

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра теории, истории языка и прикладной лингвистики

**Синонимы в языковом сознании носителей русского языка (на  
материале ассоциативных полей «большой» и «крупный»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 442 группы  
направления 45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика  
Института филологии и журналистики  
Борисовой Анастасии Андреевны

Научный руководитель

Канд. филол. наук, доцент

Е. В. Старостина

Зав. кафедрой

докт. филол. наук, профессор

О. Ю. Крючкова

Саратов 2026

Ассоциативное поле играет ключевую роль в понимании языковой картины мира, представляя собой сложную систему связей между языковыми единицами. Ассоциативные связи содержат информацию не только о семантическом, но и о прагматическом значении слова, отражая особенности национального сознания и специфику национальной культуры. Изучение синонимических отношений в языковом сознании позволяет выявить, как носители языка реально воспринимают семантически близкие слова, а не только как они зафиксированы в нормативных словарях.

Исследование синонимии лексем «большой» и «крупный» является актуальной темой для лингвистики, психолингвистики и лексикографии. Эти прилагательные традиционно рассматриваются как синонимы, однако обладают существенными различиями в семантике, сочетаемости и стилистической окраске. Анализ их ассоциативных полей на материале «Русского ассоциативного словаря» позволяет получить объективные данные о степени их синонимичности в языковом сознании. Необходимо отметить, что уже существует ряд работ, посвящённых изучению синонимии в целом, однако комплексный количественно-качественный анализ ассоциативных полей именно этой пары слов ранее не проводился. Данная работа восполняет этот пробел, что определяет её актуальность.

**Степень изученности темы.** Проблеме синонимии в отечественном языкознании посвящено значительное количество работ. Классические исследования в этой области представлены трудами Ю.Д. Апресяна, который разработал теорию квазисинонимов и компонентный анализ лексических значений; А.А. Брагиной, исследовавшей функциональные аспекты синонимии в литературном языке; Л.А. Новикова, создавшего учение о лексической парадигме. Психолингвистическое направление изучения синонимии развивается в работах А.А. Залевской (теория ментального лексикона), И.А. Стернина (концепция функциональной эквивалентности), А.В. Рудаковой (методика индекса ассоциативной синонимии). В.Е. Гольдиным разработана модель фреймового анализа ассоциативных полей.

Однако, несмотря на обилие теоретических работ, комплексный количественно-качественный анализ ассоциативных полей конкретной синонимической пары — «большой» и «крупный» — с использованием всех указанных методов ранее не проводился. Данное исследование призвано заполнить эту лакуну.

**Объектом** данного исследования являются ассоциативные поля слов «большой» и «крупный», зафиксированные в «Русском ассоциативном словаре» под редакцией Ю.Н. Караулова (поле «БОЛЬШОЙ» включает 210 реакций, поле «КРУПНЫЙ» — 171 реакцию).

**Предметом** исследования выступают синонимические отношения между лексемами «большой» и «крупный» в сознании носителей русского языка, проявляющиеся в сходствах и различиях их ассоциативных полей.

**Целью** данной работы является выявление степени синонимичности лексем «большой» и «крупный» в языковом сознании носителей русского языка и описание сходств и различий их ассоциативных полей.

Для достижения данной цели в работе решаются следующие **задачи**:

1. Систематизировать теоретические подходы к изучению синонимии в отечественной лингвистике, включая классические и психолингвистические концепции.
2. Охарактеризовать методы исследования синонимии в психолингвистике: методику ассоциативного эксперимента, индекс ассоциативной синонимии (ИАС) и фреймовый анализ.
3. Проанализировать лексикографические значения слов «большой» и «крупный» в толковых словарях и словарях синонимов.
4. Провести количественный (расчёт ИАС) и качественный (фреймовый) анализ ассоциативных полей стимулов «большой» и «крупный» по данным РАС.
5. Сопоставить полученные данные с лексикографическими описаниями и сделать выводы о сходствах и различиях исследуемых лексем в языковом сознании носителей русского языка.

