

## § 8.12 АСОЦІАТИВНА ЕТНОСЕМІОМЕТРІЯ ЦІННІСНИХ ІНТЕРЕСІВ СУЧАСНИХ БРИТАНЦІВ

**Вступ.** Антропоцентричний принцип лінгвістики стимулював розвиток нової науки – лінгвістичної аксіології, яку активно розробляли Н. Д. Арутюнова [1], М. Ф. Алефіренко [2], О. Л. Бессонова [3], Т. І. Вендіна [4], О. М. Вольф [5], Є. Ф. Серебренникова [6], Г. І. Приходько [7], І. В. Чекулай [8] та інші, і в основу якої покладено аксіологічний вимір мови. Лінгвістична аксіологія зумовила необхідність розробки нового напрямку, який названо етносеміометричною аксіоконцептологією. Етносеміометрія (за Є. Ф. Серебренниковою) в такому ракурсі методологічно виконує роль дієвого інструмента як для емпіричної, так і для експериментальної когнітивно-семантичної інтерпретації цінностей (М. М. Болдирев [9], В. І. Карасик [10], Роналд Ленекер [11]), що онтологічно відображені в аксіоконцептосфері кожного етносу.

Мета дослідження – за результатами реакцій, що були надані представниками британської лінгвокультури, на стимул INTEREST і опрацьованих за допомогою універсального комп'ютерного сервісу СТИМУЛУС, побудувати асоціативне поле “INTEREST”.

Джерельною базою дослідження є наукові результати, отримані в докторській дисертації Н. О. Стефанової «Етносеміометрична параметризація аксіоконцептосфер у британській та українській лінгвокультурах», виконаної в рамках фундаментального наукового проєкту “Ноосферно-ностратична реінтерпретація гіпотез походження людської мови” (номер державної реєстрації 0120U102482), що виконується за рахунок видатків фонду Державного бюджету України в Київському національному лінгвістичному університеті.

**Виклад основного матеріалу.** Лінгвістична аксіологія дедалі продовжує пошуки ефективних інструментів для реконструкції ціннісних картин світу представників різних етнокультур. Останнім часом, як показують міждисциплінарні

дослідження у цій сфері, найбільш ефективними методиками є експериментальні процедури, які передбачають синергію як власне лінгвістичних здобутків, так і результатів роботи психологів, соціологів, філософів тощо.

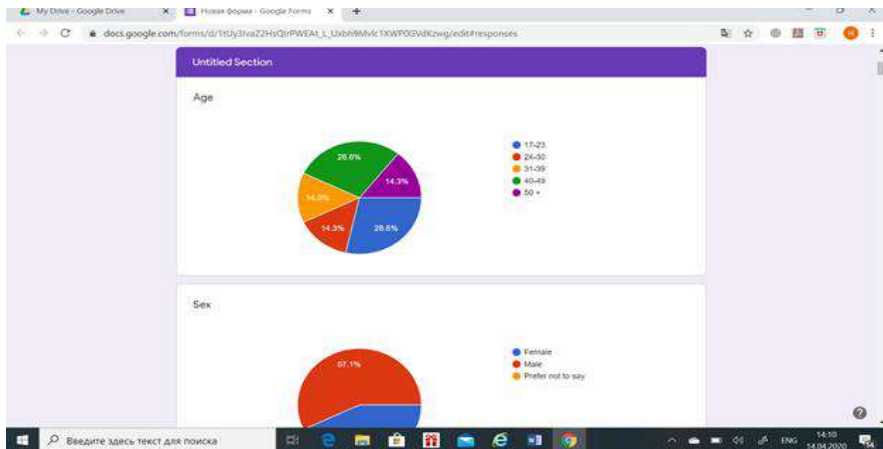
Вільний асоціативний експеримент надає можливість отримати інформацію про семантичні зв'язки слів, які об'єктивно існують у психіці носія мови. На думку Уфімцевої Н. В., під час проведення асоціативного експерименту, дослідники отримують певні реакції, які можна інтерпретувати як специфічний для певного етносу, культури і мови асоціативний профіль образів свідомості. Вони інтегрують розумові й чуттєві знання, які накопичені певним етносом [12].

