

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Lesya Ukrainka Eastern European National University

**EAST EUROPEAN JOURNAL
OF
PSYCHOLINGUISTICS**

Volume 4
Number 1



Lutsk
2017

Approved by the Academic Council of Lesya Ukrainka Eastern European National University, Record of proceedings No 6 dated May 25, 2017

Editor-in-Chief

Serhii Zasiiekin Lesya Ukrainka Eastern European National University, Ukraine

Associate Editor

Larysa Zasiiekina Lesya Ukrainka Eastern European National University, Ukraine

Editorial Assistant

Yulia Sudus Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine

Editorial Board

Tetiana Andrienko Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Valery Belyanin Institute of Applied Psychology, Canada

Emrah Dolgunsöz Bayburt University, Turkey

Natalya Fomina Sergey Yesenin Ryazan State University, Russia

Janna Glozman Lomonosov Moscow State University, Russia

Larysa Kalmykova Hryhoriy Skovoroda Pereyaslav-Khmelnytskyi State Pedagogical University, Ukraine

Oleksandr Kapranov University of Bergen, Norway

Shelia Kennison Oklahoma State University, USA

Azizuddin Khan Indian Institute of Technology Bombay, India

Oleksandr Kholod Kyiv National University of Culture and Art, Ukraine

Khrystyna Khvorost Lesya Ukrainka Eastern European National University, Ukraine

Lada Kolomiyets Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Nina Kresova University of Tartu, Estonia

Hristo Kyuchukov Magdeburg-Stendal University of Applied Sciences, Germany

Andrzej Łyda University of Silesia, Poland

Amelia Manuti University of Bari, Italy

Svitlana Martinek Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine

Rieko Matsuoka National College of Nursing, Japan

John McCabe-Juhnke Bethel College, USA

Susheel Sharma University of Allahabad, India

Roman Taraban Texas Tech University, USA

Diana Terekhova Kyiv National Linguistic University, Ukraine

Runhan Zhang Central University of Finance and Economics, China

Reviewers: Yassine Adjabi (Algeria), Tetiana Andrienko (Ukraine), Svitlana Buchatska (Ukraine), Emrah Dolgunsöz (Turkey), Diana Kalishchuk (Ukraine), Nataliya Kashchyshyn (Ukraine), Khrystyna Khvorost (Ukraine), Hristo Kyuchukov (Germany), Svitlana Lyubimova (Ukraine), Oksana Lytvyn (Ukraine), Svitlana Martinek (Ukraine), Diana Terekhova (Ukraine), Shafinaz Sikder (Bangladesh), Susheel Kumar Sharma (India), Vasyl Starko (Ukraine), Yuliia Sudus (Ukraine), Olena Zarichna (Ukraine), Larysa Zasiiekina (Ukraine), Marharyta Zhuykova (Ukraine).

East European Journal of Psycholinguistics is an international double-blind peer-reviewed academic periodical published semiannually. The aim of the journal is to provide a forum for scholars to share, foster, and discuss globally various new topics and advances in different fields of modern psycholinguistics. The journal publishes original manuscripts covering but not limited to the following theoretical and applied fields of psycholinguistics:

- Bilingualism
- Clinical Psycholinguistics
- Cognitive Linguistics
- Cognitive Psychology
- Discourse Analysis
- Forensic Linguistics
- First and Second/Foreign Language Acquisition
- Neurolinguistics
- Pragmatics
- Psychology of Language and Speech
- Sociolinguistics
- Translation Studies

The Editors also take an interest in:

- Brief reports where authors present either preliminary data or ideas with theoretical background of the research; the preliminary research paper should be at least 4–6 page long;
- Book review articles;
- International conference calls
- Announcements

Contributions can be submitted in English (priority), Ukrainian, Russian.

East European Journal of Psycholinguistics. (2017). Lutsk: Lesya Ukrainka Eastern European National University. Vol. 4, No 1. 246 p.

Founder and publisher: Lesya Ukrainka Eastern European National University.

www.eenu.edu.ua

Address: 13 Voli Avenue., Lutsk, 43025, Ukraine

psycholing@eenu.edu.ua;

Web site of the Journal: <http://eep1.at.ua>

© Malinevska, Iryna (cover), 2017

© Lesya Ukrainka Eastern European National University, 2017

ETHICS STATEMENT

The author who submits an article to the journal explicitly confirms that the paper presents a concise, accurate account of the research performed as well as an objective discussion of its significance. A paper should contain sufficient detail and references to public sources of information. Fabrication of data is an egregious departure from the expected norms of scholarly conduct, as is the selective reporting of data with the intent to mislead or deceive, as well as the theft of data or research results from others. Authors must obtain permission for use of any previously published materials from the original publisher. Plagiarism constitutes unethical scholarly behaviour and is unacceptable.

All co-authors share equal degree of responsibility for the paper they co-author. Submitting the same manuscript to more than one journal concurrently is unethical and unacceptable.

By acknowledging these facts the authors bear personal responsibility for the accuracy, credibility, and authenticity of research results described in their papers.

