

Анастасія Левченко

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ «КРИЗА» В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОСВІДОМОСТІ (ЗА СЛОВНИКАМИ Й АСОЦІАТИВНИМ ЕКСПЕРИМЕНТОМ)

Статтю присвячено виявленню семантичного і асоціативного полів концепту «криза» в українській картині світу. Визначено актуальність дослідження концепту «криза» для української лінгвоментальності. Проаналізовано словникові визначення й проведено асоціативний експеримент зі стимулом «криза», що стало підставою для створення статті для асоціативного словника.

***Ключові слова:** лексичне значення, концепт, семантичне поле, асоціативне поле, асоціативний експеримент.*

Постановка проблеми. Наразі одним з найбільш ефективних і популярних напрямів у вивченні вербальних асоціацій виступає дослідження асоціативного значення слова – специфічної внутрішньої структури, глибинної моделі зв'язків і ставлень, що формується у мовця через мовлення та мислення і лежить в основі «когнітивної організації» його багатостороннього досвіду [3, 104]. Актуальність роботи полягає в тому, що концепт «криза» належить до найбільш соціально й культурно значущих складників концептосфери сучасної людини. Існує тенденція активізації поліаспектного дослідження мовних картин світу, а також наявна потреба пізнання й моделювання структури концепту «криза» у єдності поняттєвого, образного й ціннісного компонентів. Криза стала практично постійним явищем сучасного життя, особливо в сьогоденні. З цієї причини важливо усвідомлювати, яке місце зазначений концепт займає в лінгвосвідомості сучасних українців. До того ж аналіз базових концептів дає можливість глибше зрозуміти особливості української концептосфери загалом і глибше проникнути в українську лінгвосвідомість, картину світу, наблизитися до розуміння українського менталітету.

Ступінь дослідження проблеми в науці. Теоретичні засади методу асоціативного експерименту ґрунтовно розглянуто в роботах О. Горошко, Ю. Караулова, В. Левицького, О. Леонтєва, З. Попової та Й. Стерніна, Р. Фрумкіної та ін. Асоціативний експеримент вважають основним методом дослідження лінгвосвідомості людини та експлікації асоціативного значення слова. Життєвий досвід людини фіксується, інтерпретується та узагальнюється в категоріях мовної свідомості, які вербалізовані системою мовних одиниць. Інтерпретація цих одиниць є необхідним складником дослідження мовної картини світу [6, 210].

Об'єктом дослідження слугує концепт «криза» у свідомості носіїв української лінгвокультури та лексичне значення концепту «криза»; **предметом** – структура інтерпретаційного складника зазначеного концепту, що формується з допомогою результатів асоціативного експерименту.

Мета дослідження полягає у викладенні основних результатів дослідження структури інтерпретаційних полів концепту «криза» в українській мовній свідомості на основі результатів асоціативного експерименту, у з'ясуванні концептуалізації поняття «криза», що дасть змогу описати польову структуру лексеми в українській лінгвокультурі та створити наукове уявлення про місце й роль цього концепту у суспільному житті українців.

Виклад основного дослідження. Концепт «криза» відображає глобальне явище, яке має вплив на різноманітні сфери людської діяльності: економічну, політичну, соціальну. Оскільки криза завжди була й не перестає бути перманентним явищем життя, незаперечно те величезне значення, яке він має в мовній картині світу. Система значень концепту «криза» в сучасній українській мові є доволі широкою.

Пояснення слова «криза» в словниках перебуває в прямій залежності від ідеологічних особливостей тієї епохи, у яку був створений цей словник. Наприклад: «Криза. – 1. Різка зміна звичайного стану речей; злам, загострення становища. 2. Періодичне перевиробництво товарів, що призводить до різкого загострення всіх суперечностей економіки країни: скорочення виробництва, розладу кредитних і грошових відносин, банкрутства фірм, масового безробіття і зубожіння населення» [1]. У «Словнику синонімів української мови» показано такі синоніми до зазначеного концепту: злам; загострення; (душевний) розлад; (економіки) крах; банкрутство; (політична) розруха; (хвороби) поворотний пункт; перелом; нестача чого-небудь [5].