Під час проведення вільного асоціативного експерименту було використано універсальний онлайн сервіс Google Forms для створення вебопитувальника. За допомогою розробленої, у даному програмному забезпеченні, анкети було отримано необхідну інформацію про певні факти свідомості британських опитуваних. Одним із завдань анкети було запитання: «Визначте, що особисто для Вас означає таке поняття, як "ІНТЕРЕС (у плані цінностей)». Британські інформанти отримували анкету на електронну пошту і надавали відповіді у режимі онлайн в зручний для них час. Дане опитування відбувалось анонімно, всі учасники анкетування надали попередню усну згоду на участь в експерименті й подальшу обробку отриманих даних. Електронна анкета була розроблена англійською мовою.

Таким чином, до вільного асоціативного експерименту долучилось 105 британців, що є цілком достатньою кількістю для припущень і висновків, на думку В. В. Левицького і Й. А. Стерніна, які взагалі обґрунтовують навіть меншу кількість опитаних для отримання достовірних даних – 60.

Як зауважує Й. А. Стернин, асоціативна реакція суттєво залежить від вікової категорії, статі, соціально-професійного статусу опитуваних і багато інших факторів [13]. Таким чином, у першому запитанні анкети інформанти визначали свою вікову категорію. До вільного асоціативного експерименту

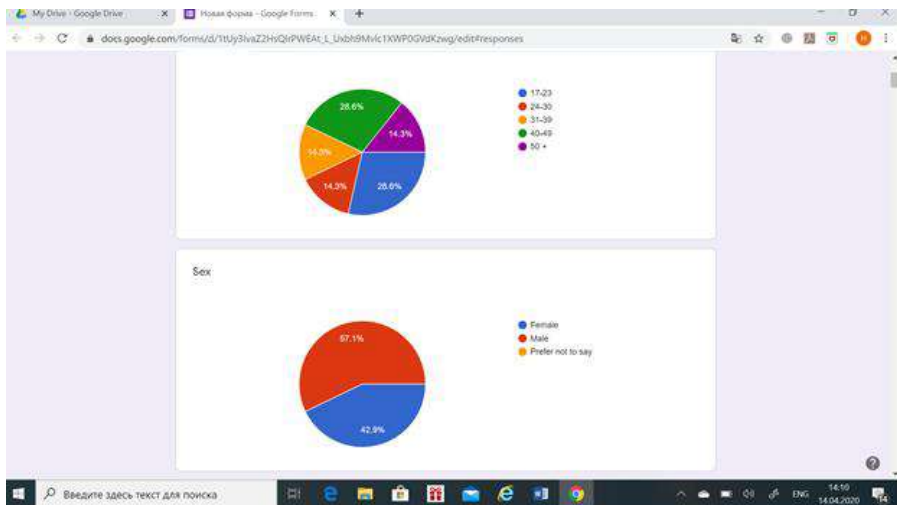
доєдналися британські респонденти наступних вікових інтервалів: 1) від 17-23; 2) 24-30; 3) 31-39; 4) 40-49; 5) 50 і більше.



*Діаграма 1. Вікові категорії британських респондентів*

Як зазначає Караулов Ю.М., у віці від 17 до 25 років завершується етап формування і становлення мовної особистості і надані асоціації повною мірою відображають сформовану когнітивно-мовну здатність інформанта. На думку ученого, словниковий запас, ієрархія ціннісних категорій, прагматичні установки мовної особистості залишаються досить стабільними упродовж життя людини [14, С. 192-193], що є важливим для вибору вікових категорій респондентів в даному асоціативному експерименті. В дослідженні було обрано більш широкий віковий діапазон (охоплює вікову категорію 50 років і більше), з метою отримання даних, які будуть релевантні для більш обширного кола осіб.

