

manuscripts and solar-powered servers alike, one truth emerges: every syllable, from the whispers of Scythian warriors to the clicks of a keyboard, deserves its place in humanity's story.

References:

1. Campbell L. Historical Linguistics: An Introduction. 3rd ed. Cambridge: MIT Press, 2013. 538 p.
2. Jockers M. Text Analysis with R for Students of Literature. Cham: Springer, 2014. 194 p.
3. Moretti F. Distant Reading. London; New York: Verso Books, 2013. 244 p.
4. National Corpus of the Russian Language [Electronic Resource]. URL: <http://www.ruscorpora.ru> (accessed 15.05.2025).
5. Reichl K. Turkic Oral Epic Poetry: Traditions, Forms, Poetic Structure. New York: Routledge, 2019. 348 p.

УДК 81'23

Клим К. Ю.

Бекреева Ю.В.,

кандидат филологических наук, доцент

Минск, Республика Беларусь

Минский государственный лингвистический университет

ksenka.klim69@gmail.com

ФАКТОР ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ АССОЦИАЦИЙ НА СЛОВА- СТИМУЛЫ ЛЕКСИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ЗНАМЕНИТЫЙ ЧЕЛОВЕК»

Аннотация. В статье представлены результаты свободного ассоциативного эксперимента со словом *legend* из лексической группы «знаменитый человек». Основное внимание уделяется описанию индивидуальных ассоциаций для демонстрации того, как личный опыт, культурные и социальные контексты, в которых находится носитель языка, влияют на восприятие и понимание слова. Выявленные в ходе

эксперимента ассоциации не только отражают культурные и социальные стереотипы, но и подчеркивают личные предпочтения и опыт респондентов, что делает эту тему актуальной для дальнейших исследований в области психолингвистики.

Ключевые слова: *ассоциативный эксперимент, индивидуальная ассоциация, знаменитый человек, социальные влияния, культурный контекст.*

Klim K.Y., Bekreeva Y.V.

PhD in Philology, Associate Professor

Minsk, Republic of Belarus

Minsk State Linguistic University

[*ksenka.klim69@gmail.com*](mailto:ksenka.klim69@gmail.com)

THE FACTOR OF INDIVIDUALITY IN WORD ASSOCIATIONS TO THE STIMULUS "LEGEND" FROM THE "FAMOUS PERSON" LEXICAL GROUP

Abstract. *This article presents results from a free word association experiment using the stimulus "legend" from the "famous person" lexical category. The study focuses on analyzing individual associations to demonstrate how personal experiences, cultural backgrounds, and social contexts influence native speakers' perception and interpretation of the word. The identified associations not only reflect cultural and social stereotypes but also highlight respondents' personal preferences and experiences, making this topic particularly relevant for further psycholinguistic research.*

Keywords: *word association experiment, individual associations, famous person, social influences, cultural context, psycholinguistics.*

Ассоциации играют ключевую роль в процессе восприятия и обработки информации, формируя уникальные связи между словами и образами в сознании каждого человека. В контексте лексической группы «знаменитый человек» индивидуальные ассоциации становятся особенно заметными, так как они отражают личный опыт, культурный контекст и эмоциональную привязанность. Знаменитости, будь то актеры, музыканты

или спортсмены, вызывают у людей различные образы и эмоции, что делает исследование этих ассоциаций актуальными и значимыми.

Ассоциации для данного исследования были получены путем проведения свободного ассоциативного эксперимента. По общепринятой методике ассоциативного эксперимента испытуемым обычно предлагается записать слова-реакции на определенные слова-стимулы. Необходимым условием является отвечать «первым словом, которое придет на ум». Важно создать такие условия для испытуемого, чтобы он не размышлял над ответом, так как реакция-ответ должны следовать немедленно, ведь, как отмечает Р. М. Фрумкина, «если есть отбор, нет ассоциативного процесса в общепринятом истории психологии смысле» [Фрумкина 2007, 320].

Все респонденты могут давать различные реакции на стимулы в ходе эксперимента, то есть у испытуемых порождаются индивидуальные ассоциации. В совокупном поле полученных реакций, часть ассоциатов повторяются и составляют ядро ассоциативного поля, отражая стереотипные представления, которые сложились в сознании испытуемых. Редкие и единичные ассоциаты составляют периферию поля и отражают индивидуальный опыт. Поэтому, «ассоциативное поле, являясь онтологически отражением структур мысли, может рассматриваться как характеристика индивидуума, воспринимающего действительность» [Караулов 1976, 176].

