналогичная величина связи *хороший* → *мальчик* (см. табл. 1–4,7). Для информантов САНРЯ эта величина оказалась наиболее проявленной (9,6%), затем для представителей последующих поколений она уменьшилась в 3,6 раза и осталась в границах указанного показателя (2,6% РАС, 2,9% СИБАС, 3% САЭ). Что касается выбора данной реакции для стимула *хороший*, то изначально прочность связи была достаточно низкой (0,8% САНРЯ), затем она стала выше в 3,7 раза (РАС), затем опять понизилась в 2,8 раза (1,1% СИБАС) и опять увеличилась в 3,6 раза (4% САЭ).

Стимул *плохой* достаточно часто вызывает реакции из области «лица по занятиям и профессии» (см. таблицы 1–4,8). При этом данный сектор менее наполнен в семантических гештальтах ассоциативных полей САНРЯ (4,9%) и САЭ (5%), однако объемен и разнообразен по составу реакций в ассоциативных материалах РАС (7,5%) и СИБАС (8,4%) – у информантов, представителей двух следующих поколений. Разнообразие состава реакций связано с расширением наименований традиционного круга участников педагогического процесса в школе и вузе (*ученик, учитель, преподаватель, студент* и т.п.) за счет единичных наименований субъектов действий в РАС (*собеседник, советчик*) и представителей других профессий (*воин, врач, писатель, мастер, милиционер, сержант, специалист* и пр.) в РАС. Последние переходят в группу малочастотных реакций с индексами 2, 3 в СИБАС, для которого характерно еще большее расширение единичных реакций (*актер, бандит, водитель, капитан, командир, коп, проводник, танцор, террорист, ученый, футболист* и пр.). Такая особенность указывает на нарастание у носителей языка прочности связи стимула с реакциями – названиями лиц по профессиям и занятиям. В данном секторе наиболее частотной реакцией для представителей трех поколений является лексема *ученик* (23 реакции в САНРЯ, 8 реакций в РАС, 5 реакций в СИБАС). Но она единична для студентов-участников САЭ (см. табл. 4).



Слово-стимул плохой в образе мира всех исследуемых поколений студентов связан с лексемами – наименованиями человека по социальному статусу. Наибольший процент подобных реакций был зафиксирован у информантов РАС (11,6%), в остальных группах респондентов частотность подобного типа соотношения ниже и колеблется от 3,6% (САНРЯ), 3,8% (СИБАС) до 5% (САЭ). Среди реакций указанного сектора преобладают лексемы *друг* (см. ее описание выше), *товарищ*, *муж*. Если первая лексема часто появляется как реакция у представителей всех поколений, то лексем *товарищ* и *муж* в анкетах участников САЭ в 2023 г. не отмечены. Указанные реакции для поколения студентов – участников АЭ для базы РАС (23 и 10 реакций) значимы в 5,75 и 5 раз больше, чем для студентов – участников АЭ для базы СИБАС (4 и 2 реакции). Лексема *враг* во всех проанализированных полях стабильно сохраняет статус единичной, как и термины родства (*дед*, *папа*, *зять*).