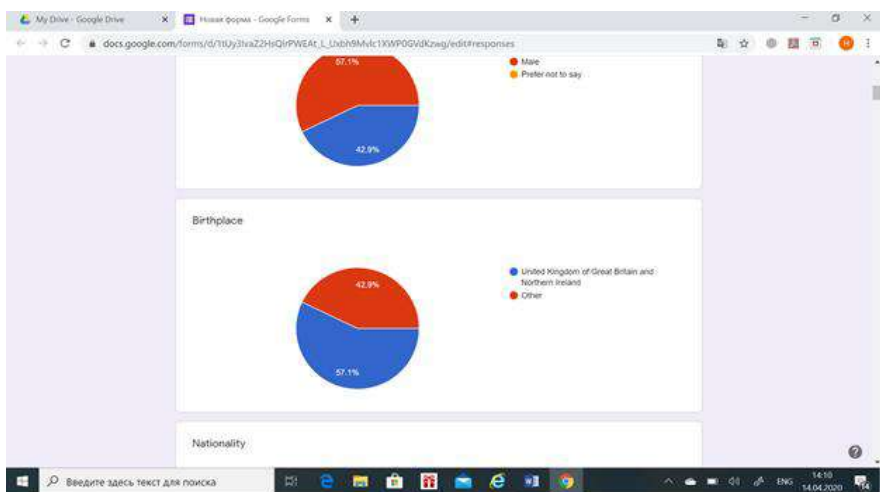
У другому запитанні анкети опитуваним було запропоновано визначити стать.



*Діаграма 2. Стать британських респондентів.*

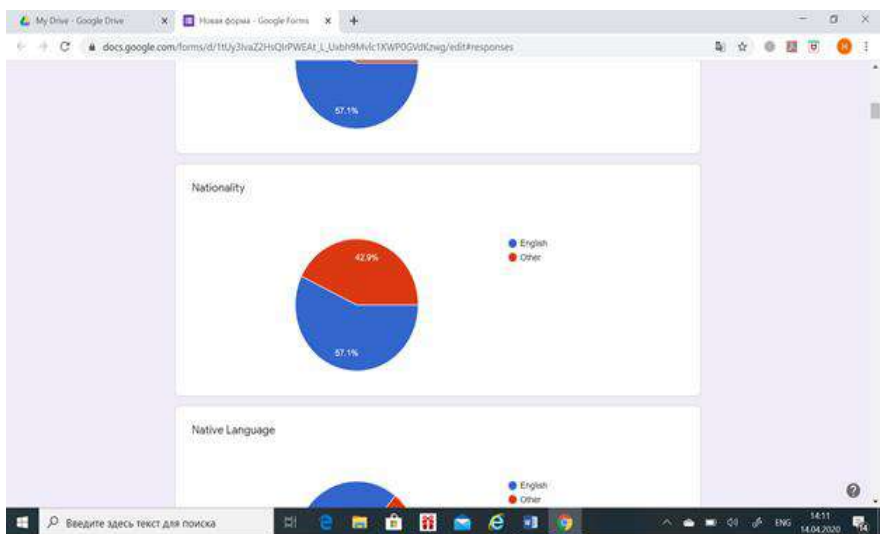
До експерименту приєдналися 42,9% респондентів-британок і 57,1% британців-чоловіків. Погоджуємось з думкою Горошко О.І., яка вслід за А.В. Кириліною, вважає, що вивчення гендеру мовної особистості, як соціокультурного параметру, є вкрай важливим і корелює з антропоцентричним підходом задекларованим у сучасній лінгвістиці [15]. Представлене в нашому дослідженні гендерне співвідношення респондентів дає змогу зробити певні припущення і продемонструвати тенденції, що домінують у сучасному суспільстві.

В третьому питанні анкети респонденти визначали місце народження. Погоджуємось з думкою Л.В. Сахарного про те, що асоціативні реакції респондентів залежать від географічного положення і професії [16]. В асоціативному експерименті брали участь 57,1% британських респондентів, які народилися у Сполученому Королівстві Великої Британії і Північної Ірландії і 42,9% визначили місцем народження інші країни.