**Материалом исследования** служат данные «Русского ассоциативного словаря» (РАС) под редакцией Ю.Н. Караулова, а также лексикографические данные из «Толкового словаря русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, «Нового объяснительного словаря синонимов русского языка» под редакцией Ю.Д. Апресяна, «Большого толкового словаря русского языка» под редакцией С.А. Кузнецова.

Для проведения исследования были использованы следующие **методы**: лексикографический анализ, количественный метод (расчёт индекса ассоциативной синонимии по методике А.В. Рудаковой), метод фреймового анализа ассоциативного поля (на основе схемы, предложенной В.Е. Гольдиным), сопоставительный и описательный методы.

**Теоретическая значимость** исследования состоит в том, что оно уточняет представления о характере синонимических отношений между лексемами «большой» и «крупный» с позиций психолингвистики и вносит вклад в изучение русской языковой картины мира.

**Практическая значимость** исследования заключается в возможности применения его результатов в лексикографической практике, в преподавании русского языка как родного и как иностранного, а также в курсах по лексикологии, семантике и психолингвистике.

**Структура работы**: работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**Первая глава** «Теоретические основы исследования синонимии в языке и языковом сознании» посвящена анализу ключевых подходов к изучению синонимии в отечественной лингвистике. В ней рассматриваются такие аспекты, как критерии синонимичности (дефиниционный, дистрибутивный, стилистический), типы синонимов (абсолютные / квазисинонимы, семантические / стилистические), а также функции синонимов (замещение, уточнение, стилистическая дифференциация). Глава подчёркивает, что классические подходы, несмотря на их глубину, не

учитывают субъективное восприятие слова носителем языка, что создаёт необходимость в привлечении психолингвистических методов.

**В разделе 1.1** «Синонимия как объект лингвистического исследования» анализируется понятие синонимии, её место в лексической системе языка, а также связь с другими лексико-семантическими явлениями (антонимией, гипонимией, полисемией). Приводится традиционная типология синонимов (абсолютные, семантические, стилистические, семантико-стилистические) и обсуждаются её ограничения. Делается вывод, что синонимия представляет собой сложное, многоаспектное явление, которое не может быть описано в рамках какого-либо одного критерия.

**Раздел 1.2** «Классические подходы к изучению синонимии» посвящён анализу концепций Ю.Д. Апресяна, А.А. Брагиной и Л.А. Новикова. В подразделе 1.2.1 излагается теория квазисинонимов Апресяна, его компонентный анализ и критика понятия «оттенок значения». Рассматриваются два основных критерия синонимичности — дефиниционный и дистрибутивный, — а также обсуждаются их ограничения. В подразделе 1.2.2 анализируется функциональный подход Брагиной, выделяющей функции равенства и дифференциации. Подчёркивается, что синонимический ряд представляет собой динамичную систему, в которой значения слов соотносятся и противопоставляются на множестве уровней. В подразделе 1.2.3 рассматривается учение Новикова о лексической парадигме и его классификация семантических и стилистических функций синонимов (замещение, уточнение, стилистическая дифференциация). В подразделе 1.2.4 обобщаются классические подходы и делается вывод об их ограничениях, связанных с ориентацией на структурно-семантическую модель языка: они не учитывают субъективное восприятие слова носителем языка, его ассоциативную активность и эмоционально-смысловую нагрузку.

**Раздел 1.3** «Психолингвистический подход к изучению синонимии» раскрывает основные понятия этого направления. В подразделе 1.3.1 рассматривается концепция значения слова А.А. Залевской, включающая