The Journal is indexed and listed in:

Directory of Open Access Journals DOAJ; European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences ERIH PLUS; Ulrich's Global Serials Directory; OCLC WorldCat; Index Copernicus; Scribd; Google Scholar; Zenodo; OpenAIRE; Directory of Research Journal Indexing; Information Matrix for the Analysis of Journals MIAR; Open Academic Journals Indexing; Polska Bibliografia Naukowa; Electronic Journals Library; Academic Keys; ResearchBible; The Linguist List; Max Planck Institute; Universitätsbibliothek Leipzig; Portal on Central Eastern and Balkan Europe; Russian State Digital Library; Deutsche Zentralbibliothek für Medizin ZB MED; Leibniz Institute for Science and Mathematics Education, Kiel; Linguistik Portal für Sprachwissenschaft

ЗМІСТ TABLE OF CONTENTS

ARTICLES	8
Акімова Наталія Мовленнєвий код сайтів новин: презентативність та персоналізація	8
Akimova, Nataliia News Sites Speech Code: Presentation and Personalization.....	8
Бородулькіна Татяна Метафора <i>руки</i> как проективный материал в работе практического психолога	17
Borodulkina, Tetyana The <i>Hand</i> Metaphor as a Projective Tool of Applied Psychologist	17
Чміль Наталія Вербальна репрезентація концепту «проповідь» (за даними асоціативного експерименту)	30
Chmil, Natalia Verbal Representation of the Concept “Sermon” (Based on the Association Test). 30	
Дуачук, Nataliia Frame Analysis of Political Texts	40
Gnatiuk, Alla The Contextual Semantic Realization of the Lexical Units “Hesitate, Waver, Vacillate, and Falter” and “Hesitation, Hesitancy”	47
Gordiienko-Mytrofanova, Iia; Kobzieva, Iuliia; Bondar, Yuliia <i>Crisis</i> as a Relevant Lexeme in the Linguistic Consciousness of Ukrainian People	54
Jarbou, Samer Omar The Semantics-Pragmatics Interface: the Case of the Singular Feminine Demonstrative in Jordanian Arabic	63
Каліщук Діана Засоби реалізації стратегії негативної презентації опонентів як маркери концептуальних стилів Дж. Буша мол. і Б. Обама.....	76
Kalishchuk, Diana Means of Implementing Negative Representation of “Others” Strategy as Markers of G. Bush Jr. and B. Obama’s Conceptual Styles.....	76
Калмиков Георгій Дискурсивний вплив як спосіб реалізації професійно-мовленнєвої діяльності психолога.....	86

Kalmykov, George	
Discursive Influence in the Professional Speech Activity of an Individual Psychologist.....	86
Kyuchukov, Hristo	
“Parno Sar Papin – White as a Swan”, Or How Metaphors Help Roma Children to Acquire Grammatical Categories in Romani	100
Крилова-Грек Юлія	
Психолінгвістичні аспекти маніпулятивного перекладу в медійному просторі.....	114
Krylova-Grek, Yulia	
Psycholinguistic Aspects of Manipulative Translation in Media	114
Kyrychuk, Larysa	
Communicative Types of Self-Disclosure in Public Speaking Setting	122
Lytvyn, Oksana	
Linguistic Interviewing as a Method for Determining the Degree of Representativeness of Antonymous Pairs in the English Language	133
Lyubimova, Svitlana	
Etymological Memory of a Word in Designating Sociocultural Stereotype	140
Petrova, Galyna	
Features of Syntagmatic Associations for Stimuli-names of Food Products in Ukrainian and Modern Greek Languages.....	150
Самійлик Світлана	
Проблема валідності результатів вільного асоціативного експерименту ...	165
Samiilyk, Svitlana	
On the Issue of Free Association Test Results’ Validity	165
Савелюк Наталія	
Психолінгвістичні універсалії розуміння молитви «Отче наш» (дискурсивний підхід)	175
Savelyuk, Nataliia	
Psycholinguistic Universals of Comprehending the Prayer “Our Father” (Discursive Approach).....	175
Sharma, Susheel Kumar	
The Tower of Babble: Mother Tongue and Multilingualism in India.....	188
Starko, Vasyl	
Categorization, Fast and Slow	205
Terekhova, Diana	
The Structure of Associative Fields of Stimuli ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR in East Slavic and German Languages	213

Tomakhiv, Marta

Prosodic Means of Speech Influence Realization: Auditory Analysis225

REVIEWS

Андрієнко Т. (2016). Стратегії і тактики перекладу: когнітивно-дискурсивний аспект (на матеріалі художнього перекладу з англійської мови на українську та російську). Монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго. 340 с.

Reviewed by Serhii Zasiiekin.....234

CALENDAR238

GUIDE TO AUTHORS239

ПАМ'ЯТКА АВТОРАМ241

ПАМ'ЯТКА АВТОРАМ.....244

ARTICLES

МОВЛЕННЄВИЙ КОД САЙТІВ НОВИН: ПРЕЗЕНТАТИВНІСТЬ ТА ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ

Наталія Акімова

natasha-shadow@rambler.ru

Кіровоградський інститут державного та муніципального
управління Класичного приватного університету, Україна

Received October 28, 2016; Revised February 7, 2017; Accepted March 7, 2017

Анотація. У статті розглянуто елементи мовленнєвого коду сайтів новин, реалізовані засобами презентативності та персоналізації. Для цього використані методи аналізу та синтезу; описового, лінгвокультурного та концептуального аналізу тексту, моделювання, метод семантичних і прагматичних інтерпретацій, контекстне спостереження та порівняльний аналіз. Надано дефініції презентативності та персоналізації, наведені приклади з найбільш популярних новинних сайтів укрнету (Корреспондент.net, LB.ua) та рунету (РосБизнесКонсалтинг, РІА Новості). Висвітлено питання, яким чином ці риси ускладнюють розуміння текстів новин, які вони зумовлюють психологічні та нейролінгвістичні труднощі, які психолінгвістичні механізми задіяні у процесі розуміння таких новинних анонсів. Зазначено, що при цьому порушується традиційний комунікативний кодекс та відбувається маніпулювання свідомістю читачів. Користувач несвідомо звертає увагу на такі тексти, мимовільно їх запам'ятовує і потім використовує як кліше або моделі у власному мовленні. У свою чергу зміна мовленнєвої поведінки призводить до зміни способу мислення і розуміння реальності. Дослідження здійснюється в контексті теорії девіантних мовленнєвих одиниць, досягнень сучасної лінгвістики, когнітивістики, психології та нейронауки.