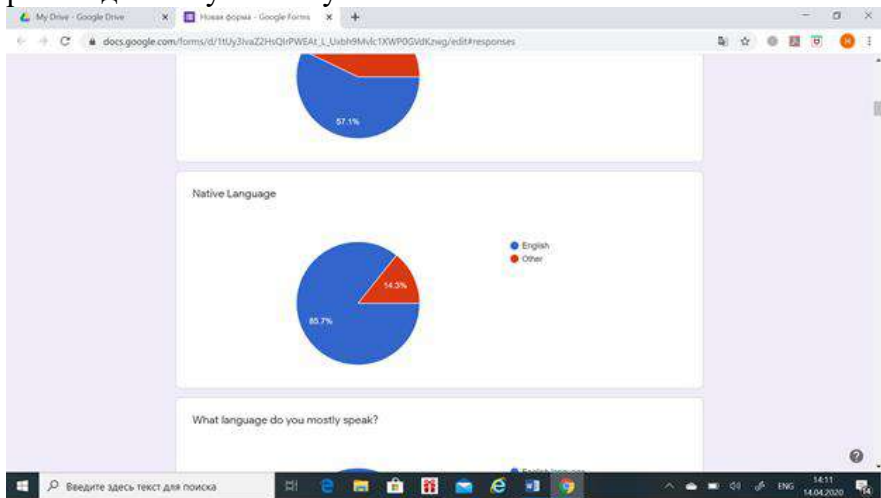
*Діаграма 3. Місце народження британських респондентів.*

Четверте питання анкети стосувалось національності респондентів. Англійцями себе ідентифікували 57,1% опитаних і 42,9% вказали інше.



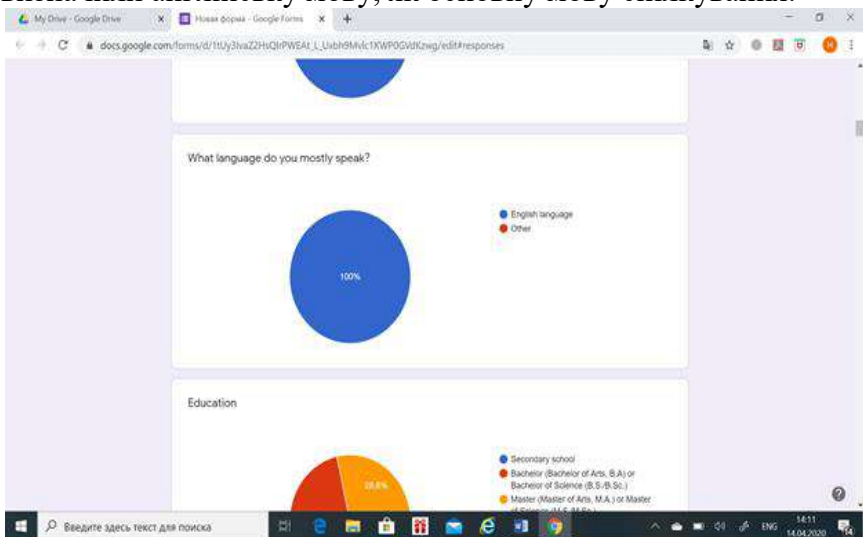
*Діаграма 4. Національність респондентів-британців*

Визначити рідну мову було запропоновано респондентам у п'ятому питанні анкети.



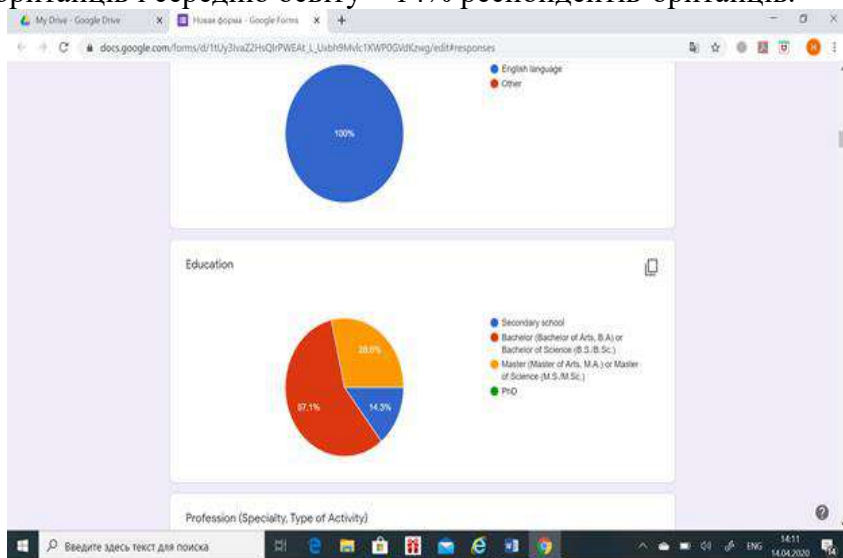
*Діаграма 5. Рідна мова британських респондентів.*

