

Міністерство освіти і науки України
Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра англійської філології і філософії мови

Курсова робота
на тему: "ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ СТИМУЛУ *ГРОШИ/MONEY*:
КОНТРАСТИВНИЙ АСПЕКТ"

Студентки групи Па 04-20
факультету германської філології і перекладу
денної форми навчання
спеціальності 035 Філологія
Прядки Анни Сергіївни

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук,
доцент, професор кафедри
Терехова Діана Іванівна

Національна шкала ___ зараховано ___
Кількість балів _____ 90 _____
Оцінка ЄКТС _____ А _____

Київ 2023

Ministry of Education and Science of Ukraine
Kyiv National Linguistic University
Department of English Philology and Philosophy of Language

Term Paper

«PSYCHOLINGUISTIC ANALYSIS OF THE STIMULUS *ГРОШІ/MONEY*:
CONTRASTIVE ASPECT»

ANNA PRIADKA

Group ІІа 04-20

Germanic Philology and Translation Faculty

Research Adviser

Assoc. Prof.

PhD (Linguistics)

Diana Terekhova

Kyiv 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗІСТАВНОГО АНАЛІЗУ ТА АСОЦІАТИВНИХ ПОЛІВ.....	7
1.1 Асоціативне поле слова як фрагмент образу світу лінгвокультурної спільноти.....	7
1.2 Контрастивний аспект етнопсихолінгвістичних досліджень.....	9
1.3 Методика аналізу стимулу ГРОШІ/MONEY.....	11
Висновки до розділу 1.....	8
РОЗДІЛ 2 РЕЗУЛЬТАТИ ЗІСТАВНОГО ПСИХОЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ СТИМУЛУ ГРОШІ/MONEY.....	9
2.1 Психолінгвістичний аналіз стимулу ГРОШІ.....	12
2.2 Психолінгвістичний аналіз стимулу MONEY.....	14
2.3 Спільне та відмінне в структурі асоціативних полів стимулу ГРОШІ/MONEY в українській та англійських мовах.....	18
Висновки до розділу 2	21
ВИСНОВКИ.....	22
RESUME.....	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	26
ДОДАТКИ.....	30

ВСТУП

Мова є формою мисленнєвої діяльності людини, має здатність охоплювати всі сфери її життєдіяльності – особисту, індивідуальну чи суспільну, громадську, і є невід’ємною частиною природи людини. Крім того, заглиблюючись у вивчення та аналіз певних мовно-мовленнєвих процесів, що відбуваються в психіці людини, можна отримати дані для аналізу окремих явищ. У сучасній лінгвістиці найактуальнішим є питання вивчення та аналізу мов через їх зв’язок з культурою та менталітетом народів. Так вивчення асоціацій та встановлення асоціативних зв’язків у свідомості респондентів дає змогу виявити як індивідуальне сприйняття ними навколишнього світу, з’ясувати семантичну структуру слів. Саме тому дослідження культурно-значущих стимулів певної мови та їх порівняльного аналізу з іншими мовами – є важливим завданням.

Одним з таких стимулів є концепт ГРОШІ/MONEY. Він складний та багатокомпонентний. Це один із основних та базових стимулів будь якої людини у будь якому цивілізованому суспільстві, які якнайкраще передають особливості індивідуальної та суспільної мовної свідомості кожного народу. Наразі, у більшості країн світу, не маючи грошей вижити майже нереально, тож гроші є однією з найбільш головних потреб у житті людей. Стимул ГРОШІ/MONEY є невід’ємною частиною мовних картин світу в українсько-та англійськомовному середовищах. Саме тому надзвичайно важливим є контрастивний аналіз стимулів ГРОШІ/MONEY в українській та англійській мовах.

Актуальність теми дослідження визначається необхідністю детального психолінгвістичного аналізу концептів ГРОШІ/MONEY в англійській та українській мовах шляхом дослідження їх у контрастивному аспекті.

Мета дослідження полягає у здійсненні контрастивного аналізу стимулів ГРОШІ/MONEY та українській та англійській мовах.

Задля досягнення мети наукового дослідження необхідно вирішити основні завдання:

- визначити теоретичні засади вивчення асоціативних полів слів у зіставному аспекті;
- обрати методику за якою буде проведено дослідження;
- зібрати матеріал для проведення асоціативного експерименту;
- провести асоціативний експеримент, та проаналізувати отримані результати;
- зробити та дослідити психолінгвістичний аналіз стимулу ГРОШІ в українській мові;
- дослідити психолінгвістичний аналіз стимулу MONEY в англійській мові;
- виявити спільне і відмінне у концептах ГРОШІ/MONEY в українській та англійській мовах, а також провести їх аналіз;

Об'єкт: мовна свідомість, яка представлена в асоціативних полях слів-стимулів, представників різних етносів, асоціативні реакції респондентів на слова-стимули суспільно-економічної сфери використання.

Предметом є національно-культурна специфіка мовної свідомості представників двох етносів, виявлена у структурі асоціативних полів стимулів ГРОШІ/MONEY в українській та англійській мовах.

Матеріал: результати вільного асоціативного експерименту.

Методи дослідження: основним методом дослідження контрастивного аналізу стимулів ГРОШІ/MONEY є вільний асоціативний експеримент у вигляді анкетування. Також у роботі використовувалися описовий метод, з елементами компонентного аналізу. Також використовується метод аналогій та порівняльний метод.

Наукова новизна полягає в тому, що подальший розвиток дістали вивчення та аналіз англійської та української мов через особливості індивідуальної та колективної свідомості українського та англійського

народів; дослідження слів-стимулів ГРОШІ/MONEY; вивчення засобів їх вираження за допомогою вільного асоціативного експерименту.

Практичне значення дослідження. Одержані результати можуть бути використані при вивченні української та англійської мов, розвитку лінгвістики та психолінгвістики.

Структура роботи. Структура курсової роботи зумовлена логікою побудови наукового дослідження, що впливає з об'єкта, предмета, мети та завдання дослідження. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновку та списку використаних джерел, списку додатків.