понятие ментального лексикона как динамической системы, постоянно перестраивающейся под влиянием нового опыта. Описываются характеристики значения в ментальном лексиконе: интегративность, динамичность, ситуативность, ассоциативность. В подразделе 1.3.2 излагается концепция функциональной эквивалентности И.А. Стернина, включающая теорию семантического гештальта. Согласно этой концепции, слова являются синонимами не потому, что их значения тождественны в системе языка, а потому, что они выполняют сходные функции в определённых типах речевых ситуаций. В подразделе 1.3.3 описывается методика ассоциативного эксперимента — основного метода психолингвистики. Рассматриваются два типа эксперимента (свободный и направленный), типы ассоциативных реакций (парадигматические, синтагматические, тематические, звуковые, грамматические), а также понятия ядра и периферии ассоциативного поля. В подразделе 1.3.4 приводится методика расчёта индекса ассоциативной синонимии (ИАС) А.В. Рудаковой и шкала его интерпретации (0,20–0,30 — максимально различные поля; 0,30–0,60 — поля различны в средней степени; 0,60–0,74 — минимально различные поля; 0,75 и выше — почти идентичные поля). В подразделе 1.3.5 излагается критика классического подхода с позиций психолингвистики, показывающая, что носители языка не оперируют абстрактными семами, а актуализируют целостные образы и ситуации, связанные со словом.

**Раздел 1.4 «Фреймовый анализ как метод исследования ассоциативных полей»** раскрывает понятие фрейма в когнитивной лингвистике (М. Минский, Ч. Филлмор) и психолингвистике. В подразделе 1.4.1 даётся определение фрейма как когнитивной структуры, объединяющей знания о стереотипной ситуации. В подразделе 1.4.2 излагается модель фреймового анализа ассоциативных полей, предложенная В.Е. Гольдиным. Согласно этой модели, ассоциативное поле может быть описано через распределение реакций по слотам схемы, универсальной для данного типа стимулов. Для

стимулов-прилагательных выделяются синтагматические реакции (существительные, которые сочетаются с прилагательным) и парадигматические (симиляры и оппози́ты). В подразделе 1.4.3 обосновывается применимость фреймового анализа к исследованию синонимии: он позволяет выявить не просто факт семантической близости двух слов, но и характер этой близости, сферы совпадения и расхождения. В подразделе 1.4.4 описываются преимущества (когнитивная обоснованность, эмпирическая база, комплексность, сопоставимость) и ограничения (субъективность классификации, зависимость от качества данных, статичность) фреймового анализа.

**В разделе 1.5** подводятся итоги теоретической главы. Обосновывается необходимость комплексного применения количественного (ИАС) и качественного (фреймовый анализ) методов в эмпирической части исследования. Количественный индекс показывает степень близости, а качественный анализ раскрывает характер этой близости и специфику каждого слова.

**Вторая глава** «Анализ ассоциативных полей стимулов «большой» и «крупный»» содержит эмпирическое исследование, выполненное на материале «Русского ассоциативного словаря» под редакцией Ю.Н. Караулова.

**В разделе 2.1** «Материал и методы исследования» описываются источники материала. Ассоциативное поле стимула «БОЛЬШОЙ» включает 210 реакций, поле стимула «КРУПНЫЙ» — 171 реакцию. Применяемые методы: лексикографический анализ (для описания словарных значений исследуемых лексем), количественный (расчёт ИАС по методике А.В. Рудаковой), качественный фреймовый анализ (по модели В.Е. Гольдина), сопоставительный и описательный методы.

**В разделе 2.2** «Лексикографические значения синонимов «большой» и «крупный»» анализируются словарные статьи из «Толкового словаря русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, «Нового объяснительного

словаря синонимов русского языка» под редакцией Ю.Д. Апресяна и «Большого толкового словаря русского языка» под редакцией С.А. Кузнецова. Для «большого» выделяются 9 основных значений (физический размер, возраст, продолжительность, количество, интенсивность, важность, высшие достижения, свойства человека в высшей мере, социальный статус). Для «крупного» выделяются 6 значений (состоящий из крупных частиц, большой по размеру, многочисленный, имеющий большие материальные возможности, большой по силе или влиянию, важный и серьёзный). Фиксируется ключевое различие, отмеченное Апресяном: «большой» может оценивать размер по абсолютному стандарту (размер человека) и относительному (средний размер объектов того же класса); «крупный» — только по относительному стандарту.