Ключові слова: *інтернет-новина, інтернет-комунікація, мова інтернету, розуміння, психолінгвістика, нейролінгвістика, інтернет-лінгвістика.*

Akimova, Nataliia. News Sites Speech Code: Presentation and Personalization

Abstract. The article is focused on how news site speech code elements are embodied by means of presentation and personalization. Among the main research methods are analysis and synthesis, descriptive text analysis, linguocultural and concept text analysis, modeling, method of semantic and pragmatic interpretations, contextual observation and comparative analysis are used. Definition of presentation and personalization are presented, examples of the most popular news sites of UKRNET (Korrespondent.net, LB.ua) and Runet (RosBusinessConsulting, RIA Novosti) are analyzed. Such problems are accented as how these features complicate news text understanding, what psychological and neurolinguistic difficulties they cause, what psycholinguistic mechanisms are involved in understanding process of these news announcements. Traditional communicative code is violated and the readers' consciousness is manipulated. The user unknowingly pays attention to these texts, he spontaneously remembers them and then uses as a cliché or a model in his speech. Verbal behavior changes, in their turn, lead to changes in thinking and understanding of reality. The research is carried out in the context of the theory of deviant speech units, achievements of modern linguistics, cognitive science, psychology and neuroscience.

Keywords: *online news, online communication, Internet language, understanding, psycholinguistics, neurolinguistics, Internet linguistics.*

1. Вступ

Останнім часом в Україні збільшується кількість мовознавчих досліджень, присвячених вивченню особливостей інтернет-комунікації. Багато учених у тій чи іншій мірі звертаються до цієї теми, сходячись на думці, що інтернет став найголовнішим джерелом інформації для сучасної людини. Але, читаючи в Мережі, користувачі засвоюють не лише знання, а й спосіб мовлення, який потім несвідомо переносять у невіртуальне спілкування. Найлегше така тенденція прослідковується на лексичному рівні. Таким чином, інтернет-комунікація формує специфічний стиль мовлення, що стає провідним у мові епохи. Проте детально описати цей стиль поки що не вдається. Характерними його рисами є презентативність та персоналізація. Ці риси неодноразово згадуються у роботах сучасних учених Л. Ф. Компанцевої (2007), Л. Ю. Щипіциної (2011), О. В. Дедової, О. Г. Філатової (2004) та ін., проте вони не дістали поки що загального визначення та детального опису.

2. Методи та процедура дослідження

Мета статті полягає у дослідженні специфіки мовленнєвої реалізації презентативності та персоналізації в процесі новинної інтернет-комунікації. Для цього використані методи та методики узагальнення, аналізу та синтезу – для підготовки теоретичної бази дослідження; описового (прийоми логіко-психологічних й опозиційних інтерпретацій, словникової дефініції, компонентного аналізу та ін.) – для збору та аналізу мовного матеріалу; лінгвокультурного (контекстуально-інтерпретаційного аналізу, позалінгвістичних і лінгвокультурних коментарів) та концептуального аналізу тексту (визначення змістовної структури, виокремлення ключових слів) – для класифікації відібраних мовних фактів; моделювання – для побудови схем розуміння тексту сайтів новин; методу семантичних і прагматичних інтерпретацій, що припускає комплексне тлумачення сенсу висловлювань на основі широкого контексту електронної ситуації; порівняльний аналіз – для зіставлення результатів дослідження сайтів українською та російською мовами.

Презентативність (Компанцева, 2007:10), асоційованість (Щипіцина, 2011: 12) передбачає використання емоційно забарвлених лексем, вузько обмеженої лексики, узагальнюючих конструкцій, перифраз, цитат та інших засобів для того, щоб привернути увагу читача до тексту. Персоналізація – це здатність інтернету забезпечувати необхідною інформацією згідно з уподобаннями користувачів (Філатова, 2004:233). Ця риса сприяє суб'єктивності сприйняття та оцінки тексту за рахунок загравання з читачем. На сайтах новин вона реалізується шляхом підбірки «схожих», на думку копірайтера, повідомлень, читаючи які реципієнт переконується у правильності власної думки. Це призводить до зменшення критичності, створення хибного враження, що людина володіє ситуацією, широких перспектив для маніпулювання свідомістю.