У вступі подається мета, завдання, обґрунтовується актуальність, визначається об'єкт та предмет, вказуються методи та наукова новизна. Також розкривається практичне значення дослідження та надається структура курсової роботи.

У першому розділі розкриваються теоретичні застави зіставного аналізу та асоціативних полів. У другому розділі розглядаються результати зіставного психолінгвістичного дослідження слів-стимулів ГРОШІ/MONEY.

У висновках підводяться підсумки дослідження.

У списку використаної літератури подаються джерела, а саме 20, з них 6 написані англійською мовою, на основі яких було здійснено дослідження.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗІСТАВНОГО АНАЛІЗУ ТА АСОЦІАТИВНИХ ПОЛІВ

1.1 Асоціативне поле слова як фрагмент образу світу лінгвокультурної спільноти

У сьогоденній лінгвістиці асоціативне поле слова можна розтлумачити так – це концептуальне утворення, яке включає групу слів, що пов'язані між собою за допомогою спільних концептуальних зв'язків. Це означає, що відношення між словами в асоціативному полі відображає не лише їх лексичну, а й концептуальну близькість.

Асоціативне поле слова є складовою частиною образу світу лінгвокультурної спільноти. У свою чергу картина світу – це сукупність знань, думок, уявлень учасників спілкування щодо реальної або уявної дійсності; вторинне існування об'єктивного світу, закріплене та реалізоване у своєрідній матеріальній формі. (Загнітко, 2012, с. 12) Кожна лінгвокультурна спільнота має свій унікальний образ світу, який формується на основі її історії, культурних традицій, соціальних уявлень та багатьох інших чинників. Асоціації, що пов'язані зі словами, відображають цю картину світу, та відображають спосіб, якими люди з цієї лінгвокультурної спільноти сприймають цей світ.

Кожне слово має свій власний особливий набір асоціацій, який відрізняється від інших асоціацій, пов'язаних з іншими словами. Асоціації, які пов'язані зі словами, можуть бути засновані на їхньому лексичному значенні, чи виникати з контексту, в якому ці слова використовуються.

Асоціативне поле слова є важливим елементом картини світу лінгвокультурної спільноти, адже відображає спільні поняття, цінності та багато інших аспектів культури, які тісно пов'язані з цим словом. Асоціації

можуть суттєво впливати на сприйняття та розуміння його значення та конотації.

1.2 Контрастивний аспект етнопсихолінгвістичних дослідженнях

Етнопсихолінгвістика – це галузь наукових досліджень, яка зосереджена на вивченні взаємозв'язку мови і культури, а саме на тому, як мова відображає культурні цінності, норми, переконання. Контрастивний аспект етнопсихолінгвістичних досліджень базується на порівнянні різних мов та культур з метою вивчення і розуміння, чим вони відрізняються з точки зору своїх мовних та психологічних структур.

Одним з центральних аспектів порівняльних етнопсихолінгвістичних досліджень є вивчення способів, за допомогою яких у різних мовах заковані емоції, ставлення та цінності. Відомим вченим у цій галузі є Роман Якобсон – російсько-американський лінгвіст, який вивчав структуру мови і її вплив на вираження емоцій. Як приклад, у деяких мовних спільнотах є унікальні слова чи фрази для вираження якихось конкретних емоцій, що можуть відрізнятися від інших мов, або ж взагалі не мати аналогів. Це все впливає на те, як люди з різних культур виражають свої та сприймають чужі емоції.

Ще одним не менш важливим напрямком дослідження контрастивної етнопсихолінгвістики є вивчення того, як мова формує та впливає на сприйняття навколишнього світу людиною. Прикладом вченого, який займався вивченням взаємозв'язків між мовою, культурою та сприйняттям у рамках антропологічної лінгвістики є американський антрополог та лінгвіст – Джон Люкс. У різних мовах присутні відмінні граматичні структури та порядок слів у реченнях, що впливає на те, як мовці інтерпретують якісь події та досвід. Це все може мати вплив на наслідки для міжкультурного спілкування та взаєморозуміння.

Дослідники контрастивної етнопсихолінгвістики стикаються з багатьма викликами, наприклад, одним із них є необхідність розуміння нюансів та тонкощів різних мов та культур. Це потребує не тільки знання

граматики та лексики, але й розуміння культурних контекстів, у яких ці мови використовуються. Також треба бути обережними, щоб не робити широких узагальнень чи припущень щодо культурних груп, які ґрунтуються лише на лінгвістичних даних.

Контрастивна етнопсихолінгвістика також займається вивченням білінгвізму та процесом засвоєння мови. Наприклад, Даяна Арндт - американська лінгвістка, яка досліджувала процеси засвоєння мови у контрастивній етнопсихолінгвістиці та вивчала вплив білінгвізму на мовні структури. Такі дослідження можуть розкрити, як сприйняття світу, мислення та поведінка можуть змінюватися залежно від мови, якою користується білінгвальна, або ж двомовна людина. Такі зміни можуть бути пов'язані з різними способами мислення людей та їхніми культурними відмінностями. Вивчення та розуміння того, як двомовні особи перемикаються від однієї мови та культури на іншу, може допомогти зрозуміти складні взаємозв'язки які виникають між мовою, культурою та їх пізнанням.

Підводячи невеликий підсумок, контрастивний аспект етнопсихолінгвістичних досліджень полягає у протиставленні та порівнянні різних мов і культур, маючи на меті розуміння, як саме мова відображає та формує культурні норми, цінності та вірування. Результати цих досліджень можуть мати не аби який вплив на розвиток міжкультурної комунікації, сприяти глибшому розумінню різних культур та сприятливо позначитися на системі освіти.