Сектор гештальта, содержащий наименования объектов (ЧТО) имеет разный объем у разных поколений информантов, что свидетельствует о разной значимости данной семантической области как области реагирования на стимул в разные временные периоды. В большей степени такой тип реагирования характерен для участников САЭ 2023 (38%), достаточно актуален он у респондентов – участников экспериментов для баз РАС (32%) и СИБАС (27%). Значительно реже подобным образом реагировали представители поколения САНРЯ (17%). Если признать разницу процентных соотношений не столь значимой, то можно говорить о нарастании связи стимула с предметной областью реагирования. Состав областей реагирования внутри сектора отличается разными поколенческими тенденциями. Обращение при ассоциировании к наименованиям временных объектов и феноменов, привязанных ко времени, реже всего происходило у респондентов САНРЯ (4,6%), у информантов РАС оно увеличилось в 2,6 раза (12%), затем несколько снизилось в следующем поколении участников АЭ (9,2% СИБАС) и опять резко повысилось у современных студентов в САЭ 2023 (23%) (см. табл. 1–4,7). Среди реакций данной области преобладает реакция *день*, значимость которой от поколения к поколению нарастает (от 1,64% в САНРЯ до 11% в САЭ) (см. табл. 1–4,7). Повышает свою актуальность лексема *сон*, которая была единичной реакцией у поколения информантов САНРЯ и достигла 3% у поколения современных студентов (см. табл. 1–4,7). В целом такой способ реагирования связан с выбором лексем *год*, *фильм*, *урок*, *спектакль*, *ужин*, *обед* и пр. Расширение круга реакций наблюдается у респондентов РАС. Некоторые лексем (*вечер*, *фильм*) у информантов СИБАС перешли из единичных в малочастотные. Группа реакций – наименований пространственных объектов стабильна как в количественном, так и в качественном отношении (2–3%), связана с выбором лексем *дом*, *город*, *двор* и пр. Наименования материальных объектов выбирались приблизительно с равной активностью респондентами САНРЯ (2,1%), СИБАС (2,6%), САЭ (3%). Скачок частотности такого реагирования был зафиксирован у информантов РАС (8,4%). Именно у данных респондентов наблюдается большое разнообразие единичных реакций и реакций малочастотных (*пример* (3), *товар* (3), *билет* (2), *костюм* (2), *продукт* (2) и пр.). Наименования речевых, перцептивных, чувственных, ментальных, поведенческих объектов стабильно актуальны как реакции на стимул. Выбор слов этого семантического класса примерно одинаков у носителей языка периода САНРЯ, РАС, САЭ (8,5%, 8,2%, 9%), несколько чаще осуществлялся респондентами СИБАС (12,6%). Данный способ реагирования охватывает самые разнообразные абстрактные

лексемы: *характер, поступок, слух, вкус, состояние* и пр. Часть из них, например, *слух*, одинаково часто выбирались в качестве реакций представителями трех поколений (см. табл. 1–4,7) и не использовались участниками САЭ 2023. Лексема *поступок* оказалась наиболее актуальной для респондентов СИБАС, лексема *характер* – для информантов РАС.

В секторе гештальта, содержащего качественную характеристику стимула КАКОЙ представлены реакции трех семантических групп – оценочная квалификация стимула, наименования качеств человека или объекта, наименования качеств, воспринимаемых перцептивно. Первая группа реакций самая большая у респондентов трех поколений, кроме участников САЭ 2023. Количество реакций такого типа уменьшается от поколения к поколению, достигает наименьшей величины у современных студентов ОмГУ. Зато частотность выбора способа реагирования из группы качеств человека / объекта возрастает по такому же типу. Реакции первой семантической группы – прилагательные с аксиологическими значениями, симулятивными / или оппозитивными по отношению к семантике стимула. В САНРЯ симулятивные и оппозитивные реакции примерно равны. В РАС и СИБАС симуляры разнообразны качественно, образуют шкалу нарастания негативного признака. Устойчивостью отличается оппозиит *хороший*. Его актуальность проявляется в высокой частотности у всех поколений информантов, при этом наблюдается постепенное снижение частоты реагирования от 36% в САНРЯ, что проявилось в изменении рангов в ядре, а также переходе в околядерную часть (первый ранг в ядре АП РАС и СИБАС, второй ранг в ядре АП при разном количестве словоупотреблений – 8,7% и 6,9% соответственно, переход в малочастотные реакции – 2 % в САЭ) (см. табл. 1–4,7).

Те респонденты, которые соотносили стимул с областью качеств человека / объекта, выбрали реакции – прилагательные с семантикой «внутреннего» и «внешнего» человека, внешних свойств предмета (*грубый, противный, симпатичный, невоспитанный, ненадежный* и пр.). Их анализ в АП информантов разных поколений обнаружил тенденцию нарастания актуализации негативных качеств: в САНРЯ зафиксированы 9 негативных и 8 позитивных реакций. В РАС и САЭ позитивных реакций нет, в СИБАС существует значительный перевес негативных реакций (42 негативные / 3 позитивные реакции).