3. Обговорення результатів

Презентативний характер реалізується в доборі емоційно насичених слів та конструкцій, наприклад рос.: «*Металурги нашли подводные камни вступления России в ВТО*» (РБК). Текстова домінанта «*подводные камни*» позначає «камень, не выдающийся над поверхностью воды». Проте таке тлумачення, що репрезентується мовленнєвими центрами лівої півкулі, не узгоджується з контекстом, тому дорсолатеральна кора правої півкулі, що відповідає за загальний сенс сприйнятого та його узгодженість з зовнішнім контекстом, не може його прийняти. Текст знову повертається на етап інтерпретації та емоційної ідентифікації, де встановлюється зв'язок з метафоричним значенням «неочікувані перепони» за допомогою механізму аперцепції. Варіанти тлумачення виникають внаслідок прагнення читача зрозуміти інтенційність використання фразеологізму замість нейтральної лексеми «перепони». В аналізованому анонсі реалізовано такі риси новинної інтернет-комунікації, як схильність до мовної гри («*Металурги нашли ... камни*»), презентативність (використання емоційного метафоричного виразу «*подводные камни*» замість нейтрального слова «перепони», предиката «нашли» – замість «обнаружили», «заметили»), функціонування особливого мовленнєвого етикету (використання метонімії «металурги» без конкретизації прізвищ). При цьому порушено низку максимум комунікативного кодексу щодо повноти, якості інформації, релевантності та манери. Маніпулятивний потенціал тексту реалізується, окрім метафори «подводные камни», через лексему «нашли», яка у цьому контексті може мати два значення: «**1.** В результате поисков обнаружить, отыскать кого-, что-л. **2.** В результате размышлений придумать, подобрать» (БТСРЯ, 2009:582). Гра цими значеннями ускладнює емоційну ідентифікацію. Загалом, текст видається неузгодженим, емоційно перевантаженим, вжита метафора погано поєднується з іншим текстом, складається враження, що текст був написаний раптово, автор його не продумав, тому маніпуляції погано приховані і навряд чи ефективні.

Презентативною, хоча й незрозумілою видається новина з сучасного рунету «*Тьма надвигается*» (РИА). Відсутність контекстуальних пояснень та опор для розуміння перетворює цей анонс у надлишковий девіантний текст. Варіанти тлумачення виникають на етапі інтерпретації лексеми «тьма», яка словником пояснюється як «1. Темнота, мрак. .. // О чём-л. неизвестном, недоступном сознанию. .. // О неизвестности, безвестности кого-, чего-л. .. // О состоянии слепоты... 2. Книжн. Невежество, культурная отсталость» (БТСРЯ, 2009:1356). Будь-які сенси, що запропонують мовленнєві центри лівої півкулі, можуть бути прийняті за основу трактування. На етапі емоційної ідентифікації нескладно встановити негативні конотації анонсу, що мають викликати відчуття тривоги, хоча й незрозуміло, чого ми повинні боятися. Головна роль у розумінні тексту належатиме лімбічній системі та центрам страху, зокрема мигдалині. Провідним механізмом стане, мабуть, ймовірісне

прогнозування у спробах встановити, про яку саме загрозу попереджає автор новини. У анонсі реалізовано такі риси новинної інтернет-комунікації як презентативність та персоналізація (цей вираз популярний у сучасних іграх, фільмах та книгах жанру фетезі, отже, може мати для відповідної читацької аудиторії додатковий сенс). Це призвело до порушення максим схвалення, симпатії, повноти та якості інформації, манери. Новина більше нагадує натяк, ніж повідомлення, привертає увагу, стимулює креативне мислення, хоча не несе ніякої певної інформації і у такому формулюванні ймовірно нікому не може бути корисною. Проте така девіація здатна відволікти увагу, активізувати творчість, нейтралізувавши критичність, отже, приховати маніпулятивний потенціал текстів.

Презентативність властива й укрнету, наприклад: «Суд *попрощався* з Луценком» (LB.ua). На етапі інтерпретації текстова домінанта «*Прощатися*» трактується як «1. При розлучі тиснути один одному руки, говорити слова прощання і т. ін. 2. Залишати надовго або назавжди що-небудь, розставатися з чимсь. 3. Вважатися пробаченим, дарованим» (Бусел, 2005:1181). Контекстом підтримуються усі значення, цікаво також, що вони у цьому випадку не заперечують один одне. Проте вибір варіанту трактування залишається на розсуд користувача, мотивуючись механізмом аперцепції через власне ставлення до зазначеної особистості. У тлумаченні тексту провідна роль належатиме мовленнєвим центрам та вентромедіальній корі лівої півкулі, що синтезують сенс тексту на основі емоційного досвіду. У цьому анонсі репрезентовано такі риси новинної інтернет-комунікації як презентативність, мовна гра (маніпулювання трьома значеннями слова «прощатися»), персоналізація (орієнтація тексту водночас як на прибічників, так і на опонентів Луценка). Текст порушує низку максим комунікативного кодексу, зокрема щодо повноти, якості інформації та манери. Автор новини досить вміло кодує у ній кілька повідомлень одночасно, навмисно створюючи варіативність, розставляючи акценти та мотивуючи усіх небайдужих скористатися гіперпосиланням і цим підвищити рейтинг сайту.

Прикладом презентативності є також такий анонс з укрнету: «*Вибух* від Айвараса. Новий скандал у владі» (Корреспондент.net). Складнощі розуміння цього анонсу пов'язані з тлумаченням текстової домінанти «вибух», що розміщена на початку тексту, отже, має формувати фон розуміння. На етапі інтерпретації у цьому контексті можна встановити значення слова «вибух» як «1. Розрив вибухової речовини, спеціального снаряда, оболонки чого-небудь і т.ін., з дуже сильним звуком і великою руйнівною силою. 2. Раптовий бурхливий вияв якого-небудь почуття, дії» (БТСРЯ, 2009:127). За допомогою механізму аперцепції можна встановити, що друге значення ймовірніше за перше. Ефективність комунікації та емоційна ідентифікація залежатимуть від ставлення читача до Айвараса, відповідно його нестриманість буде підтримуватися чи засуджуватися. В анонсі виявилися такі риси новинної інтернет-комунікації як презентативність, недотримання мовних норм (лексема «Вибух» «погано поєднується зі словами «від Айвараса»),

функціонування особливого мовленнєвого етикету (використання метонімії «у владі»), персоналізація (орієнтація на різні групи читачів залежно від їх ставлення до Айвараса). При цьому порушено максими комунікативного кодексу щодо скромності, повноти, якості інформації та манери. Здається, чим би міг зацікавити аудиторію новий скандал в українській владі, коли народ вже звик, що скандали – це майже єдине, чим ця влада займається. Щоб якось привернути увагу користувачів, продуцент починає новину з яскраво емоційно забарвленого слова «вибух». Далі подано прізвище політика, яке, за задумом, автора, має бути асоційовано з цим скандалом та його наслідками. Експресивні конотації лексеми «вибух» сприятимуть зменшенню критичності у сприйнятті образу політичного діяча, та корекції його іміджу у заданий анонсом бік.