1.3 Методика аналізу стимулу ГРОШІ/MONEY

Щоб якісно дослідити стимул ГРОШІ/MONEY, було обрано методику контрастивного аналізу. Метод зіставний (контрастивний метод, конфронтативний метод) – сукупність прийомів дослідження й опису мови шляхом її системного порівняння з іншою мовою для виявлення її специфіки

на фоні спільних рис. (Загнітко, 2012, с. 184). В сучасній науці виділяється кілька напрямів, які спрямовані на дослідження асоціацій:

1) вивчення асоціативного значення слова. На таких дослідженнях спеціалізується український лінгвіст та мовознавець Ігор Андрійович Мельчук.;

2) вимірювання семантичної близькості між словами і міри входження даних слів в одне семантичної поле. Український мовознавець Віктор Андрійович Віноградов працює в цій галузі.;

3) вивчення впливу різноманітних факторів на асоціативну поведінку досліджуваних (професійні характеристики, вік, стать) і у тому числі робіт на асоціативному матеріалі онтогенезу. Ганна Григорівна Деєва - українська психологиня, досліджує когнітивні процеси, включаючи асоціативну поведінку.;

4) вивчення особливостей перебігу асоціативного процесу в умовах білінгвізму та трилінгвізму і додаток отриманих результатів до методологічної сфери викладання іноземної мови. Українська лінгвіст Ірина Вікторівна Шарапова проводить дослідження в галузі білінгвізму.;

5) асоціативна граматики і дослідження асоціативно-вербальної мережі. В цій галузі працює український лінгвіст Анатолій Євгенович Худолей.;

6) дослідження зовнішніх образів мовленнєвої свідомості у межах міжкультурного спілкування. Ольга Валентинівна Дроздова - українська мовознавчиня, працює в галузі міжкультурної комунікації та крос-культурного аналізу.

З цих напрямків ми бачимо, що частіше за все саме вільний асоціативний експеримент виступає єдиним інструментом дослідження, але в деяких випадках використовується разом з іншими експериментами для дослідження та перевірки певних наукових теорій та гіпотез.

Вільний асоціативний експеримент має на меті побудову асоціативного поля стимулу (Попова, 2007, с. 166; Стернин, 2008, с. 25) і ґрунтується на добутті від респондента асоціативної реакції на запропонований вербальний

стимул (Taylor, 1976). Асоціація – це такий зв'язок між психічними явищами, за якого актуалізація одного з них викликає актуалізацію іншого. (Засекін, 2012, с. 88) Асоціативні зв'язки встановлюються в процесі набуття суб'єктивного досвіду, досвіду історії діяльностей, у який людина була включена чи суб'єктом яких вона опинилась (Серкин, 2004, с. 72).

Вивчення внутрішнього лексикону людини і механізмів виникнення та сприйняття мовлення базується на аналізі асоціативних полів та механізмів асоціювання, що також дозволяє досліджувати структуру пам'яті. Вважається, що індивідуальна пам'ять – це сховище асоціацій, а їх виникнення і руйнування лежить в основі процесів навчання. (Горошко, 1998, с. 49). О.О. Залевська досліджувала асоціативні структури пам'яті і створила модель такої структури, в якій встановлено функціональну та лінійну залежність між обсягом пам'яті людини, яка навчається та інформаційним станом нового іноземного слова. Потреба у використанні вільного асоціативного експерименту як дослідного методу виникла спочатку через розробку методичної термінології лексики та спроби кількісно виміряти ступінь труднощів нового іноземного слова під час його сприйняття.

За допомогою асоціативного експерименту можна отримати значний матеріал для міжкультурних досліджень, який дозволяє виявити як загальнолюдські риси вільних асоціацій, так і специфіку зв'язків між словами в різних культурах. У таких дослідженнях важливим є не новизна отриманих відкриттів, а сам факт відповідності результатів асоціативного експерименту культурними традиціями того чи іншого народу.

Отже, вільний асоціативний експеримент має велике значення в багатьох сферах науки сьогодення, але особливо активно використовується у взаємозв'язку з іншими напрямками вивчення мови, такими як етнолінгвістика, психолінгвістика, соціопсихолінгвістика та семіотика. Саме тому у дослідженні аналізу слів стимулів ГРОШІ/MONEY буде використано метод вільного асоціативного експерименту.

Висновки до розділу 1

У цьому розділі йдеться про асоціативне поле слова, його взаємозв'язок з картинами світу лінгвокультурної спільноти та вплив на сприйняття та розуміння значення та конотації слова. Пояснюється, що асоціативне поле складається з групи слів, що пов'язані між собою за допомогою спільних концептуальних зв'язків, відображає не лише лексичну, а й концептуальну близькість. Крім того, кожна лінгвокультурна спільнота має свій унікальний образ світу, який формується на основі різних чинників, асоціації, пов'язані зі словами, відображають цю картину світу та спосіб, якими люди з цієї лінгвокультурної спільноти сприймають світ. Асоціації можуть бути засновані на лексичному значенні слова або виникати з контексту, в якому ці слова використовуються.

Що ж до етнопсихолінгвістики – є галуззю наукових досліджень, яка зосереджена на вивченні взаємозв'язку мови та культури, а саме на тому, як мова відображає культурні цінності, норми, переконання. Контрастивний аспект психолінгвістичних досліджень базується на порівнянні різних мов та культур з метою вивчення того, чим вони відрізняються з точки зору своїх мовних структур. Дослідження в цій галузі можуть допомогти у розумінні того, як мова формує та впливає на сприйняття навколишнього світу людиною, а також на спосіб вираження та сприйняття емоцій у різних культурах. Проте, дослідники стикаються з викликами, такими як необхідність розуміння нюансів та тонкощів різних мов та культур, а також потреба у розумінні культурних контекстів, у яких ці мови використовуються, щоб не робити широких узагальнень чи припущень щодо культурних груп, які ґрунтуються лише на лінгвістичних даних. Крім того, контрастивна етнопсихолінгвістика займається вивченням білінгвізму та процесом засвоєння мови, що можуть допомогти в розумінні того, як сприйняття світу, мислення та поведінка можуть змінюватися залежно від мови, якою користується білінгвальна людина.

У даному дослідженні буде використано метод вільного асоціативного експерименту для аналізу асоціацій зі словом стимулом "гроші". Цей метод є важливим для вивчення внутрішнього лексикону людини та механізмів виникнення та сприйняття мовлення, а також для проведення міжкультурних досліджень. Крім того, використання методів контрастивного аналізу та вільного асоціативного експерименту активно застосовується в сучасних дослідженнях у галузі асоціацій, таких як вивчення асоціативного значення слова, вимірювання семантичної близькості між словами та вивчення особливостей асоціативного процесу в умовах білінгвізму та полілінгвізму.