Шосте питання анкети стосувалося мови, якою спілкуються британські респонденти. Всі 100% опитаних визначили англійську мову, як основну мову спілкування.



*Діаграма 6. Мова спілкування британських респондентів.*

Сьоме запитання представлено в анкеті стосувалось освіти респондентів, які брали участь в асоціативному експерименті. Так, вищу освіту отримали 86% опитаних британців і середню освіту – 14% респондентів-британців.



*Діаграма 7. Освіта британських респондентів.*

У восьмому питанні інформанти зазначали свій професійний статус або фахову приналежність. В експерименті брали участь представники медичної сфери (21,4%), представники фінансово-економічного сектору (43%), студенти (28,6%) і дипломати (7,1%).

*Таблиця 1*

<b>Професія респондентів-британців</b>	<b>Відсоток опитаних (%)</b>
Дослідник у галузі клінічних випробувань	21,4
Студент	28,6
Дипломат	7,1
Менеджер з продаж	28,6
Фінансовий (інвестиційний) адміністратор	14,3

Наступне запитання стосувалось надання британськими респондентами реакцій на ключовий мотивуючий стимул “INTEREST”. Для оброблення отриманих результатів надані респондентами реакції на стимул “INTEREST” були внесені в комп’ютерний сервіс СТИМУЛУС, розроблений і успішно апробований О. Ф. Загородньою.

Зазначена програма надає можливість досліднику обрати мову реакції, семантичну сферу, тип асоціативного зв’язку S-R за введеними класифікаціями, присвоїти оцінку конотаціям реакції. В результаті опрацювання даних комп’ютерна програма представила результати у вигляді коефіцієнтів і статистичних показників, а також візуальне супроводження аналізу: графіки і діаграми, які характеризують специфіку побудованих асоціативних полів.

Головними перевагами комп’ютерного сервісу СТИМУЛУС є вбудований у модуль аналізу даних математичний апарат для виконання статистичних обчислень результатів асоціативного експерименту [17], який заснований на статистично-математичних відношеннях і закладена автоматична (комп’ютерна) процедура виявлення семантичного компонента, розроблена в роботі В. В. Левицького та Й. А. Стерніна “Експериментальные методы в семасиологии”. Ця процедура надає не лише кількісні показники кожної експериментально виділеної реакції на стимул, а й індекс її яскравості, що обчислюється як відношення кількості тих, хто виділив дану ознаку, до числа учасників експерименту. Уведений у комп’ютерну програму етносеміотричний параметр дозволяє ранжувати семантичні компоненти за ступенем яскравості та виявити їх відносну ієрархію у структурі асоціативного поля стимулу [18].

Таким чином, було здійснено етносеміотричний і тематичний аналіз побудованого асоціативного поля “INTEREST” як мотиваційної бази відображення ціннісних



смыслів мешканців Британських островів [19].