У новинному анонсі «*Формула щастья: 354 «френда»*» (РБК) репрезентовано таку особливість мови інтернету, як презентативний характер. Автори емоційно насичують текст, акцентують потрібний фрагмент, використовуючи англійське слово «*френд*» замість російського відповідника «друг», зі значеннями «1.Человек, связанный с кем-либо отношениями дружбы. 2.Сторонник, приверженец, защитник. 3. Дружеское обращение (обычно к близкому или знакомому человеку)» (БТСРЯ, 2009:285). Розуміння анонсу ускладнене на етапі інтерпретації через необхідність перекладати з англійської мови. Для цього у корі лівої півкулі головного мозку мають бути одночасно активовані дві когнітивні карти, що відображають знання з вказаних мов. Також розуміння цього вислову певно позначиться надмірною активністю тім'яних ділянок та лімбічної частини. Та навіть за умов адекватного перекладу важко зрозуміти сенс тексту: друзі – це, безумовно, щастя, та чому їх потрібно саме 354? В анонсі містяться лексеми, що зазвичай супроводжуються позитивними конотаціями («щастья», «френд»), що створює загальний позитивний фон новини, сприяє менш критичному її осмисленню. У проаналізованому виразі позначилися такі риси новинної інтернет-комунікації: високий ступінь проникності, насиченість неологізмами, схильність до мовної гри, фрагментарність, презентативний характер, персоналізація. При цьому порушено деякі максими комунікативного кодексу, зокрема щодо повноти, якості інформації та манери. Загалом стиль тексту радше художній, ніж публіцистичний. Не зрозуміла власне суть новини, оскільки факт про співвідношення дружби та щастя давно відомий. Необґрунтованим видається використання запозичення. Вибір числа також можна пояснити по різному. Додаткові сенси з'являються й через використання лапок та кириличної форми англійського слова. Асоціації з англійською мовою, яка зазвичай на сайтах новин використовується для підкреслення престижності, модності або сучасності інформації, в цьому випадку вносять іронічні відтінки в інтерпретацію тексту, оскільки зазначені цінності суперечать традиційному ставленню до дружби.

Часом надмірна емоційність властива й українським новинним сайтам, зокрема: «*Опозиція має намір карати «кнопкодавів»*» (LB.ua). Текстова

домінанта «*кнопкодав*» представлена оказіоналізмом, який, певно, пов'язаний з роботою Верховної Ради України та чітко значення цього слова визначити за словником не можна. Тому на етапі інтерпретації реципієнт, встановивши словотвірний зв'язок з лексемою «кнопка», буде змушений задіяти механізм ймовірнісного прогнозування. Отже, інтерпретація цього вислову позначиться активністю мовних центрів лівої півкулі та скроневих ділянок (епізодичної пам'яті). За умови наявності у читача достатнього досвіду можна буде провести асоціації з Верховною Радою. Політичний напрямок інтерпретації цього анонсу задається текстовою домінантою «опозиція», що розміщена на початку тексту і, відповідно, формує очукування реципієнта. Емоційна ідентифікація можлива на основі критичної оцінки, що формується завдяки негативно забарвленому слову «карати». Загалом, у тексті репрезентовано такі риси новинної інтернет-комунікації: високий ступінь проникності, схильність до мовної гри, презентативний характер, персоналізація. Зазначені особливості певною мірою порушують максими великодушності, схвалення симпатії, скромності, повноти, якості інформації та манери. Новина сприймається як пропагандистський текст, у якому політичних діячів поділено на два діаметральні полюси: опозицію та кнопкодавів. На підставі негативного та зневажливого ставлення до «кнопкодавів» (що виражається через розмовну, знижену форму оказіоналізма) акцентується відмінність, справедливість, могутність та ідейна єдність опозиції. Розуміння хиткості вказаних передумов нівелює маніпулятивний потенціал цього тексту.

У прагненні до максимальної яскравої презентативності та емоційності автори часто нехтують елементарними законами сполучуваності, як наслідок маємо такі тексти: «*Місто з косою*» (LB.ua 14.10.12). Варіанти тлумачення виникають у процесі інтерпретації через омонімічність текстової домінанти «*коса*», яка може позначати «1. Заплетене волосся; довге волосся. 2. Сільсько-господарське знаряддя для косіння трави, збіжжя тощо, що має вигляд вузького зігнутого леза, прикріпленого до держака. 3. Вузька наливна смуга суходолу у морі, річці тощо, сполучена одним кінцем із берегом, мис. 4. Селезінка» (Бусел, 2005:578). Але жодне з наведених значень не узгоджується зі значенням іншої текстової домінанти, лексеми «*місто*». Під час тлумачення у реципієнта також можуть виникнути лінгвокультурні асоціації «*коси*» зі смертю або з Ю. В. Тимошенко. Відповідно можливі різні експресивні оцінки повідомлення, отже емоційна ідентифікація також ускладнена. Для декодування реципієнт має задіяти механізм ймовірнісного прогнозування, активізувавши не лише мовленнєві центри лівої півкулі, а й креативні ділянки правої, щоб на основі досвіду та творчого мислення сформувати вторинний текст. Вирішальна роль у трактуванні належатиме дорсолатеральній корі, що має встановити порядок та пріоритетність інтерпретації. Загалом, в аналізованому анонсі репрезентовано деякі риси новинної інтернет-комунікації, зокрема презентативність (створення емоційно насиченого образу), недотримання мовних норм (сполучення слів, що не мають спільних сем), персоналізація (анонс розраховано на різні групи читачів). Це призвело до порушення максимум повноти, якості інформації та