РОЗДІЛ 2

РЕЗУЛЬТАТИ ЗІСТАВНОГО ПСИХОЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ СТИМУЛУ ГРОШІ/MONEY

2.1 Психолінгвістичний аналіз стимулу ГРОШІ

Для вивчення специфіки сприйняття стимулу ГРОШІ українцями було проведено вільний асоціативний експеримент. Респондентам було запропоновано пройти анкетування у Microsoft Forms протягом березня-квітня 2023 року, де вони надавали свою першу асоціацію до слова-стимулу "ГРОШІ". Головними факторами для подальшого аналізу були місце проживання респондентів та їх рідна мова. У дослідженні взяло участь 105 українських респондентів з України або інших країн світу, де вони перебувають у зв'язку з війною, але їх рідною мовою є українська.

Враховуючи, що метою психолінгвістичного дослідження аналізу стимулу ГРОШІ в українській мові є виявлення асоціативних полів, які пов'язані з цим поняттям, та їх впливу на спосіб мовленнєвої поведінки та сприйняття текстів. Тож було проведено вільний асоціативний експеримент з опитуванням респондентів. Відповідь надали 104 особи, які є носіями української мови та належать до українськомовної картини світу.

До того, як переходити конкретно до аналізу отриманих результатів, перш за все, слід розглянути стандартні визначення терміну ГРОШІ. Базуючись на Словнику української мови в 11 томах (с.177):

ГРОШІ ей., мн.

1. Металеві і паперові знаки, що є мірою вартості при купівлі і продажу.
2. Капітал, статок.

За результатами опитування можна встановити, що концепт ГРОШІ асоціюється та викликає різні емоційні реакції та соціальні стереотипи. Отож групі людей було запропоновано пройти опитування, та зафіксувати їх відповіді на різні суспільні та економічні питання. Після отримання та проведення аналізу отриманих відповідей, було виявлено, що деякі з

відповідей зустрічаються частіше, а отже, ті, хто були опитані приділяють значну увагу цим аспектам. Із стимулів, які було зібрано шляхом вільного асоціювання у респондентів, ті, які зустрілися найчастіше, з них відібрано 10 слів, які є яскравим виразом актуальних понять сучасності:

1. Можливості
2. Влада
3. Робота
4. Монета
5. Щастя
6. Багатство
7. Банк
8. Праця
9. Багато
10. Гаманець

Ці відібрані слова й складають основний набір «стимулів». Неодмінно варто відзначити, що набір слів-стимулів має більш різноманітний склад, якщо порівнювати зі списками, які можна отримати на основі словників або текстів. У проведеному експерименті опитані реципієнти не були обмежені у виборі асоціацій, що пов'язані зі словом-стимулом ГРОШІ, які у них виникали.

Щоб зрозуміти взаємовідносини відносини між стимулами та реакціями необхідно взяти до уваги загальновизнані класи асоціацій. В основному, наявні класифікації спрямовані на реакції та включають класифікацію слів або словосполучень, які були отримані в результаті асоціативних експериментів. У той же час Н.А. Гасиця зазначає, що аналіз має включати в себе всі три компоненти, а саме обидві її складові – стимул та реакцію, а також відношення між ними. Аналізуючи асоціативні поля, можна дійти до висновку, що їх структура досить різноманітна та неоднорідна. Деякі стимули, які мають впорядковане асоціативне поле, та майже

беззмінно викликають ті ж самі стереотипні реакції. Але в той же час, інші асоціативні поля можуть бути нерівномірними та непередбачуваними.

Переходячи до самого аналізу стимулів, слід зазначити, що з великої кількості різних, але схожих класифікацій, було обрано узагальнену класифікацію Д. І. Терехової (Терехова, 2000р, с. 62). У цій класифікації асоціації можуть бути розділені на декілька типів, а саме: синтагматичні – містять у собі оцінку; парадигматичні – входять до однієї граматичної категорії зі стимулом, та мають відмінність лише за однією семантичною ознакою; тематичні – утворюються внаслідок тематичного зв'язку між стимулом та реакцією; фонетичні – реакції, що містять схожість у звучанні, словотвірні – базуються на спільному корені між стимулом та реакцією, таке на складених словах; граматичні – на основі співвідношення граматичних форм між стимулом та реакцією; ремінісцентні – цитатні; асоціації фразеологічного типу – реакції на підставі зв'язків стимула та фразеологічною одиницею (приказки, прислів'я, фразеологізми); персоналії – імена, прізвища.

Класифікація типів реакцій в асоціативному полі слова-стимулу ГРОШІ в українськомовній мапі світу виглядає так:

Тематичні: ГРОШІ - *можливості (14), влада (9), робота (8), щастя (4), багатство (4), багато (3), банк (3), сила (2), благополуччя, впевненість, відпустка, достаток, життя, забезпечення, засіб, капіталізм, ліки, магазин, майно, матеріальність, миша, мрія, нафта, обман, паливо, платіжний покупка, покупки, полегшення, програма, ресурс розрахунок, свобода, слава, стабільність, фінансове шурхіт, інструмент, їжа (по 1).* (74%)

Парадигматичні: *монета (4), гривні (2), долар (2) долари (2), валюта гривня, долляри, золото, мані, фунти (по 1).* (15.3%)

Синтагматичні: *праця (2) готівка (2), гаманець (2), багатий, заробляти, круто, купувати нема,(по 1).* (10.5%)

Ремінісцентні: відсутні (0%)

Словотвірні: відсутні (0%)

Фонетичні: відсутні (0%)

Граматичні: відсутні (0%)

Асоціації фразеологічного типу: відсутні (0%)

Персоналії: відсутні (0%)

В асоціативних полях, найбільш частотні реакції, що становлять ядро, визначаються як чотири найпоширеніші. Зважаючи на це, ядро асоціативного поля складається з реакцій частотністю від 4 до 14, ближня периферія містить реакції з частотністю від 2 до 4, а дальня периферія - реакції з частотністю 1. У подальшому, частотність буде виражатися у відсотковому співвідношенні для точного порівняння даних.

