

## ЛЕКСИКА ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ В КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦІВ І ПОЛЯКІВ (ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ)

Гуманітарні науки відносно нещодавно, у ХХ ст., звернулися до поняття картини світу. Проте вона стала об'єктом дослідження в низці галузей – онтології, гносеології, епістемології, культурології, антропології, соціології, психології, філософії, релігієзнавстві. Так чи інакше дослідженням картини світу займалися С. Geertz і М. Mead, Е. Durkheim і М. Weber, С. Freud і С. Jung, Ж.-П. Sartre та Н. Arendt, Ж. Campbell та ін. Зрозуміло, що широта застосування зумовила поставання проблем, що не вирішені досі: суб'єктивність потрактувань, комплексність, багатогранність і змінюваність об'єкта вивчення, етичні питання, а також обмеженість методів.

Актуальність розвідок картини світу не викликає сумнівів, оскільки в сучасному світі серйозними викликами стали культурне розмаїття, психологічне благополуччя, стрімкі соціальні зміни, політичні конфлікти.

За останні десятиліття склалося чимало інтерпретацій феномена картини світу, багато трактовок залежно від предмета та напрямку дослідження. Однак спільного розуміння терміна не існує, більшість його характеристик є швидше описовими, ніж аналітичними [3]. Зазвичай дослідники користуються робочими дефініціями.

У широкому розумінні картина світу – це система загальних уявлень про дійсність, фактично світогляд. Картину світу можна реконструювати як для великої соціопсихологічної одиниці – етносу, нації, так і для певної групи в складі такої одиниці чи для окремого індивіда. Подекуди до цього терміна підходять не стільки в конкретному науковому, а в метафоричному розумінні. Особливо якщо йдеться про сферу людської духовності.

Неосяжність об'єкта вивчення змушує виявляти фрагменти картини світу, що виявляють її аспекти – наприклад, наївна, релігійна, професійна, наукова, філософська, культурна, екологічна, соціальна, економічна тощо. Специфіка реконструкції та висвітлення картини світу, безумовно, полягає в тому, що її репрезентація можлива за допомогою чи не єдиного засобу – мови. Ось чому дослідження мовної та когнітивної картин світу надають, так би мовити, базовий матеріал для реконструкції вище названих фрагментів.

Оскільки мова є специфічним національним феноменом, то в ній відображені особливості природно-культурних умов буття носіїв, своєрідність національного характеру, які зумовлюють структуру

мовних моделей концептуалізації світу. Нам близький підхід польської дослідниці А. Вежбицької [4], оснований на ідеях основоположника напряму В. фон Гумбольдта та розвиває висновки Е. Сепіра, Б. Уорфа, О. Єсперсена.

Одним із ефективних методів дослідження мовної картини світу є вільний асоціативний експеримент (ВАЕ), завдяки якому моделюється структура асоціативного поля, встановлюється асоціативне значення стимулів [1]. Українські та польські дослідники С. Мартінек, Т. Ковалевська, Л. Кушмар, О. Загородня, Ю. Загоруйко, В. Гнатюк, J. Bartmiński, E. Hamań, Z. Saloni, M. Śliwińska та ін. застосовують ВАЕ для реконструкції фрагментів мовної картини світу.

Метою нашого дослідження є зіставлення асоціативних значень лексики економічної сфери в картинах світу українців і поляків.

Отримані асоціативні значення є результатом застосування методу вільного асоціативного експерименту для реконструкції асоціативних полів і асоціативних значень стимулів, асоціативний та зіставний методи задіяні для аналізу семантичних зв'язків між стимулом і реакціями, а елементи статистичної методики уможливають обґрунтування доказової бази.

Лексику економічної сфери, а практично економічну картину світу українців активно досліджує Л. Кушмар. Її аргументація стосовно вибору фрагмента картини світу та формування стимульного списку цілком переконлива. З метою виявлення активного словника та формування на його основі стимульного списку дослідниця провела асоціативний експеримент зі 102 носіями української мови, які за допомогою шкалування окреслили коло лексики економічної сфери для подальшого відбору. На другому етапі дослідниця на основі контекстуальної зумовленості з урахуванням частотності й інформативності виділила слова для подальшої перевірки за словниками економічної термінології та тлумачними словниками української мови. У результаті був сформований список зі 116 стимулів, з якими й проведено ВАЕ та реконструйовано асоціативні поля [2].

Для коректного зіставлення асоціативних значень стимулів економічної сфери в українській і польській мовах залучено польські еквіваленти відповідних українських одиниць з дослідження Л. Кушмар. В експерименті взяли участь понад 400 носіїв польської мови як рідної 1979–2005 років народження, 89 % з яких є студентами навчальних закладів Польщі за різними спеціальностями. Матеріалом опрацювання польських слів слугують близько 40 тис. асоціативних зв'язків між стимулами та реакціями.