Таблиця 2

**Асоціативні реакції британців на стимул “INTEREST”**

Реакції-асоціації	Кількість	Індекс яскравості
<b>Ядро</b>		
money	31	0,2039
independence	23	0,1513
<b>Периферія</b>		
hobby	14	0,0921
freedom	8	0,0526
study	7	0,0461
passion	5	0,0329
attention	5	0,0329
acceptance	5	0,0329
good humour	4	0,0263
success	4	0,0263
travel	3	0,0197
work	3	0,0197
books	3	0,0197
love	3	0,0197
fascination	3	0,0197
happiness	3	0,0197
friendship	3	0,0197
enjoy	2	0,0132
Gain	2	0,0132
Bank	2	0,0132
Food	2	0,0132
Self	2	0,0132
Read	2	0,0132
enthusiasm	2	0,0132
payment	2	0,0132
News	2	0,0132
Sport	1	0,0066
discipline	1	0,0066
Home	1	0,0066
Tradition	1	0,0066
Intrigue	s	0,0066
Companionship	1	0,0066
Concern	1	0,0066
<b>Разом</b>	152	1,0000

Асоціативне поле “INTEREST” утворюють 152 реакції, що були надані британськими респондентами, з яких різними виявилось 33 реакції.

Аналіз асоціативного поля показав, що воно є двоядерним і найбільш кількісними реакціями виявились асоціати *money* (31 реакція з ІЯ 0,2039) та *independence* (23 реакції з ІЯ 0,1513). Дані асоціати становлять мотиваційні інтереси британців і засвідчують домінантність матеріальних і **соціальних** цінностей. Відповіді надали опитані всіх вікових категорій, які брали участь в експерименті.

Решту відповідей, що складають периферію поля, тематично було об'єднано у 7 лексико-семантичних груп: 1) “Моральні якості” (представлену асоціатами *freedom, attention, love, companionship, acceptance*); 2) “Інтелектуальні здібності” (яка включає *study, books / read, discipline, success*); 3) “Матеріальна вигода” (до якої увійшли асоціати *money, payment, bank, gain*), 4) “Розваги/Дозвілля” (з асоціатами *hobby, travel, sport*); 5) “Емоційні відчуття” (представлену реакціями *passion, good humour, fascination, happiness*); 6) “Життєво необхідні речі” (з асоціатом *food*); 7) “Родинні відносини” (до якої увійшли реакції *home, tradition*).

До найближчої периферії асоціативного поля відносимо реакції (від 14 до 7 з індексом яскравості 0,0921-0,0461), що входять до 3 лексико-семантичних груп “Розваги/Дозвілля” (*hobby*), “Моральні якості” (*freedom*), “Інтелектуальні здібності” (яка включає *study*). У даній частині асоціативного поля можемо простежити тенденцію до більшої ціннісної значимості індивідуальних потреб для представників британської лінгвокультури передусім вікової категорії від 17 до 23 років, які працюють у фінансово-економічній сфері.

Дальня периферія мотиваційного поля “INTEREST” (утворена реакціями у кількості від 5 до 4 з індексом яскравості 0,0329-0,0263) представлена асоціатами, які входять до лексико-семантичних груп “Емоційний стан” (*passion, good humour*), “Моральні якості” (*attention, acceptance*), “Інтелектуальні здібності” (*success*) і свідчать про збереження

тенденції ціннісної значимості індивідуальних потреб для британських респондентів.

Крайня периферія асоціативного поля “INTEREST” є більш неоднорідною і представлена реакціями від 3 і 2 згадувань в анкетах до загалом поодиноких. Надані реакції належать до лексико-семантичних груп “Розваги/Дозвілля” (*travel*), “Матеріальна вигода” (*work*), “Інтелектуальні здібності” (*books*), “Емоційний стан” (*happiness*) і відображають ціннісну значимість, по-перше, індивідуальних потреб опитаних, наступними за значимістю виступають соціальні потреби респондентів. Значимість біологічних потреб для британських інформантів виявилась найменшою, про що свідчить кількість наданих реакцій у крайній периферії поля.

Підсумовуючи аналіз асоціативного поля “INTEREST”, відзначимо, що надані реакції відображають орієнтири, вподобання і пріоритети сучасних британців. Для британських респондентів домінантами виявились матеріальні цінності (*money*) і соціальні потреби (*independence*). Це пояснюється сучасними інтересами британців і настроями, які домінували останнім часом у Британському суспільстві і, як наслідок, зумовили вихід країни з Європейського Союзу (Brexit). Метою цього виходу, як зазначив Прем’єр-міністр країни Борис Джонсон у своїй доповіді “The economic impact of Boris Johnson’s Brexit proposals” є повернення суверенітету й незалежності країни в прийнятті, в першу чергу, економічних рішень, а також зміни соціальних пріоритетів, пов’язаних із поверненням коштів під контроль держави.