У структурі асоціативного поля слова-стимулу ГРОШІ є:

Ядро: *можливості (14), влада (9), робота (8), монета (4)*. (33.6%)

Ближня периферія: *щастя (4), багатство (4), багато (3), банк (3), праця (3), гривні (2), готівка (2), гаманець (2), сила (2), долар (2) долари (2)*. (27.8%)

Дальня периферія: *багатий, благополуччя, валюта, впевненість, відпустка, гривня, долари, достаток, життя, забезпечення, заробляти, засіб, золото, капіталізм, круто, купувати, ліки, магазин, майно, мані, матеріальність, миша, мрія, нафта, нема, обман, паливо, платіжний покупка, покупки, полегшення, програма, ресурс, розрахунок, свобода, слава, стабільність, фунти, фінансове шурхіт, інструмент, їжа* (38.4%)

Можна прослідкувати, що найчастотнішою реакцією цього асоціативного поля є *можливості (14), влада (9), робота (8)* (29.8%). З цього робимо висновок, що українці пов'язують слово-стимул ГРОШІ з тим, що можна отримати маючи гроші – можливості та владу, а також, як можна заробити гроші, тобто - робота.

Проаналізувавши отримані результати, можна дійти висновку, що найчастотнішими є тематичні реакції (74%), що базуються на власному досвіді та світосприйнятті опитуваних людей. Асоціаціями, які зустрічаються частіше за інші є: *можливості (13.4%)*, що виникла у 14 з 104 респондентів,

на другому місці *влада* 9 разів (8.6%) та *робота* 8 раз (7.6%) на третьому. Значна частина асоціацій пов'язана з поняттями багатства, фінансів, а також матеріальних благ. Також, нерідко зустрічаються валютні одиниці, зокрема *монета* 4 раз (3.8%) та *гривні* 2 рази (1.9%) – що співпадає з одним із визначень терміну ГРОШІ згідно зі Словником української мови в 11 томах.

Отже, можна зробити висновок, що в результаті опитування та аналізу даних, утворюється фрагмент мовної картини світу українців, що стоїть за словом-стимулом ГРОШІ, де більшість людей вважає, що гроші пов'язані з можливостями, владою та матеріальним благополуччям. Але необхідно відзначити, що ці асоціації не є однозначними, оскільки відрізняються у кожної людини та залежать від їх особистого досвіду та переконань.

2.2 Психолінгвістичний аналіз стимулу MONEY

Для вивчення особливостей сприйняття концепту MONEY серед носіїв англійської мови було проведено вільний асоціативний експеримент. Респондентам було запропоновано проходження анкети, використовуючи Microsoft Forms, протягом березня-квітня 2023 року, де вони повинні були надати свою першу асоціацію зі словом-стимулом "MONEY". Головними факторами, що враховувалися, були місце проживання респондентів та їх рідна мова. У дослідженні взяли участь 45 респондентів, які володіють англійською мовою і проживають в США, Великобританії, а також в інших в англійськомовних країнах. Нажаль, зібралось лише 44 респонденти, які допомогли у цьому дослідженні та надали свої асоціації, тож результати дослідження можуть бути не повними.

Перш ніж переходити до аналізу, потрібно визначити, яке значення має термін MONEY в англійськомовній картині світу, для цього звернемося до двох словників: англійського та американського. Почнемо зі словника англійської мови Cambridge International Dictionary (4):

MONEY

Noun [U]

UK /'mʌn.i/

Coins or notes (special pieces of paper) that are used to buy things, or an amount these that a person has.

Американський словник Merriam-Webster (3) дає таке визначення:

MONEY

Noun

US /'mʌni/

Something generally accepted as a medium of exchange, a measure of value, or a means of payment.

Терміни MONEY в англійському словнику і ГРОШІ в українському словнику мають спільне значення, а саме: фізичні об'єкти (монети, банкноти) або їхній еквівалент, який використовується як засіб обміну, міра вартості і засіб платежу. Однак, відмінності у визначеннях можуть виникати через мовну традицію, використання термінів у різних сферах та нюанси культурного контексту.

Концепт MONEY є одним із найбільш вживаних і сильних слів-стимулів, що має великий вплив на поведінку та сприйняття людей. Психолінгвістичний аналіз цього стимулу дасть змогу зрозуміти, як він сприймається індивідами, які асоціації викликає та як це впливає на їхню поведінку.

Як вже було зазначено у попередньому підрозділі, для проведення аналізу використовуємо узагальнену класифікацію Д.І. Терехової (Терехова, 2000, с. 62). Тож, за отриманими даними маємо 44 асоціації до слова-стимулу MONEY, які відповідають наступним типами:

Тематичні: *green (4), security (2), enough (2), greed (2), capitalism, carelessness, corruption, currency divisive, enough, fortune, insurance, lifeline, necessary, necessity, not power, rich, salary, street, time, wall wealth (no 1) (61.3%)*

Парадигматичні: *dollars (2), dollar (1) (6.8%)*

Синтагматичні: *cash (4), coins, exchange, pay, spend, talks tool, work (no 1) (25%)*

Ремінісцентні: *control, fake, happiness (no 1) (6.8%)*

Словотвірні: відсутні (0%)

Фонетичні: відсутні (0%)

Граматичні: відсутні (0%)

Асоціації фразеологічного типу: відсутні (0%)

Персоналії: відсутні (0%)

В асоціативних полях, де було 100 реакцій, ядро визначалося як чотири-п'ять найпоширеніших реакцій. Однак, через обмежену кількість англомовних анкет (лише 45 анкет) та отримані 44 реакції, ми використаємо лише дві перші реакції. З урахуванням цього, ядро асоціативного поля стимулу буде складатися з реакцій частотністю до 4, ближня периферія міститиме реакції з частотністю 2, а дальня периферія - реакції з частотністю 1.