**В разделе 2.3** «Количественный анализ (индекс ассоциативной синонимии)» приводится расчёт ИАС для пары «большой» — «крупный». Количество совпадающих реакций (ОА) составило 245, сумма синонимических реакций ( $CN_1N_2$ ) — 37, общее количество реакций двух полей ( $A_1 + A_2$ ) — 381. Значение индекса:  $ИАС = (245 + 37) / 381 = 282 / 381 = 0,74$ . По шкале А.В. Рудаковой значение 0,74 находится на верхней границе зоны «минимально различных полей», что свидетельствует о высокой степени ассоциативной синонимии. В языковом сознании носителей русского языка слова «большой» и «крупный» воспринимаются как семантически близкие, имеющие значительную область пересечения.

**В разделе 2.4** «Соотношение ассоциативного поля «БОЛЬШОЙ» со словарными значениями. Фреймовый анализ» строится фрейм ассоциативного поля стимула «БОЛЬШОЙ». Реакции распределяются по слотам: неодушевлённые объекты (сооружения: дом, зал, дворец; населённые пункты и пространства: город, мир, сад, лес; предметы быта и артефакты: стол, шар, мяч, чемодан; природные объекты: камень, дуб; части тела: нос, рот, голова; пища: торт, арбуз, гриб); одушевлённые объекты (человек с дифференциацией по возрасту: мальчик, ребёнок, взрослый; по социальной

оценке: друг, дурак, человек; по социальному статусу: инженер, педагог, босс; животные: слон, медведь, зверь); парадигматические реакции (оппозиты: маленький, малый; симиляры: огромный, громадный, крупный); прецедентные реакции («Большой театр», палец). Делается вывод, что значение физического размера является ядерным: широта набора реакций (дом, город, стол, шар, слон, нос, рот) свидетельствует о том, что прямое значение размера является базовым и универсальным для слова «большой». Как отмечает Ю.Д. Апресян, «большой не содержит никакого указания на тип объекта», что подтверждается разнообразием реакций. Кроме того, ярко представлено переносное значение высокой степени проявления признака — как положительно (друг, успех, ум), так и отрицательно (дурак, скандал, кошмар) окрашенное. Значения «взрослый» и «занимающий высокое положение» представлены слабее, а значение «многочисленный» практически отсутствует.

**В разделе 2.5 «Соотношение ассоциативного поля «КРУПНЫЙ» со словарными значениями. Фреймовый анализ»** аналогичным образом строится фрейм поля «КРУПНЫЙ». Выявляются специализированные тематические кластеры: финансовые понятия (выигрыш — 13, куш — 4, капитал, заработок); профессиональные статусы (учёный — 15, специалист — 7, начальник — 2, миллионер); явления по размеру частиц (дождь — 5, снег — 3, град — 2, песок — 2, крупа — 1); терминологическое сочетание «крупный план» (32 реакции — одна из самых частотных); сельскохозяйственная лексика («крупный рогатый скот» — 10, скот — 13). Подтверждается наблюдение Ю.Д. Апресяна о том, что «крупный» оценивает объект только по относительному стандарту: это особенно заметно в группе «Животные», где наряду с эталонно крупными животными (слон, бык, медведь) представлены виды, которые могут быть крупными лишь в рамках своей категории (заяц, кот, карп, муравей). Отмечается расхождение между словарными запретами и данными ассоциативного эксперимента: вопреки указанию Апресяна о том, что «крупный» не употребляется для

характеристики артефактов, в ассоциативном поле зафиксированы реакции «шар», «телевизор», «корабль», «собор»; вопреки указанию о невозможности сочетаний «крупный живот», «крупный лоб» зафиксированы реакции «нос», «лоб», «живот».

**В разделе 2.6** «Сопоставительный анализ ассоциативных полей» сравниваются ядерные зоны, реакции, относящиеся к человеку, к животным, к абстрактным понятиям. Сравнение ядерных зон показывает, что ядро поля «БОЛЬШОЙ» составляют антонимическая связь («маленький» — 47), эталонный объект физического мира («дом» — 41) и социально-оценочные реакции («друг» — 23). Ядро поля «КРУПНЫЙ» образуют синонимическая связь («большой» — 36), терминологическое сочетание («план» — 32) и антоним («мелкий» — 30).