манери. Поданий таким чином текст важко розглядати як новину, радше – як заголовок, що неможливо адекватно інтерпретувати без гіперпосилання. Певно автор розраховує, що скориставшись посиланням, читач відволікатиметься та не зверне увагу на якісь важливі події далі. Вислів «Місто з косою» в укрнеті зазвичай використовують стосовно курортного містечка Косів у Карпатах, але за цим посиланням йдеться про Бердянськ, заголовок стосується морської коси, навколо якої побудовано містечко. Таким чином, переходячи на сторінку читач отримує не ту інформацію, на яку очікує, що викликає відчуття когнітивного дисонансу та призводить до уповільнення мислення і зниження критичності. Також текст сприяє зміцненню асоціації між назвами цих міст.

Прикладом презентативності в рунеті, що призводить до появи не сполучуваних девіантних мовленнєвих одиниць вважаємо анонс: «**Хакеры взломали человеческий мозг**» (РБК 20.07.2012). На етапі інтерпретації реципієнт відновлює смисл слова «**гакер**», що наближується до словникової дефініції «компьютерный хулиган, проникающий в чужие информационные системы из озорства, с целью овладения информацией, введения в них ложных данных и т.п.» (БТСРЯ, 2009:1438). Згідно словникового тлумачення, гакери зламують комп'ютери, а не мозок. Отже ці слова не узгоджуються, для вирішення дисонансу читач має скористатися механізмами ймовірного прогнозування та аперцепції, які дозволяють припустити, що одна з текстових доміант вжита в оказіональному авторському сенсі. Залежно від того, яке з цих слів буде декодувати читач, виникнуть різні тлумачення анонсу. У будь-якому разі трактування анонсу позначиться активізацією мовленнєвих центрів лівої півкулі, нижніх тим'яних ділянок, асоціативної кори правої, а також дорсолатеральної та вентромедіальної кори. Емоційна ідентифікація можлива і без розуміння смислу анонсу на основі критичної оцінки. У повідомленні позначилися такі особливості новинної інтернет-комунікації як презентативність (неочікуване поєднання слів привертає увагу до новини), функціонування особливого мовленнєвого етикету (ім'я гакера не називається, навпаки використана форма множини знеособлює суб'єкта дії), персоналізація (анонс адресовано частині аудиторії, що захоплюється новими технічними можливостями, переважно молоді). Крім цього, порушено кілька максим комунікативного кодексу щодо позитивності, симпатії, повноти, якості інформації, манери. Загалом повідомлення сприяє поширенню популярного мему про всемогутність гакерів, створення іміджу комп'ютерних геніїв, що тепер вже здатні змінювати закони не тільки віртуального, а й реального світу. Анонс опосередковано впливає на зміну традиційної системи цінностей, де місце героїв посідають таємничі, анонімні, але могутні гакери, закріплюючи у мовній свідомості відповідний міф.

4. Висновки

Отже, презентативність та персоналізація – типові риси новинної інтернет-комунікації, проте вони ускладнюють розуміння тексту і, як правило, є засобами мовленнєвих маніпуляцій. Користувач несвідомо звертає увагу на

такі тексти, мимовільно їх запам'ятовує і потім використовує як кліше або моделі у власному мовленні. У свою чергу зміна мовленнєвої поведінки призводить до зміни способу мислення і розуміння реальності.

Таблиця 1

**Порівняльна специфіка мовленнєвої реалізації
презентативності та персоналізації в укрнеті та рунеті**

Риси інтернет-комунікації	Специфіка мовленнєвої реалізації в укрнеті	Специфіка мовленнєвої реалізації у рунет
Презентативність	Багатозначні слова, емоційно забарвлені лексеми, вузько обмежена лексика (інвектив)	Емоційно забарвлені лексеми, фразеологізми, метафори, вузько обмежена лексика (сленг)
Персоналізація	Багатозначні слова, вузько обмежена лексика, прецедентні імена механізм – мовна гра	Емоційно забарвлені лексеми, метафори, вузько обмежена лексика, прецедентні імена механізм – мовна аналогія

Загалом, презентативність – це використання емоційно забарвлених лексем, вузько обмеженої лексики, фразеологізмів, метафор, узагальнюючих конструкцій, перифраз, цитат та інших засобів для того, щоб привернути увагу читача. Персоналізація – це підбірка «схожих», на думку копірайтера, повідомлень шляхом використання прецедентних імен, мовної гри чи мовних аналогій, що посилюють враження правильності ходу думок реципієнта. Специфіка мовленнєвої реалізації презентативності та персоналізації в процесі новинної інтернет-комунікації в укрнеті та рунеті, відповідно, схожа (див. табл. 1), хоча й має низку відмінностей.