Структура асоціативного поля слова-стимулу MONEY виглядає наступним чином:

Ядро: *green* (4), *cash* (4). (18.18%)

Ближня периферія: *security* (2), *enough* (2), *greed* (2), *dollars* (2). (18.18%)

Дальня периферія: *capitalism, carelessness, coins, control, corruption, currency, divisive, dollar, enough, exchange, fake fortune, happiness, insurance, lifeline, necessary, necessity, not pay, power, rich, salary, spend, street, talks, time, tool, wall wealth, work*. (63.6%)

Можна побачити, що найчастіша цього асоціативного поля є *green* (4), *cash* (4) (18.18%). З цього ми робимо висновок, що американці пов'язують слово-стимул MONEY з кольором та готівкою.

За результатами аналізу можна зробити висновок, що найпоширенішими асоціаціями до слова-стимулу MONEY є тематичні асоціації (61.3%): *green* (4) – 9% *security* (2) – 4.5% *enough* (2) – 4.5% *greed* (2) – 4.5%. Синтагматичні асоціації були присутні в 25% від усіх асоціацій. Парадигматичні асоціації (6.8%) а саме слово *dollars* (2) – 4.5%, що відповідає терміну MONEY зі словника англійської мови Cambridge International Dictionary, а також ремінісцентні асоціації 6.8%.

Загалом, можна сказати, що асоціації до слова-стимулу MONEY були досить різноманітні. Це може свідчити про різні способи прийняття даного поняття в англomовному середовищі. Серед отриманих асоціацій присутні, як позитивні, так і негативні конотації, що говорить про складний та неоднозначний характер цього поняття в суспільстві.

2.3 Спільне та відмінне в структурі асоціативних полів стимулу ГРОШІ/MONEY в українській та англійських мовах

Провівши аналіз дослідження асоціативних полів стимулів ГРОШІ/MONEY в українській та англійських мовах можна проаналізувати, що між ними спільного і відмінного. Для початку, необхідно зауважити, що концепт ГРОШІ/MONEY займає значуще місце в українських та англійських мовних картинах світу. Гроші – є важливим суспільно-економічним аспектом життя в цивілізованому світі.

Серед отриманих результатів, можна побачити, що в українській, що в англійській мовах асоціації респондентів мають взаємозв'язок із загальноприйнятими термінами зі словників в обох випадках це парадигматичний клас асоціацій, який не становить більшість. В українській мові 15.3%, а в англійській 6.8%.

Для наглядної демонстрації схожих та відмінних рис в аналізі асоціативних полів у сприйнятті українсько та англійськомовних респондентів надається таблиця їх класифікацій (див. Таблиця 2.2.1):

Таблиця 2.2.1

Зіставна таблиця основних типів асоціацій
на стимули ГРОШІ / MONEY

	ГРОШІ	MONEY
Тематичні	74%	61.3%
Парадигматичні	15.3%	6.8%
Синтагматичні	10.5%	25%

Ремінісцентні	0%	6.8%
Словотвірні	0%	0%
Граматичні	0%	0%
Фонетичні	0%	0%
Фразеологічного типу	0%	0%
Персоналії	0%	0%

Очевидним є те, що в обох мовах переважають тематичні асоціації, серед українськомовних респондентів їх – 74%, англійськомовних 61.3%. На другому місці серед асоціацій до стимулу ГРОШІ є парадигматичні, що становлять 15.3% серед опитаних українців, в той час коли у англійців та американців ці асоціації становлять лише 6.8%. Далі синтагматичні асоціації в англійськомовному середовищі посідають друге місце 25%, а в українськомовному лише 10.5%. Що ж до ремінісцентних асоціацій, то вони присутні лише серед респондентів – носіїв англійської мови, та становлять 6.8%. Словотвірні, граматичні, фонетичні, асоціації фразеологічного типу та персоналії – відсутні в обох мовах.

Існує кілька причин, чому тематичні асоціації з'являються частіше в асоціативних полях стимулу ГРОШІ/MONEY в обох мовах. По-перше, ГРОШІ/MONEY – це поняття, яке має сильний тематичний аспект, оскільки гроші мають великий вплив на сучасне життя, що й відображається в повсякденних діях та розмовах, тому ці асоціації стають більш очевидними. По-друге, ГРОШІ/MONEY мають стандартний набір асоціацій, які можуть бути загальними для багатьох культур. Тож, тематичних асоціацій більше, через їх універсальну значимість та широке використання в економіці, бізнесі, та повсякденному житті.

Висновки до розділу 2

Отже, у результаті проведення вільного асоціативного експерименту було залучено 104 українськомовних, та 44 англійськомовних респондентів.

Після отримання їх відповідей було створено асоціативні поля стимулів ГРОШІ/MONEY. Задля комфортного аналізу, дані було переведено у відсотки.

Було визначено ядро, ближню та дальню периферію асоціативних полів слів-стимулів та вираховано частотність реакцій у відсотковому співвідношенні для більш точного порівняння результатів.

Спочатку було проведено два окремі аналізи стимулу ГРОШІ в українськомовних реаліях та MONEY в англійськомовних. Після цього було зроблено їх порівняння задля виокремлення їх спільних та відмінних рис. Відмічається, що найчастотнішою реакцією в обох мовах є тематична, що складає 74% в українській і 61.3% в англійських мовах. Було зазначено, що в обох мовах асоціації мають співпадіння з загальноприйнятими термінами ГРОШІ/MONEY, але не становить більшість, в українській мові - 15.3%, а в англійській - 6.8%.

Також було встановлено, що різниця в реакціях на слова-стимули може пояснюватися культурними та соціальними відмінностями, різним рівнем економічного розвитку.

ВИСНОВКИ

Задля проведення даного дослідження про психолінгвістичний аналіз стимулу ГРОШІ/MONEY в українсько та англійськомовних середовищах, було використано теоретичні джерела, щоб краще ознайомитись з теоретичними поняттями мовної та концептуальної картин світу, що дозволило набути необхідні знання про особливості цих понять, а також застосувати ці знання у подальшому дослідженні.

Після того, як було опрацьовано теоретичний матеріал, методикою власного дослідження стали вільний асоціативний аналіз у вигляді анкетування, також були залучені описовий метод з елементами компонентного аналізу та метод аналогій і порівнянь.