При выборе перцептивно воспринимаемых качеств обнаружилась определенная стабильность, проявившаяся в приблизительно равной актуализации такого соотношения со стимулом у студентов разных поколений (небольшое увеличение частотности наблюдается у респондентов СИБАС и САЭ) (см. табл. 7, 8). Основная часть реакций данной группы – прилагательные, описывающие цветовые, вкусовые, тактильные ощущения: *грязный, мокрый, сухой, горький, черный, дряблый* и пр.

### **Выводы**

Изучение ассоциативных реакций позволяет рассматривать «специфичный» для данной культуры и языка «ассоциативный профиль» образов сознания [Уфимцева 2002: 160]. Так, в ходе проведения анализа были выявлены социокультурные различия респондентов, основывающиеся на изменении общественно-политической обстановки, расширении гражданских свобод и свободы слова, изменении отношения респондентов к труду и образованию, их интересов и ценностных ориентаций, а также на активном внедрении заимствованной лексики и распространении молодежного жаргона (этим объясняется частое присутствие подобных реакций у респондентов РАС). Некоторые

из данных различий можно проследить в динамике от поколения к поколению, что является ценным материалом для диахронического языкознания.

Для представления слов-констант ассоциативных полей были смоделированы сопоставительные таблицы, наглядно демонстрирующие точки соприкосновения языковых картин носителей русского языка анализируемых поколений и частотность употребления данных реакций респондентами ассоциативных словарей и свободного ассоциативного эксперимента.

Наш анализ показал, что ассоциативные поля стимулов оценочной лексики отражают особенности образа мира поколений, а также условия жизни и историческую ситуацию, в которой находились респонденты.

Исследование субъективной семантики оценочной лексики потребовало рассмотрения ряда теоретических вопросов. В число задач входило определение возможности ассоциативного эксперимента как инструмента анализа фрагмента образа мира носителей русского языка разных поколений и выявления роли оценочной лексики в языковой-картине мира студенческой молодежи.

Обозначим также практические задачи исследования, которые заключались в проведении свободного ассоциативного эксперимента, разработке классификации типов реакций, проведении анализа ассоциативных полей стимулов плохой и хороший на материале лексикографических и экспериментальных данных и выполнении сравнительно-сопоставительного анализа данных ассоциативных полей. По результатам проделанной работы мы можем сделать вывод, что оценочная лексика занимает значимое место в сознании человека и что по лексикографическим и экспериментальным данным мы можем воссоздать фрагменты образа мира человека того или иного поколения, определить его субъективное понимание «хорошего» и «плохого».

Ассоциативные поля стимулов хороший, плохой подчиняются общей закономерности, сложившейся в последние десятилетия: снижению уровня стереотипности реакций (ср. частотные ядерные реакции в САНРЯ, РАС, СИБАС, САЭ) и увеличению малочастотных и единичных реакций. Малое количество семантических зон в гештальтах (табл. 4–5) объясняется частеречной принадлежностью стимула: для имен прилагательных характерны семантические и синтаксические связи с именами существительными, отвечающими на вопросы «кто это?» и «что это?», а также с прилагательными, находящимися в зонах оппозиции и симиляртов.

Проанализировав семантические гештальты исследуемых ассоциативных полей с опорой на предполагаемые поколенческие и социокультурные различия, мы пришли к определенным выводам, которые отображают динамику восприятия «хорошего» и «плохого» в образе мира носителей языка в соответствии с ценностями своего времени и исторической обстановкой.

В области «стабильности» находится соотнесение стимулов с зонами субъекта (КТО), качества (КАКОЙ), объекта (ЧТО). Реагирование, направленное на актуализацию иных семантических областей, не столь регулярно (реакции зоны КАК, ДЕЛАТЬ и т.п. малочастотны, их численность от поколения к поколению не увеличивается).