При исследовании ассоциаций в прагматическом аспекте было установлено, что на индивидуальность ассоциаций влияют такие факторы, как возраст, пол, социальный статус, национальность и профессия. Р. Музиль в работе «Человеке без свойств» отмечает, что у каждого жителя страны имеется девять характеров: профессиональный, национальный, государственный, классовый, географический, половой, осознанный, неосознанный и частный, и он их в себе соединяет. Все эти девять свойств

личности важны для исследований индивидуальности ассоциаций [Музиль 1994].

В нашем эксперименте группа испытуемых отбиралась с учетом возраста, пола, национальности и социального статуса. Все испытуемые были студентами Минского государственного лингвистического университета (единый статус, род деятельности), жители Республики Беларусь, изучающие английский язык для профессиональной деятельности «учитель английского языка» (единая национальная принадлежность, схожий уровень компетенции английского языка как первого иностранного). Все – девушки в возрасте 17-22 лет. При проведении эксперимента выяснилось, что у респондентов одинакового возраста, пола и социального статуса реакции на слова-стимулы лексической группы «знаменитый человек» все еще различаются.

Нейролингвисты отмечают, что у каждого имеется в сознании своя «картина» мира. Эту модель восприятия окружающего он называют «картой мира» каждой личности, описывающей то, что существует в нашем сознании. То есть это уникальная репрезентация реальности, основанная на обобщении всего опыта [Боденхамер, Холл, 93]. Каждый индивидуум воспринимает действительность по-своему. Несколько человек, рассказывая одну и ту же историю, будут добавлять разные детали, потому что для каждого из них важными в одной и той же ситуации являются разные вещи. Значит, человек реагирует не на существующий мир, а на то, как он отражен на «карте» мира [Боденхамер, Холл, 94]. Поэтому различия в ассоциациях, возникающих в ходе эксперимента, зависят от того, как испытуемый воспринимает мир, от его собственной «карты» мира. Таким образом, фактор индивидуальности определяется не только возрастными, социальными, профессиональными, половыми и географическими аспектами, но и другими личными характеристиками и жизненным опытом индивида [Хошимова 2011, 93].

Материалом авторского ассоциативного эксперимента послужили слова лексической группы «знаменитый человек»: *legend, icon, celebrity, hero, model*. Особенностью данных слов является тот факт, что при наличии полисемии, значение, связанное с лексической группой «знаменитый человек», не является основным. Эксперимент показал, что поле индивидуальных реакций коррелирует именно со значением «знаменитый человек». Для иллюстрации вариативности индивидуальных ассоциаций рассмотрим ассоциативное поле слова-стимула *legend*. Ядерными реакциями стали *League of legend* (3), *Freddie Mercury* (2), *Harry Potter* (2), *Michael Jackson* (3), *Ryan Gosling* (3).

В периферийной части ассоциативного поля обнаружены такие реакции, как *Avatar, film* (2), *hero, famous, great, Yung Gud* и другие. Рассмотрим каждую из названных индивидуальных реакций с точки зрения смысловой связи, которая обусловила ее порождение на слово-стимул *legend* в языковом сознании испытуемого.

Hero ‘герой’ – это некто, демонстрирующий выдающиеся качества, такие как смелость, благородство и готовность к самопожертвованию. Являются ключевыми фигурами в мифах и легендах различных культур, они олицетворяют ценности и идеалы своего времени. Их истории часто передаются из поколения в поколение, создавая культурное наследие. Это слово-реакция парадигматически связана со словом-стимулом.

Great ‘великий’ описывает что-то выдающееся, значительное или впечатляющее. В контексте слова *legend* оно подчеркивает величие и важность. Так часто описывают личностей, которые достигли великих высот в своей области и имели значительное влияние на культуру и общество. Такие люди оставляют после себя наследие, которое продолжает вдохновлять и влиять на будущие поколения. Таким образом, обнаруживаются общие смысловые компоненты между словом-стимулом и словом-реакцией.