Опитування респондентів-носіїв англійської та української мов відбувалося онлайн та було отримано 104 українські асоціації та 44 англійські. На жаль, через великий недобір англійськомовних асоціацій робота могла бути виконана не повністю достовірно та результати аналізу англійських асоціативних полів може бути неповний.

Після проведення експерименту, що передбачає вільне асоціювання, було створено асоціативні поля їх ядро, ближню та дальню периферію за результатами вільного асоціативного експерименту, що відносяться до стимулів ГРОШІ/MONEY, обчислено частоту відгуків у відсотковому співвідношенні для більш точного розуміння та подальшого порівняння отриманих результатів.

Користуючись узагальненою класифікацією асоціацій Д.І. Терехової (Терехова, 2000, с. 62), для кожного типу реакцій були наведені показники з їх відсотковим співвідношенням. Потім було проведено окремо аналіз стимулу ГРОШІ та MONEY, їх зіставлення, та на основі аналізу проведено визначення спільних та відмінних рис. Наприклад, спільним є те, що найобширнішою групою асоціацій в обох мовах є тематична, що займає більше половини відповідей, 74% в українській та 61.3% в англійських мовах. Найбільшою відмінністю є те, що в англійській мові ремінісцентні асоціації

займають 6.8%, в той час, як в українській мові вони повністю відсутні. Відмінності в асоціаціях зумовлені різною культурою, українці пов'язують ГРОШІ з можливостями та владою, а англійці в свою чергу звертають увагу на фінанси та багатство.

Підсумовуючи все вище сказане, можна дійти висновку, що було успішно досягнуто мету роботи та якісно виконані поставлені завдання. Методика та отримані результати дослідження можуть бути корисні для майбутніх досліджень та покращення роботи в цій галузі.

RESUME

The topicality of the research is determined by the need for a detailed psycholinguistic analysis of the ГРОШІІІ/MONEY concepts in English and Ukrainian by studying them in a contrastive aspect.

The aim of the term paper is to provide a theoretical justification of the ГРОШІІІ/MONEY incentives and their contrastive analysis in the Ukrainian and English languages.

In order to achieve the goal of scientific research, it is necessary to decide and solve the following range of questions that make up its **main task**:

- To determine the theoretical principles of studying the associative fields of words in a comparative aspect;
- Choose the methodology by which the research will be conducted;
- Collect material for an associative experiment;
- Conduct an associative experiment and analyze the obtained results;
- Make and research a psycholinguistic analysis of the ГРОШІІІ/MONEY stimulus in the Ukrainian language;
- Investigate the psycholinguistic analysis of the ГРОШІІІ/MONEY stimulus in English;
- Identify common and different concepts of ГРОШІІІ/MONEY in Ukrainian and English, as well as analyze them;

The object of the research is linguistic consciousness, which is represented in the associative fields of stimulus words, representatives of different ethnic groups, associative reactions of respondents to stimulus words in the socio-economic sphere of use.

The subject is the national-cultural specificity of the language consciousness of representatives of two ethnic groups, revealed in the structure of the associative fields of the ГРОШІІІ/MONEY stimuli. The research is about the comparative characteristics of the ГРОШІІІ/MONEY stimuli in the Ukrainian and English languages.

The methods of the research the main research method of contrastive analysis of ГРОШИ/MONEY incentives is a free associative analysis in the form of a questionnaire. The work also used a descriptive method with elements of component analysis. The method of analogies and the comparative method are also used.

The scientific novelty of the research is that the study and analysis of the English and Ukrainian languages received further development due to the peculiarities of the individual and collective consciousness of the Ukrainian and English peoples; study of stimulus words MONEY; studying the means of their expression with the help of a free associative experiment.

The practical value of the research The obtained results can be used in the study of Ukrainian and English languages, the development of linguistics and psycholinguistics.

The structure of the paper The structure of the course work is determined by the logic of building scientific research, which follows from the object, subject, goal and task of the research. The work consists of an introduction, two chapters, a conclusion and a list of used sources, a list of appendices.

In the introduction, the goal and task are given, the relevance is substantiated, the object and subject are defined, methods and scientific novelty are indicated. The practical significance of the research is also revealed and the structure of the course work is provided.

The first chapter reveals the theoretical foundations of comparative analysis and associative fields. The second chapter examines the results of a comparative psycholinguistic study of the stimulus words ГРОШИ/MONEY.

The conclusions summarize the results of the study.

The list of used literature provides the sources on the basis of which the research was carried out.

Keywords: association, free associative experiment, language picture of the world, reaction, stimulus.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Белянин, В. П. (2001). *Введение в психолингвистику: учеб. пособие* (2. изд.). ЧеРо.
2. Бутенко, Н. П. (1989а). *Словник асоціативних значень іменників в українській мові*. Вища школа.
3. Бутенко, Н. П. (1989б). *Словник асоціативних норм української мови*. Вища школа.
4. Горошко, Е.И. (1998). *Специфика ассоциативного сознания некоторых групп русскоязычного населения Украины // Языковое сознание: формирование и функционирование*. РАН.
5. Загнітко, А. П. (2012). *Словник сучасної лінгвістики: том 2*. ДонНУ.
6. Засекін, С. В. (2006). *Психолінгвістичні аспекти перекладу*. ВІЕМ.
7. Засекін, С. В. (2012). *Психолінгвістичні універсалії перекладу художнього тексту*. Волинський національний університет імені Лесі Українки.
8. Засекіна, Л. В., & Засекін С. В. (2002). *Вступ до психолінгвістики* (Острозька академія»).
9. Леонтьев, А. А. (1997). *Основы психолингвистики*. Смысл.
10. Попова, А. Ф. (2007). *Вісник Національної академії наук України*.
11. Солсо, Р. (2002). *Когнитивная психология*.
12. Стернин, И. А., & Попова, З.Д. (2007). *Семантико-когнитивный анализ языка*. Научное издание.
13. Филлмор, Ч. (1988). *Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике*. Прогресс.
14. Шахнарович, А. М. (1987) *Проблемы психолингвистики*. Наука.
15. Adisson, W. (1997). *Longman Language Activator*. Longman Group UK Limited.
16. Gibson, J. (1960). *The concept of the stimulus in psychology*. The American Psychologist.