Зона КТО отличается разной качественно-количественной динамикой на стимул хороший (значительно возрастает у поколения X и Y) и стимул плохой (подвержена незначительным количественным колебаниям). В зоне субъекта при реагировании на оба стимула самой актуальной реакцией оказывается *человек* (что не вызывает удивления,

не случайно эта реакция имеет первый ранг в ядре ЯС русских). Но на стимул хороший данная реакция не меняет своей частотности у разных поколений носителей русского языка, а на стимул плохой она значительно уменьшила частотность у поколения X, затем несколько увеличила у поколения Y.

Зона КАКОЙ связана с симилиативным и оппозитивным представлением обоих стимулов как частей обширного признакового фрагмента образа мира носителей русского языка. Наиболее объемна она у поколения бэби-бумеров в связи со стимулом хороший, особенно в части оценочной квалификации. У этих респондентов стимул плохой также вызывает высокочастотное реагирование из области качественной квалификации (но при реагировании на этот стимул области КТО и КАКОЙ незначительно отличаются по объему). Для поколений X и Y заметна следующая тенденция: уменьшение зоны КАКОЙ связано с увеличением зоны КТО и / или ЧТО.

Поставив одной из задач данного трендового исследования обоснование перспективности анализа лексикографических и экспериментальных данных на базе понятия *субъективная семантика*, применяемого в динамике, мы предполагали, что психолингвистический и социолингвистический подходы дадут возможность решить главную задачу, поставленную в данной работе: выявить общие и различные тенденции восприятия носителями русского языка стимулов хороший и плохой с точки зрения времени (поколенческие изменения) и определить место и функции собственно оценочных слов в языковой картине мира носителей русского языка – студентов трех поколений.

Было установлено, что оценочная лексика играет важную роль в языковой картине мира носителей языка, может влиять на формирование стереотипов, а также оказывать эмоциональное воздействие на человека, формируя линии оценочной квалификации субъективной семантики. Эти линии, как и субъективная семантика проанализированных лексем в целом, различаются у разных поколений носителей языка. Отмеченные тенденции доказывают важность изучения субъективной семантики оценочной лексики для понимания образа мира представителей поколений и социальных групп. Материал ассоциативных словарей и результаты ассоциативного эксперимента помогают воссоздать указанные фрагменты образа мира и проследить динамику субъективной семантики ценностных стимулов в трендовом режиме.

© Бутакова Л.О., Гуц Е.Н., 2024

### Литература

*Базовые ценности носителей русской культуры*. Отв. ред. Е.Ф. Тарасов. М., 2019. 550 с. URL: [https://iling-ran.ru/library/psylingva/values\\_russian\\_culture/index.html](https://iling-ran.ru/library/psylingva/values_russian_culture/index.html) (дата обращения: 02.09.2023).

Бубнова И.А., Казаченко О.В. Культурные константы русского образа мира на современном этапе развития общества // Вопросы психолингвистики, 2018. № 2 (36). С. 27–41. DOI: 10.30982/2077-5911-2-28-41

Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Едиториал УПСС, 2002. 280 с.

Горошко Е.И. Языковое сознание: Ассоциативная парадигма: дис. ... докт. филол. наук. М., 2001. 287 с.

Горошко Е.И. Языковое сознание: гендерная парадигма. М.-Харьков: Институт языкознания РАН и ИД ИНЖЭК, 2003. 450 с.

Гришук Е.И. Абстрактная лексика в языковом сознании: Экспериментальное исследование языкового сознания старшеклассников: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2002. 248 с.

Гуз Е.Н. Репрезентация образов сознания подростка некодифицированными языковыми знаками: психолингвистический аспект: дис. ... докт. филол. наук. Омск, 2005. 486 с.

Дзюба Е.В. Лингвокогнитивная категоризация в русском языковом сознании. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2015. 286 с.

Залевская А.А. Слово. Текст. Избранные труды. М.: Гнозис, 2005. 543 с.

Казакова Т.В., Басалаева Н.В., Захарова Т.В., Лукин Ю.Л., Луговская Т.В., Соколова Е.В., Семенова Н.И. Теоретический анализ исследований образа мира в отечественной психологии // Современные проблемы науки и образования, 2015. № 2–2; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=22768> (дата обращения: 02.09.2023).