**Висновки.** Отже, дані, отримані в результаті проведення вільного асоціативного експерименту з представниками британської лінгвокультури, підтверджують гіпотезу про те, що в кожній мовній особистості асоціативне поле є індивідуальним утворенням за складом найменувань і за ієрархією зв’язків між ними. На характері асоціацій позначаються вік, географічне положення, освіта, професія, а також належність до певної лінгвокультури.

## Список використаних джерел:

1. Арутюнова Н. Д. Истина. Добро. Красота: Взаимодействие концептов. *Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного*. Москва: Индрик, 2004. С. 5–29.
2. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб. пособие. Москва: Флинта: Наука, 2010. 288с.
3. Бессонова О. Л. Ценностная картина мира и ее отражение в оценочном тезаурусе английского языка. *Человек. Язык. Культура. К юбилею В. И. Карасика*. 2013. Ч. 1. С. 5-11.
4. Вендина Т. И. Этнолингвистика, аксиология и словообразование. *Слово и культура: Памяти Никиты Ильича Толстого*. Москва, 1998. Т.1. С. 39-48.
5. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. Москва: Едиториал УРСС, 2014. 284 с.
6. Серебрянникова Е. Ф. Этносемиотрия как способ лингвистического аксиологического анализа. *Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография*. Москва: ТЕЗАУРУС, 2011. С. 7-48.
7. Prihodko A. Category of evaluation as the object of linguistics. *Одеський лінгвістичний вісник*. Одеса, 2018. Вип. 11. С. 64-70.
8. Чекулай И. В., Прохорова О. Н., Багана Ж., Куприева И. А. Принцип оценочной актуализации в современном английском языке: монография. Москва: ИНФРА-М, 2013. 160с.
9. Болдырев Н. Н. О метаязыке когнитивной лингвистики: концепт как единица знания. *Когнитивные исследования языка. Взаимодействие когнитивных структур: сб науч. тр.* 2011. Вип. IX. С. 23-32.
10. Карасик В. И., Красавский Н. А., Слышкин Г. Г. Лингвокультурная концептология: учебное пособие к спецкурсу. Волгоград, 2009. 115 с.

11. Langacker R. W. *Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar*. Berlin: Mouton de Gruyter, 1991. 395 p.
12. Уфимцева Н. В. Предисловие. *Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский* / Н. В. Уфимцева и др. Москва: Моск. гос. лингвист. ун-т, 2004. С. 3-9.
13. Стернин И. А., Рудакова А. В. Психолингвистическое значение слова и его описание. "Ламберт". 2011. 192 с.
14. Караулов Ю. Н. Типы коммуникативного поведения носителя языка в ситуации лингвистического эксперимента. *Этнокультурная специфика языкового сознания: сб. ст. / отв. ред. Н. В. Уфимцева*. Москва: Ин-т языкознания РАН, 1996. С. 67-96.
15. Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Москва; Харьков: "РА–Каравелла", 2001. 320 с.
16. Сахарный Л. В. Введение в психолингвистику: Курс лекций. Ленинград: Изд-во Ленингр. ун-та. 1989. 184 с.
17. Загородня О. Ф. Асоціативні поля суспільно-політичної лексики в мовній картині світу українців (комп'ютерне опрацювання результатів психолінгвістичного експерименту): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.21. Житомир – Київ, 2018. 256 с.
18. Левицкий В. В., Стернин И. А. Экспериментальные методы в семасиологии. Воронеж: Изд-во ВГУ, 1989. 192 с.
19. Стефанова Н.О. Етносеміометрична параметризація аксіоконцептосфер у британській та українській лінгвокультурах: дис. ... докт. філол. наук: 10.02.17., 10.02.21. К., 2021. 564 с.