Famous 'знаменитый' как слово-реакция на слово-стимул *legend* подчеркивает высокий уровень признания и значимости. Так описываются личности, оказавшие значительное влияние на общество и культуру. Их достижения, идеи и творчество становятся частью коллективного сознания, формируя общественное мнение и тренды. Ассоциация входит в состав лексической группы «знаменитый человек».

Ассоциации *hero*, *great* и *famous* с *legend* подчеркивает, что легенды не только известны, но часто ассоциируются с историями успеха, которые вдохновляют людей. Их путь может быть источником мотивации для других, стремящихся достичь признания. Такие люди становятся символами своей эпохи, а их имена и образы остаются в памяти людей. Также нельзя не упомянуть, что часто известность таких личностей и их действий может приводить к мифологизации, где реальные достижения обрастают легендами и мифами, усиливая и статус. Это создает многослойные нарративы, которые продолжают вдохновлять и интересовать.

Avatar – это фильм Джеймса Кэмерона, выпущенный в 2009 году, который стал важным явлением в киноиндустрии благодаря своим инновационным визуальным эффектам и сложной сюжетной линии. Фильм стал культовым и получил признание как один из самых успешных всех времен. Более того, он вдохновил множество дискуссий о природе человека и его отношении к окружающей среде. Темы, поднимающиеся в фильме, придают ему глубокий смысл, который может быть интерпретирован как современная легенда.

Film (рус. фильм) в данном случае относится к кинематографу как к искусству, которое способно создавать истории, персонажей и мифы, которые становятся частью культурного наследия. Многие фильмы становятся легендарными благодаря своему влиянию на зрителей и культуру. Такие картины могут вызывать даже общественные изменения, затрагивая важные социальные темы. Легендарные фильмы формируют

культурное наследие, оставляя глубокий след в сердцах зрителей и становясь частью коллективной памяти. Еще один вариант смысловой связи слова-реакции и слова-стимула в данном случае – «Legend» как название популярного фильма 2015 года выпуска.

Многие легендарные фильмы ассоциируются с выдающимися актерами и режиссерами, которые впоследствии становятся знаменитыми. Их вклад в создание фильмов делает их самих легендами. Поэтому эти слова (*Avatar, legend*) попадают в анализ индивидуальных ассоциаций в контексте лексической группы «знаменитый человек».

League of legend – это многопользовательская онлайн-игра в жанре боевой арены. С момента запуска в 2009 году приобрела огромную популярность и стала важной частью киберспорта. Чемпионаты мира по игре стал легендарными событиями для фанатов с большими призовыми фондами и международным вниманием. Сотрудничество и конкуренция между игроками делает игру частью культурного наследия. Игра оказала значительное влияние на игровую индустрию и поп-культуру, она вдохновила множество мемов, фан-артов и кроссверов с другими медиа, что способствует созданию культурного феномена.

Отдельно выделим конкретизированные реакции, интерпретация которых требует обращение к фону поп-культуры. *Yung Gud* – шведский музыкант и продюсер, известный своей работой в жанре облачной музыки и альтернативного хип-хопа благодаря своему уникальному стилю и инновационным звуковым решениям. Его работы часто сопровождаются мифологизированными элементами, создавая вокруг него культовую ауру. Он исследует темы экзистенциальности, одиночества, и внутренней борьбы, что делает их резонирующими с молодежной аудиторией. Это придает его музыке значимость и глубину. Считается одним из пионеров облачной музыки, и его вклад в развитие жанра делает его легендой среди поклонников и критиков. Данная индивидуальная ассоциация показывает

личные предпочтения испытуемого и его оценку творчества музыканта. Аналогичный вывод можно отнести и к следующим индивидуальным ассоциациям.

Freddie Mercury – вокалист и фронтмен популярной, как в свое время, так и сейчас, группы Queen, известный своим выдающимся голосом, сценическим присутствием и эксцентричным стилем. Его яркие выступления и харизматичное поведение на сцене стал образцом для подражания и вдохновили множество артистов. Для многих (в том числе и для нашего испытуемого) он стал символом свободы и самовыражения, его жизнь и борьба с предрассудками добавляют глубину его легендарному статусу.