Казаченко О.В. Структура и содержание аксиологической сферы русского образа мира в XXI веке: дисс. докт. филол. наук, М., МГПИ, 2021. 399 с. URL: [https://www.mgpi.ru/wp-content/uploads/2021/11/O.V.-Kazachenko\\_DD.pdf](https://www.mgpi.ru/wp-content/uploads/2021/11/O.V.-Kazachenko_DD.pdf) (дата обращения: 02.09.2023).

Караулов Ю.Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. М.: ИРЯ РАН, 1999. 180 с.

Киселёва М.П. Языковое сознание как проблема отечественной когнитивистики: дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2009. 166 с.

Леонтьев А.Н. Образ мира // Леонтьев А. Н. Избранные психологические произведения. М.: Педагогика, 1983. Т. II. С. 251–261.

Леонтьев А.Н. Лекции по общей психологии. М.: Смысл, 2005. 511 с.

Привалова И.В. Языковое сознание: этнокультурная маркированность: теоретико-экспериментальное исследование: дис. ... докт. филол. наук. М., 2006. 486 с.

Российская психолингвистика: итоги и перспективы (1966–2021): Коллективная монография / Научн. ред. И.А. Стернин, Н.В. Уфимцева, Е.Ю. Мягкова. М.: Институт языкознания-ММА, 2021. 626 с.

РАС – *Русский ассоциативный словарь*. Ассоциативный тезаурус современного русского языка. В 3-х частях, 6-ти книгах / Ю.Н. Караулов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова. Кн. 1, 3, 5. Прямой словарь: от стимула к реакции. Книга 2, 4, 6. Обратный словарь: от реакции к стимулу. М., 1994, 1996, 1998. URL: <http://thesaurus.ru/dict/> (дата обращения: 03.09.2023).

САНРЯ – *Словарь ассоциативных норм русского языка*. Под ред. А.А. Леонтьева. М.: МГУ, 1977. 192 с.

СИБАС – *Русская региональная ассоциативная база данных (2008–2023)*: СИБАС 1 (2008–2013); СИБАС 2 (2014–2021). Авторы-составители: И.В. Шапошникова, А.А. Романенко. URL: <http://adict.ru/nsu.ru> (дата обращения: 03.09.2023).

Тарасов Е.Ф. Образ мира // Вопросы психолингвистики. 2008. № 8. С. 6–11.

Тарасов Е.Ф. Языковое сознание: онтология и гносеология // Проблемы информационного общества и прикладная психолингвистика: материалы X Международного конгресса международного общества по прикладной психолингвистике. М.: РУДН, ИЯ РАН, 2013. С. 35–38.

Уфимцева Н.В. Языковое сознание и образ мира славян. Языковое сознание и образ мира. М.: ИЯ РАН, 2000. С. 207–220.

Уфимцева Н.В. Культура и проблема заимствования // Встречи этнических культур в зеркале языка (в сопоставительном лингвокультурном аспекте). М.: Наука, 2002. С. 152–170.

Уфимцева Н.В. Языковое сознание: психолингвистическая парадигма исследования // Методология современной психолингвистики. М.; Барнаул: ИЯ РАН; Изд-во Алт. ун-та, 2003. С. 162–174.

Уфимцева Н.В. Языковое сознание русских в зеркале ассоциативного эксперимента // Русское слово в русском мире. М.: МГЛУ Калуга: «Эйдос», 2004. С. 40–45.

Уфимцева Н.В. Языковое сознание: динамика и вариативность. М.: Институт языкознания РАН, 2011. 252 с.

Чернышова Е.Б. Понятие образа мира в теоретическом аппарате отечественной психолингвистики // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 1(31): в 2-х ч. Ч. II. С. 206–209. URL: [www.gramota.net/materials/2/2014/1-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2014/1-2/) (дата обращения: 02.09.2023).

Чернышова Е.Б. Оценочные ассоциативные доминанты русского языкового сознания: динамический аспект // Вопросы психолингвистики 2018. № 2 (36). С. 127–144. DOI: 10.30982/2077-5911-2018-36-2-127-144.