Асоціативний експеримент із концептом «криза» ми провели в 2020 році під час економічної кризи, тому асоціації своїй більшості стосуються економіки. Цей асоціативний експеримент є змішаним, тобто респондентові було запропоновано відповісти однією або двома асоціаціями, що перше спало йому на думку після пред'явлення стимулу «криза», не обмежуючи вибір реакції жодними критеріями. На перебіг експерименту вплинули різні чинники. Серед них соціальні та психофізичні. Форма проведення асоціативного експерименту є письмовою, виконувалась онлайн методом, у формах Google. Відомо, що форма експерименту впливає на характер ядра асоціативного поля, вибрана форма сприяє реакціям парадигматичного та синтагматичного типу [2]. Експеримент проводився в індивідуальній формі, що певним чином позбавило респондента впливу інших осіб на відповіді. Поведінка експериментатора не може бути прослідкованою, адже експеримент було проведено заочно. Умови у кожного учасника були своєрідними та неконтрольованими.

У дослідженні взяли участь 72 інформанта, всі є громадянами України та мають середню, вищу, незакінчену вищу освіту, переважна більшість – студенти віком від 17-ти до 21-го року (80.5 %). Інша частина – віком від 22-ох до 65-ти років, ця вікова категорія має по 1.4 % або 2.8 % від загальної кількості респондентів, у загальній кількості складають 19.5 %. 72.2 % складають жінки, тобто 52 особи, а чоловіки – 27.8 % (20 осіб). Рідна мова переважно українська, а також була значна кількість респондентів, для яких є рідна мова російська та один респондент із болгарською рідною мовою. Усього отримано асоціативних реакцій – 104.

Реакції респондентів подано через крапку з комою [4, 31]. Орфографія та пунктуація респондентів збережена.

Криза (72 / 114 / 16 // 96 / 10 / 4);

безробіття (6); бідність (6); депресія (3); дефіцит (2); дефолт (4); дира (2); економіка (2); занепад (2); інфляція (2); карантин (3); колапс (2); крах (4); макарони (2); перелом (3); проблеми (3); Україна (4); ціни (2); економіка (2); банкрутство; безвідповідальність;

безгрошів'я; білка; блискавка; голод; ДВС; діра; дискомфорт; економічна; економія; зараз; капець; катастрофа; корупція; країна; купюри; невизначеність; негаразди; недостача; нерви; нестача; ослаблення; паніка; пауза; перелом; податки; подія; політика; політична; регрес; світова; спадок; стагнація; страждання; стрес; тривога; упадок; 2008; банки закриваються; долар росте; закривають банки; крах економіки; малий бізнес; несприятливі умови; переломний момент; росте доллар; спад в економіці; віртуальна гра; Low money; відсутність можливостей до реальної самореалізації в умовах спаду економіки країни; для когось криза а для когось наоборот; час, коли країна потребує критичних дій відносно економіки держави; несостояние с чѐм-то справиться.

Висновки. Проведення асоціативного експерименту для дослідження структури інтерпретаційних полів концепту є широко поширеним методом у психолінгвістиці, це допомогло нам у концептуалізації поняття «криза», що дало змогу частково створити наукове уявлення про місце й роль цього концепту у суспільному житті українців, але розкрити аспекти повністю не дозволяє обсяг курсової роботи. Результати експерименту виявилися такими, що респонденти сприймають концепт «криза» у своїй більшості з економічної сторони, а вже потім з суспільно-політичної та особистісної. Отже, спостерігаємо кореляцію між поданими визначеннями і асоціаціями інформантів, до того ж, можемо зробити висновок, що у сучасному світі, теперішній ситуації мовці використовують та розуміють цей концепт в економічному напрямку, в той час, як у словниках та енциклопедії розглядається більш різнобічно.

Список використаної літератури

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови: 170 000 слів і словосполучень. Укладач В. Т. Бусел (уклад. і голов. ред.). Київ: Ірпінь: Перун, 2004. 1440 с.
2. Горошко Е. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента: монография. Москва: РАН, 2001. 320 с.
3. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. Москва: Изд-во Российского государственного гуманитарного университета, 1999. 355 с.
4. Кутуза Н. В., Ковалевська Т. Ю. Короткий асоціативний словник рекламних слоганів. Одеса: Астропринт, 2010. 80 с.
5. Словник синонімів української мови: у 2-х т. [А. А. Бурячок, Г. М. Гнатюк, С. І. Головащук та ін.; А. А. Бурячок та ін. (ред. кол.)]; НАН України. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Ін-т української мови. Київ: Наукова думка, 2006.
6. Стефанік Х. Термін концепт: діалог лінгвістики та літературознавства. *Studia methodologica*. 2014. Вип. 36. С. 78–85.