Література References

1. Акімова Н. В. Мовленнєві девіації у мові українських інтернет-ЗМІ: тенденція мови епохи чи засіб маніпулювання. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://mentalist-2016.blogspot.com/p/blog-page_49.html
Akimova, N. Movlennevi deviacii u movi ukrains'kih internet-ZMI: tendencija movy epohi chi zasib manipuljuvannja [Speech deviation in the language of Ukrainian online media: the tendency of epoch's language or means of manipulation]. Retrieved from http://mentalist-2016.blogspot.com/p/blog-page_49.html.
2. Компанцева Л. Ф. Інтернет-комунікація: когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти: автореф. на здобуття наук. ступеня доктора філологічних наук: 10.02.02 «Російська мова». Київ, 2007.

- Kompantseva, L. (2007) *Internet-Komunikaciya: Kognityvno-Prahmatychnyi ta lingvokul'turologichnyi Aspekty [Internet Communication: Cognitive Pragmatic and Linguistic and Cultural Aspects] Extended Abstract of Doctoral dissertatin*. Kyiv.
3. Филатова О. Г. Интернет как масс-медиа // Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации». 2004. С. 232-240.
Filatova, O. G. (2004) Internet kak mass-media [Internet as a media]. *Aktual'nyie Problemy Teorii Kommunikatsii*, 232-240.
 4. Щипицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): Автореф. докт... филол. наук: 10.02.04 – «Германские языки». Воронеж, 2011.
 5. Shchipitsyna, L. (2011). *Kompleksnaya Lingvisticheskaya Kharakteristika Kompyuterno-Oposredovannoy Kommunikacii (Na Materiale Nemetskogo Yazyka) [Complex Linguistic Features of Computer-Mediated Communication (Based on the German Language)]*. *Extended abstract of Doctoral dissertation*. Voronezh.

Sources

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / В. Т. Бусел. Київ, Ірпінь: Перун, 2005.
2. *Velykyi Tlumachnyi Slovnyk Suchasnoï Ukraïns'koï Movy [Big Explanatory Dictionary of Contemporary Ukrainian]*. (2005). V. Busel, Ed. Kyiv; Irpin: Perun.
3. БТСРЯ – Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2009.
4. ВТСРЯ *Bol'shoj Tolkovyj Slovar' Russkogo Yazyka [Big Explanatory Dictionary of Russian]*. (2009). S. Kuznetsov, (Ed.). S.-Petersburg: Norint.
5. LB.ua – Новини України від LB.ua: оперативна аналітика української політики, економіки, новини культури та спорту. Retrieved from: <http://ukr.lb.ua/>
6. Корреспондент.net – Останні новини України та світу. Корреспондент.net – свіжі новини дня. Retrieved from: <http://korrespondent.net/Korrespondent.net>
7. РБК – РосБизнесКонсалтинг – новости, акции, курсы валют, погода, доллар, евро. Retrieved from: <http://www.rbc.ru/>
8. РИА – Главные новости часа. Лента новостей «РИА Новости». Retrieved from: <http://ria.ru/>

МЕТАФОРА РУКИ КАК ПРОЕКТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ В РАБОТЕ ПРАКТИЧЕСКОГО ПСИХОЛОГА

Татьяна Бородулькина

borodulkina.tatyana@gmail.com

Запорожский национальный технический университет, Украина

Received April 30, 2017; Revised May 10, 2017; Accepted May 27, 2017

Анотація. У статті звертається увага на проблему науково-практичного обґрунтування використання метафоричних образів в якості проективного матеріалу в роботі практичного психолога. У результаті теоретичного аналізу автор описує метафору як проективний і терапевтичний інструмент, обґрунтовує необхідність звертання психологів до метафори, розглядає причини використання різноманітних метафор у психологічній практиці. Робиться акцент на розумінні метафори як засобі вираження та конструювання смислів, у тому числі екзистенційних. На прикладі змістовного наповнення метафоричних асоціативних карт піднімається проблема науково-практичного обґрунтування метафоричних образів, що використовуються у психологічній практиці. Автор вважає метафору руки важливим проективним матеріалом у роботі психолога та необхідним змістовним наповненням такого психологічного терапевтичного інструменту як метафоричні асоціативні карти. У результаті аналізу різноманітних досліджень символіки й значень руки, узагальнення досвіду використання зображення руки в практичній психології (на матеріалі діагностичних методів і різноманітних метафоричних асоціативних карт), а також на основі власного різноманітного досвіду практичної роботи автор запропонував робочу модель можливостей використання метафори руки як проективного матеріалу в роботі практичного психолога (на прикладі авторських метафоричних карт). З огляду на багатозначність, багатовимірність і відносну універсальність метафори руки, автор вважає, що залучення до психологічної практики очевидних (об'єктивних) і символічних характеристик руки дозволить практичним психологам працювати з великим репертуаром психологічних запитів (проблеми фізичного й психічного здоров'я; вікового розвитку й старіння; взаємин; соціального й професійного статусу; влади й підпорядкування; екзистенційні, моральні, ціннісно-сміслові питання тощо).

Ключові слова: метафора, метафоричні образи, візуальна метафора, метафоричні асоціативні карти, образ руки, метафора руки, практичні психологи.

Borodulkina, Tetyana. The Hand Metaphor as a Projective Tool of Applied Psychologist.