Harry Potter – персонаж одноименной серии книг, написанной Дж. К. Роулинг, которая стала глобальным культовым феноменом. Книги исследуют такие темы, как дружба, любовь, жертва и борьба со злом, что делает историю актуальной и значимой для разных поколений. Спустя много лет после выхода книг история продолжает жить в различных формах. И нет в мире человека, который не знал бы хотя бы имени этого мальчика, а в нашем эксперименте у двух испытуемых проявилась ассоциативная связь «Гарри Поттер – легенда».

Michael Jackson – американский артист, который стал одной из самых влиятельных фигур в истории музыки с момента своего дебюта. Его музыкальные видео стали культовыми и изменили подход к визуальному сопровождению музыки, а его уникальные танцевальные движения вдохновили многих танцоров и артистов. В своих песнях он поднимал многие социальные проблемы, что навсегда оставило неизгладимый след в мировой культуре. Он стал «иконой», чье влияние выходит за рамки музыки, а его стиль, образ жизни и личные трагедии стал темами обсуждения и исследований, что подтверждает его легендарный статус.

Ryan Gosling – канадский актер и музыкант, известен своими запоминающимися ролями во многих фильмах и способностью передавать глубокие эмоции. Его харизматичный образ и стиль с мемами и интернет-культом в значительной степени поспособствовали созданию его легендарного статуса. Его выдающиеся роли, мировое признание и культурное влияние делают его одной из заметных фигур современного кинематографа.

В заключении отметим, что несмотря на то, что первичное значение слова *legend* связано с историями, передающимися через поколения, в сознании испытуемых избранной социальной группы (17-21 студенты) в качестве основного значения данного слова-стимула следует рассматривать эквивалент «известный, знаменитый человек или продукт культуры». Теперь легендами больше считают значимых личностей и их вклад в различные сферы, демонстрируя, как они формируют культурное наследие и продолжают вдохновлять будущие поколения.

Ассоциации с известными личностями могут варьироваться в зависимости от личного опыта и предпочтений каждого человека. Люди из разных культур и стран могут иметь разные ассоциации с теми же знаменитостями в зависимости от их влияния в обществе. Современные медиа формируют восприятие знаменитостей. Частота их появления в новостях или социальных сетях может повлиять на то, как люди воспринимают их. Принадлежность к определенной социальной группе по роду увлечений (например, фанаты определенного музыканта) является еще одним фактором индивидуальности ассоциаций.

Список использованной литературы:

1. Боденхамер Боб Г., Холл М.Л. НЛП – практик: полный сертификационный курс. Учебник магии НЛП. – Санкт-Петербург «прайм-Еврознак», 2003. – 272 с.

2. Караулов Ю.Н. Общая и русская идеография. – М.: Наука, 1976. – 356с.
3. Музиль Р. Человек без свойств. - М.: Ладомир, 1994. – 372 с.
4. Фрумкина Р.М. Психоллингвистика: учеб. пособие М.: Академия, 2007. – 356 с.
5. Хошимова Н. А. Прагматические аспекты при исследовании ассоциаций // Вестник МГОУ. Серия «Русская филология». 2011. № 6. – С. 91-93.

УДК 81'25

Князев Д.А.,
Научный руководитель: Гончаров Р.Е.,
кандидат филологических наук
Москва, Российская Федерация
АНОВО «Московский Международный Университет»
[*denisaknyazev@gmail.com*](mailto:denisaknyazev@gmail.com)

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БОЛЬШИХ ЯЗЫКОВЫХ МОДЕЛЕЙ
ПРИ ПОКОМПОНЕНТНОМ ПЕРЕВОДЕ «ГОВОРЯЩИХ»
ИМЁН СОБСТВЕННЫХ**

Аннотация. В связи с активным использованием искусственного интеллекта в области перевода актуальной проблемой становится передача «говорящих» имён собственных при помощи больших языковых моделей. В настоящей работе рассмотрен перевод «говорящих» имён собственных нейронными сетями, изучены преимущества и недостатки разных вариантов имен собственных, исследованы комментарии больших языковых моделей относительно выбора итоговых вариантов перевода.

Ключевые слова: перевод, машинный перевод, большие языковые модели, имена собственные.

Knyazev D.A.
Research Supervisor: Goncharov R.E.,
PhD in Philology
Moscow, Russian Federation