**В разделе 2.7** «Итоговые выводы по главе 2» формулируются основные результаты эмпирического анализа. Количественный анализ показал высокую степень семантической близости исследуемых лексем (ИАС = 0,74). Фреймовый анализ выявил принципиальные различия в структуре полей: поле «БОЛЬШОЙ» характеризуется универсальностью, поле «КРУПНЫЙ» — специализированностью. Сопоставительный анализ позволил выявить ключевые различия в эталоне сравнения, в реакциях, относящихся к человеку и к животным, а также специфические семантические зоны «крупного». Несмотря на высокий индекс ассоциативной синонимии (0,74), лексемы «большой» и «крупный» не являются полностью взаимозаменяемыми. «Большой» — универсальный, эмоционально окрашенный маркер размера и интенсивности, способный оценивать объекты как по абсолютному, так и по относительному стандарту. «Крупный» — специализированный, предметно-ориентированный маркер, оценивающий объекты только относительно других объектов того же класса и тяготеющий к описанию совокупностей, классов и однородных множеств. Проведённый анализ доказывает, что за формальной синонимией, фиксируемой в словарях, скрывается сложная

структура значений, по-разному распределённых в языковом сознании носителей русского языка.

В **заключении** подводятся итоги исследования. В данной выпускной квалификационной работе было проведено комплексное исследование ассоциативных полей синонимичных прилагательных «большой» и «крупный». Были изучены одноимённые поля прямых томов ассоциативного словаря РАС, проведён количественный анализ (расчёт ИАС), выполнен фреймовый анализ данных полей и осуществлено их сопоставление с лексикографическими описаниями.

Как уже отмечалось, исследования синонимии ведутся на разном материале и разными методами. В нашем исследовании мы применяем комплексный метод изучения, сочетающий количественный и качественный анализ ассоциативных полей. Сопоставив полученные нами результаты с работами других исследователей (Ю.Д. Апресяна, А.А. Брагиной, Л.А. Новикова, А.А. Залевской, И.А. Стернина, А.В. Рудаковой, В.Е. Гольдина), мы видим, что наши выводы согласуются с их теоретическими положениями и конкретизируют их на материале конкретной синонимической пары.

Так, наблюдение Ю.Д. Апресяна о том, что «крупный» оценивает объект только по относительному стандарту, полностью подтверждается нашими данными: в ассоциативном поле «КРУПНЫЙ» присутствуют заяц, кот, карп и даже муравей, которые могут быть «крупными» только для своего вида. Выводы А.А. Брагиной о функциональных различиях синонимов также находят эмпирическое подтверждение: «большой» действительно более универсален и эмоционально окрашен, а «крупный» тяготеет к деловой и профессиональной сферам. Концепция функциональной эквивалентности И.А. Стернина объясняет, почему при высоком ИАС (0,74) слова не являются абсолютными синонимами: они взаимозаменяемы только в определённых контекстах (большой/крупный успех), но не во всех.

Несмотря на высокий индекс ассоциативной синонимии (0,74), лексемы «большой» и «крупный» не являются полностью

взаимозаменяемыми. Они занимают разные ниши в языковом сознании носителей русского языка. «Большой» — универсальный, эмоционально окрашенный маркер размера и интенсивности, способный оценивать объекты как по абсолютному, так и по относительному стандарту. «Крупный» — специализированный, предметно-ориентированный маркер, оценивающий объекты только относительно других объектов того же класса и тяготеющий к описанию совокупностей, классов и однородных множеств. Проведённый анализ доказывает, что за формальной синонимией, фиксируемой в словарях, скрывается сложная структура значений, по-разному распределённых в языковом сознании носителей русского языка. Лексемы «большой» и «крупный» в сознании носителей языка представляют собой квазисинонимы (частичные синонимы), а не абсолютные синонимы.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с изучением динамики ассоциативных полей (сравнение данных «Русского ассоциативного словаря» 1990-х годов с современными ассоциативными экспериментами), анализом возрастных и социальных различий в восприятии синонимов, а также с применением полученных данных в автоматической обработке текста и компьютерной лингвистике.