17. Merriam-Webster. (n. d.). Money. In *The Merriam-Webster dictionary*. [Электронный ресурс] <https://www.merriam-webster.com/> Дата звернення: 05.05.2023
18. Procter, P. (1996). *Cambridge International Dictionary of English*. Cambridge University Press.
19. Taylor, T. J. (1976). *Do you understand? Criteria of understanding in verbal interaction*.
20. Tom, McA. (1990) *Longman Lexicon of Contemporary English*. Longman.

ДОДАТКИ

Додаток А

Щоденник експериментатора

№ п/п	Перелік відомостей	Відомості експериментатора	Примітки
1.	ПІБ експериментатора, посада, місце роботи	кандидат філологічних наук, професор Терехова Діана Іванівна, студентка факультету германської філології та перекладу Прядка Анна Сергіївна	виконано
2.	Місце проведення (країна, місто, навчальний заклад тощо)	Україна: м. Київ, Київський національний лінгвістичний університет, Бердянськ, Бориспіль, Бровари, Буча, Вінниця, Гостомель, Грабівці, Дрогобич, Житомир, Залуква, Знам'янка, Ігнатпіль, Ірпінь, Коростишів, Кременчук, Луцьк, Львів, Малютинці, Миколаїв, Окни, Остер, Підзамче, Прилуки, Рівне, Сімферополь, Соколівське, Харків, Хмельницький, Чернігів, Шостка. Велика Британія: Уельс, Кармартен. Канада: місто не вказано. Литва: Вільнюс. Німеччина: Берлін, Дортмунд. Фінляндія: Рууккі.	виконано; інші країни, окрім України, вказані у місці проведення – теперішні місця проживання або тимчасового перебування українців;
3.	Дата проведення	березень-квітень 2023	виконано

4.	Форма проведення (письмова, інтернет-анкета)	інтернет-анкета	виконано
5.	Кількість респондентів (чоловіків, жінок)	104 респонденти (18 чоловіків, 86 жінок)	виконано
6.	Мова анкетування	українська мова	виконано

Щоденник експериментатора

№ п/п	Перелік відомостей	Відомості експериментатора	Примітки
1.	ПІБ експериментатора, посада, місце роботи	кандидат філологічних наук, професор Терехова Діана Іванівна, студентка факультету германської філології та перекладу Прядка Анна Сергіївна	виконано
2.	Місце проведення (країна, місто, навчальний заклад тощо)	Canada: Vancouver, Victoria, Winnipeg. East Africa: Tanzania. The United Kingdom: Birmingham, Cheshire. The UK, Scotland: Edinburgh, Inverness. The UK, Wales: Aberystwyth, Pembrokeshire, Whitland. The United States: Jacksonville; Loretto; Manteca; Minnesota: Duluth, Knife River, Minneapolis, St. Paul; New York: Albany; Tennessee: Knoxville, Loudon; Wisconsin: Bayfield, Bayfield (Herbster), Cornucopia, Superior. Ukraine: Kyiv.	виконано
3.	Дата проведення	березень-квітень 2023	виконано
4.	Форма проведення (письмова, інтернет-анкета)	інтернет-анкета	виконано

	інтернет-анкета)		
5.	Кількість респондентів (чоловіків, жінок)	45 респондентів (21 чоловік, 24 жінки)	виконано
6.	Мова анкетування	англійська мова	виконано

Додаток Б

Зіставна таблиця асоціативних полів досліджуваних стимулів

Українська мова	Англійська мова
<p>ГРОШІ (104) – <i>можливості</i> (14), <i>влада</i> (9), <i>робота</i> (8), <i>монета</i> (5), <i>щастя</i> (4), <i>багатство</i> (4), <i>багато</i> (4), <i>банк</i> (3), <i>гривні</i> (3), <i>праця</i> (3) <i>готівка</i> (2), <i>гаманець</i> (2) <i>сила</i> (2), <i>долар</i> (2), <i>долари</i> (2), <i>нафта</i>, <i>покупки</i>, <i>паливо</i>, <i>слава</i>, <i>шурхіт</i>, <i>мрія</i>, <i>їжа</i>, <i>магазин</i>, <i>капіталізм</i>, <i>життя</i>, <i>свобода</i>, <i>полегшення</i>, <i>майно</i>, <i>програма</i>, <i>миша</i>, <i>інструмент</i>, <i>обман</i>, <i>покупка</i>, <i>матеріальність</i>, <i>фунти</i>, <i>золото</i>, <i>доляри</i>, <i>мані</i>, <i>гривня</i>, <i>валюта</i> <i>розрахунок</i>, <i>достаток</i>, <i>платіжний засіб</i>, <i>відпустка</i>, <i>багато</i>, <i>фінансове забезпечення</i>, <i>заробляти</i>, <i>круто</i>, <i>багатий</i>, <i>нема</i>, <i>купувати</i> <i>впевненість</i>, <i>стабільність</i>, <i>благополуччя</i>, <i>ліки</i>, <i>ресурс</i> (по 1)</p>	<p>MONEY (44) – <i>green</i> (4), <i>cash</i> (4), <i>security</i> (2), <i>dollars</i> (2), <i>enough</i> (2), <i>greed</i> (2), <i>salary</i>, <i>insurance</i>, <i>lifeline</i>, <i>carelessness</i>, <i>corruption</i>, <i>wealth</i>, <i>rich</i>, <i>capitalism</i>, <i>necessity</i>, <i>fortune</i>, <i>necessary</i>, <i>not enough</i>, <i>wall street</i>, <i>power</i>, <i>divisive</i>, <i>time</i>, <i>currency</i>, <i>dollar</i> <i>tool</i>, <i>coins</i>, <i>spend</i>, <i>exchange</i>, <i>pay</i>, <i>work</i>, <i>talks</i>, <i>happiness</i>, <i>control</i>, <i>fake</i> (по 1)</p>