До списку внесені, наприклад, такі стимули: HURT, GIEŁDA, POPYT, DEFICYT, ZAKRES, DOCHÓD, LIMIT, ZNAK TOWAROWY,

SPEKULACJA, LICENCJA, EKSPLOATACJA, GOTÓWKA, ZALICZKA, IMPORT, EKSPORT, BANKOMAT, KOSZT, CENA, BIZNESMEN, BANKNOT та ін. Крім слів, стимулами були деякі словосполучення термінологічного характеру, семантика яких практично відповідає семантиці слова, як-от: KARTA KREDYTOWA, BANK NARODOWY, KOSZTY UTRZYMANIA та ін.

Аналіз отриманого матеріалу, хоча опрацьований поки не весь масив, дозволяє здійснити зіставлення за кількома параметрами.

По-перше, польські інформанти, на відміну від українських, дали реакції меншої кількості типів. Близько 90 % становлять парадигматичні та типологічні реакції, наприклад: HURT – *towar, sklep, zysk, zakupy, sprzedawanie, pieniądze* та ін.; DEFICYT – *brak, komunizm, limit, ograniczenie, kryzys* та ін. Решта типів реакцій – синтагматичні, фонетичні, ремінісцентні тощо – становить близько 10 %, вони практично є поодинокими в асоціативних полях, наприклад, LIMIT – *czasowy*. Реакції ж невербальні та складені не виявлені, хоча для українських інформантів частотність таких асоціацій становить близько 2 %.

По-друге, обмежена кількість типів польськомовних реакцій, імовірно, зумовлена меншою кількістю різних реакцій на один стимул, що у свою чергу призводить до меншого масштабу асоціативних полів порівняно з українськомовними.

По-третє, якщо в асоціативних полях українських стимулів майже в 100 % випадків наявні, хоч і не в ядрі, оцінні (конотаційні) реакції, наприклад, БАНК – *шахраї, лхвар*, то в асоціативних полях польських стимулів оцінні реакції майже відсутні, в опрацьованому матеріалі вони трапилися лише три рази, наприклад, GOTÓWKA – *głupi*.

По-четверте, практично в усіх асоціативних полях польськомовних стимулів сформоване ядро, тобто асоціативне значення слова, тоді як до 10 % українськомовних асоціативних полів не мають ядра або перебувають на межі його формування. Відрізняється також склад ядерних реакцій, тобто асоціативні значення стимулів лексики економічної сфери у сприйманні опитаних українців і поляків відрізняються. Для порівняння: БІРЖА – *praci, bezrobittia* і GIEŁDA – *akcje, inwestycje, rynek*; ТОРГОВЕЛЬНА МАРКА – *бренд, знак* і ZNAK TOWAROWY – *biznes, produkt*.

Проведене експериментальне дослідження показало, що сприймання носіями української та польської мов стимулів економічної сфери суттєво відрізняється, хоча виділений для вивчення фрагмент картини світу в громадян країн з подібним влаштуванням економічного та соціального життя, здавалася б, теж подібно структурований. Проте визначено суттєві відмінності в асоціативних зв'язках, в структурі асоціативних полів стимулів, у формуванні

асоціативного значення. У подальшій роботі буде виявлено збіги та розбіжності між асоціативними та лексичними значеннями українськомовних і польськомовних стимулів економічної сфери.

#### *Література:*

1. *Горошко О. І.* Інтегративна модель вільного асоціативного експерименту: монографія. Харків; М.: РА-Каравелла, 2001. 320 с.
2. *Кушмар Л. В.* Лексика економічної сфери в мовній картині світу українців: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Луганськ, 2011. 348 с.
3. *Старикова Г. Г.* Різноманіття картин світу і специфічні особливості мовної картини світу. URL: <https://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/56-dvadtsyat-shosta-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/672-mnogoobrazie-kartin-mira-i-spetsificheskie-osobennosti-yazykovej-kartiny-mira>
4. *Wierzbicka A.* Semantics, culture, and cognition: universal human concepts in culture-specific configurations. New York: Oxford University Press, 1992. 496 p.

**В. В. Ніколаєнко,  
Г. М. Семененко  
Київ, Україна**

### **ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ЦИФРОВОГО СТОРИТЕЛІНГУ**

Професійний розвиток викладача вищого навчального закладу у ХХІ ст. передбачає необхідність володіння навичками інтеграції сучасних технологій у навчальний процес. Використання новітніх технологій при викладанні іноземних мов сприяє активізації уваги студентів, розвитку їх цифрових та медіа-навичок, а також підтримує їх у бажанні розвивати мультиграмотність. Викладач іноземної мови повинен бути особливо уважним до постійних змін у структурі знань та готовим адаптувати свій підхід до викладання відповідно до цих змін. Важливо підтримувати розвиток потенціалу студентів протягом навчання. Один з ефективних інструментів для розвитку комунікативної компетентності, який дозволяє викладачам та студентам відповідати освітнім вимогам ХХІ ст. та отримувати взаємну користь, – це цифровий сторітелінг.

Цифровий сторітелінг – це технологія, що існує вже протягом значного часу. Вона використовує різноманітні технічні інструменти,