

Олександра Зубрихіна

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

КОНЦЕПТ «ЧОЛОВІК» У МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ ПІДЛІТКІВ

Дослідження лексико-семантичних та асоціативних полів наблизить нас до розуміння концепту «чоловік» і дасть можливість відстежити закономірності його формування. Метою дослідження є простежити особливості сприйняття й усвідомлення концепту «чоловік» сьогоденною молоддю. А завдання – зіставити сучасні асоціації, пов'язані із поняттям «чоловік», та лексикографічну картину значень цього ж поняття. Основними методами є компонентний аналіз та асоціативний експеримент.

Задля встановлення місця лексеми «чоловік» у мовній картині було проведено семний аналіз, опис концепту за допомогою цього методу було запропоновано дослідниками Й. Стерніним та З. Поповою [2]. Результати компонентного аналізу показали, що до складу лексичного значення слова *чоловік* входить сема 'людина', яка є найчастотнішою в ядерній зоні досліджуваного мікрополя. Імовірно, це пов'язано з етимологією слова *чоловік*, оскільки ще з праслов'янської мови воно відоме нам у значенні *людина* [1, с. 339]. Хоча сьогодні це слово розуміється по-різному: *людина* як вид і *людина* як набір позитивних якостей. До навіколоядерної зони належить сема 'сукупність'. Семантика слова *сукупність* доволі прозора й має точки дотику з лексемою *людина* в значенні набору певних якостей. Перелік, набір чогось, наповненість, збагаченість – ось, що робить перехід від ядерної зони до навіколоядерної доволі плавним, хоча кількісна різниця показників є значною. Сюди ж належать такі семи, як: 'особа', 'життя', 'інший', 'живий', 'основа', 'стать', 'носій' і багато інших. Периферія лексико-семантичного поля формується такими семами, як: 'особистість', 'робота', 'діяльність', 'матеріальний', 'процес', 'духовний'.

Окремо асоціації та формування смислів досліджувала Д. Терехова [3]. Проте зіставлення особливостей формування лексико-семантичного поля із

даними асоціативного експерименту дозволить нам поширити знання щодо концепту «чоловік».

Зібраний матеріал дозволив встановити, що асоціації реципієнтів представлені як іменниковими, так і прикметниковими, займенниковими лексемами. Наприклад, найбільш частотними асоціаціями були такі іменники: *сила, мужність, захист, захисник, батько, розум, опора, підтримка*. А також прикметники: *мужній, сильний, чесний, розумний*. Трапилася також займенникова лексема *я*. Звичайно, це асоціація представника сильної частини людства. І вона є унікальною, оскільки серед усієї кількості опитаних лише одна людина не описала поняття «чоловік», а ідентифікувала себе як його представника. Звичайно, причиною рідкості такої асоціації може бути вікова віддаленість, проте є імовірність того, що опитана молодь чоловічої статі відчуває не стільки вікову, як свою сутнісну віддаленість. Цікавим є те, що лише одна людина асоціювала чоловіка з поняттям «коханий». І знову ж таки це був хлопець. Лексему *відповідальність* вказала в переліку своїх асоціацій також лише сильна частина людства. А от жіноцтво асоціює чоловіка з частинами тіла: *плечі, спина, руки*. Також цікавими були природні асоціації: *поле, дерево, гори*. Асоціації, пов'язані із зовнішнім виглядом: *борода, щетина, чорний костюм, краватка*. Унікальною асоціацією було ім'я *Адам*.

Експеримент був проведений серед учнів старшої школи (вік 16-18 років). За допомогою методу анкетування, у якому вказувалися вік, стать, мова та професія батьків. Було озвучено слово-стимул, після чого близько 100 осіб вибудовували асоціативний ряд від 3 до 10 слів, серед яких до ядерної зони входили перші 5-7 асоціацій.

Зіставлення результатів асоціативного експерименту із побудованим лексико-семантичним полем дозволило встановити, що попри багатьох спільних компонентів, якими є лексеми *людина, жінка, ідеал, робота, високий, наука, інтелект, сила*, фіксуються певні розбіжності: *взірець, мораль, організм, особа, суспільство, індивід, єднати, фізичний* та ін. Так, до неочікуваних асоціацій:

батько, любов, спокій, шарм, тепло, воїн, логіка, авторитет, доблесть, думка та інші.

Отже, це дослідження показало наскільки широке поняття концепт, які гнучкі його межі, якщо вони, звичайно, взагалі існують, і воно вказало нам на можливість значеннєвого збагачення словникового складу мови шляхом оживлення усталених значень.

Список літератури

1. Етимологічний словник української мови: У 7 т. / Ред. О. С. Мельничук та ін. — К.: Наук. думка, 1983. — Т. 6: У — Я / Уклад.: Г. П. Півторак та ін. — 2012. — 568 с.
2. Стернин И. А. Методика исследования структуры концепта / И. А. Стернин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики : науч. изд. / под ред. И. А. Стернина. — Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001. — С. 58 – 65.
3. Терехова Д. І. Типологія вербальних асоціацій у вільному асоціативному експерименті / Наукові записки. — Випуск XXVI — Серія: Філологічні науки (Мовознавство). — Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2000. — С. 230-240.

Мар'яна Ідзьо

Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України

АЛЮЗІЯ ЯК ЗАСІБ ЕКСПРЕСИВНОГО ЕФЕКТУ В ТЕКСТАХ ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ

Інтертекстуальність є своєрідним діалогом між текстами, між поколіннями та між культурами [2, с. 20]. Унаслідок використання відомого, створеного раніше тексту для побудови нового виникає алюзія. У газетній та журнальній публікації основною функцією алюзії є експресивна, а додатковими – емотивна, оцінювальна, естетична [1, с. 11].

Метою пропонованого дослідження є опис функціонування алюзій у текстах ЗМІ як засобів створення експресивного ефекту. Алюзія – це «різновид натяку, який є посиленням через відповідний знак (що може належати до будь-якої семіотичної системи) на певний культурний денотат» [1, с. 6]. Експресивний