**Сведения об авторах:**

**Бутакова Лариса Олеговна** – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, литературы и документных коммуникаций Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского.

**Контактная информация:**

63043, Россия, г. Омск, Проспект Мира 55  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3210-2311>  
*e-mail*: [larisabut@rambler.ru](mailto:larisabut@rambler.ru)

**Гуц Елена Николаевна** – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, литературы и документных коммуникаций Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского.

**Контактная информация:**

63043, Россия, г. Омск, Проспект Мира 55  
*e-mail*: [egoots@yandex.ru](mailto:egoots@yandex.ru)

**Для цитирования:**

Бутакова Л.О., Гуц Е.Н. Образ мира сквозь призму оценочной лексики: трендовое исследование // Вопросы психолингвистики №1(59) 2024, С. 36–59. doi: 10.30982/2077-5911-2024-59-1-36-59

UDC 811.161.1

LBC 81

DOI 10.30982/2077-5911-2024-59-1-36-59

Research article

**THE IMAGE OF THE WORLD THROUGH THE PRISM  
OF EVALUATIVE VOCABULARY: A TREND STUDY**

**Larisa O. Butakova**

Omsk Dostoevsky State University,  
Omsk, Russia

**Elena N. Guts**

Omsk Dostoevsky State University,  
Omsk, Russia

***Abstract***

The article describes the subjective semantics of the associative fields of two axiological stimuli and their role in the formation of the image of the world of Russian speakers of different ages in the trend mode. The associative fields “good” and “bad” are explored in the aspect of sociocultural changes in the axiological part of the image of the world among students of four generations. The research material was taken from the corresponding associative fields of the Dictionary of Associative Norms of the Russian Language ed. by A.A. Leontyev 1977), Russian Associative Dictionary ed. by Yu.N. Karaulov (2002), Russian regional associative base (Siberia and the Far East) ed. by I.V. Shaposhnikova 2008–2023), as well as the results of free associative experiments conducted by the authors in 2023. The purpose of the article is to analyze the associative fields of the stimuli GOOD and BAD in the indicated dictionaries and in the free associative experiment (2023); to identify common and different perceptions of these stimuli by native speakers of the Russian language from the point of view of time (the line of generational changes); determine the features of the subjective semantics of the vocabulary under study taking into account stable / dynamic components and the specifics of reflecting changes in the image of the world (the general line of trend research in semantics). The use of a trend approach to establish zones of constant response and possible reasons for changes in the subjective semantics of stimuli made it possible to consider the “associative profile” of images of consciousness that is “specific” to a given culture and language (N.V. Ufimtseva), to identify the sociocultural differences of respondents that influenced their image of the world, connect with changes in life and the historical situation in Russia, the expansion of civil liberties and freedom of speech, the transformation of interests, value guidelines, attitudes towards work and education, the active introduction of foreign cultural values, the spread of borrowed and slang vocabulary. It was found that some of these differences can be traced in dynamics from generation to generation and show in which direction the axiological part of the image of the world is changing.

**Keywords:** image of the world, axiological fragment of the image of the world, evaluative lexemes, associative experiment, subjective semantics of the word, trend research

© Butakova L.O., Guts E.N., 2024

**Bionotes:**

**Larisa O. Butakova** – Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of the Russian Language, Literature and Documentary Communications, Omsk Dostoevsky State University

**Contact information:**

55, Prospect Mira, Omsk, Russia, 644043

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3210-2311>

*e-mail:* larisabut@rambler.ru

**Elena N. Guts** – Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of the Russian Language, Literature and Documentary Communications, Omsk Dostoevsky State University

**Contact information:**

55, Prospect Mira, Omsk, Russia, 644043

*e-mail:* egoots@yandex.ru

**For citation:**

Butakova L.O., Guts E.N. The image of the world through the prism of evaluative vocabulary: a trend study // Journal of Psycholinguistics. 1 (59), 2024. P. 36–59. Available from: doi: 10.30982/2077-5911-2024-59-1-36-59 (In Russian)