Abstract. Metaphorical images are viewed as a good projective tool in the work of applied psychologist. The author describes the use of metaphor both as projective and therapeutic tool. The paper substantiates the reasons for using various metaphors in psychological practice. A special attention is drawn to understanding metaphor as a means of expression and designing of senses, including the existential senses. First, metaphoric associative cards (MAC) with images are introduced as the media of psychological practice. They employ the metaphor of 'hand' as an important projective material in the work of the practical psychologist. The author discusses the symbolic nature of 'hand' and scientific background of using this image in applied psychology as diagnostic method along with various metaphoric cards. Results of the study proved that the objective use of the 'hand' metaphor facilitates the applied psychologists to overcome patients'

psychological problems related to health, maturity and aging, sexual and parental relationships, social status. On the other hand, its symbolic application helps the psychologist find some solutions to the individual problems of power and subordination, violence and punishment, protection and possession, traumatic experience, stress coping and crisis overcoming strategies, mental health and ethical and moral existential issues.

Keywords: *metaphor, metaphorical images, visual metaphor, Metaphoric Cards, the image of hand, the metaphor of hand, applied psychologist.*

1. Введение

Метафора является одним из важных, необходимых и востребованных инструментов в психологической и психотерапевтической практике. Так, метафорические образы часто являются стимульным материалом в проективной диагностике, а разные виды метафор активно используются психологами в консультировании, коррекционной, развивающей, психотерапевтической и просветительской работе.

Обращение психологов к метафорическому, образному и символическому материалу не является случайным. Недаром Х. Ортега-и-Гассет отмечает, что «почти вся современная психологическая терминология – это чистая метафора» (Ортега-и-Гассет, 1990:76), а Л. И. Шрагина рассматривает метафору как универсальный инструмент для реализации функции понимания не только внешнего, но и внутреннего (психического) мира; средство активизации психической деятельности воспринимающего ее субъекта и средство эмоционального воздействия на человека. Через метафору человек общается со своим внутренним (идеальным) миром. Именно через сравнение с чем-то из реального мира человек вербализует свои часто неосознаваемые чувства и эмоциональные состояния, в результате чего – осознает их (Шрагина, 2016: 181–207). Н. Пезешкиан обосновывает использование метафор в собственной психотерапевтической практике тем, что многим людям слишком трудно воспринимать психотерапевтическую тематику в абстрактном изложении, так как понимание собственных проблем скорее достигается благодаря наглядному, образному мышлению и эмоционально окрашенному воображению. А метафорический материал в виде примеров из жизни, мифов и притч, при целенаправленном их использовании, поможет, по его мнению, создать дистанцированное отношение к собственным проблемам (Пезешкиан, 2001: 17–18).

О. А. Свирепо и О. С. Туманова отмечают устойчивую тенденцию обращения психологов к глубинным пластам подсознания, имеющего исключительно образный характер, для лечения различных психических расстройств. В связи с тем, что образ невербален, метафора не является чисто языковым феноменом. Переход на уровень языка авторы считают способностью посмотреть на событие со стороны, тогда как метафора – это взгляд на мир изнутри. Метафора, по мнению О. А. Свирепо и О. С. Тумановой, помогает человеку по-новому расставить акценты и переосмыслить собственный опыт, посмотреть на все со стороны; позволяет упростить сложную проблему и сделать ее более доступной для понимания. Метафору используют тогда, когда

необходимо выразить то, что прямо высказать сложно (Свирепо, Туманова, 2004).

Для нас, метафора интересна, прежде всего, как средство выражения, опредмечивания и конструирования смыслов, в том числе экзистенциальных. Считаем, что в психологической практике с помощью метафоры можно работать не только с внутренними переживаниями и конфликтами (часто неосознаваемыми), выводя их на более осознаваемый уровень, но и обсуждать экзистенциальные проблемы человека, вопросы его предназначения, само-совершенствования, личностного, профессионального и духовного развития.

В основе «работы» метафор лежат определенные психологические механизмы, среди которых И. В. Вачков выделяет: 1) экстраполяцию скрытых смыслов (когда у субъекта возникает возможность черпать из метафоры то содержание, которое отвечает его миропониманию и видению своих проблем); 2) пробуждение творческих ресурсов воображения; 3) семантическое опосредование (метафоры – связующее звено между семантическими пространствами психолога и клиента); 4) актуализацию архетипов (метафоры задействуют глубинные механизмы бессознательного за счет непривычных для разума архетипических элементов); 5) фасилитацию (метафоры облегчают осознание системы отношений между субъектами и снижают влияние отрицательных эмоций при получении болезненной для субъекта информации; они действуют намного мягче и деликатнее, чем многие другие средства психологического воздействия) (Вачков, 2006).

Наряду с *вербальными метафорами* (миф, басня, сказка, притча, история, пример из жизни и др.) в психологической и психотерапевтической практике используются *визуальные метафоры*, под которыми О. А. Свирепо и О. С. Туманова понимают *графическую* передачу сообщения, построенную по принципу аналогии, сходства, сравнения. Это могут быть разнообразные изображения – важно, чтобы они были значимы, имели смысл для клиента. Авторы видят возможности использования визуальных метафор тогда, когда высказывание вслух какой-либо информации является для клиента чрезвычайно болезненным или невозможным. С их точки зрения, «подсознательные конфликты и внутренние переживания легче выразить с помощью зрительных образов, чем вербально, поскольку в данном случае отсутствует сознательная цензура» (Свирепо, Туманова, 2004:171).

Метафора в работе практического психолога часто становится *проективным* и *терапевтическим* инструментом. В связи с этим в психологии стало возможным говорить о *терапевтической метафоре*, которую, например, И. М. Михина понимает как действенное средство реконструкции ценностно-смысловой сферы личности, влияющей на актуализацию ее творческого потенциала (Михина, 2003). Мы считаем, что в проективной работе психолога метафорический материал приобретает все свойства проективных стимулов, т.е. становится своего рода экраном, «на который респонденты «проецируют» свои характерные мыслительные процессы, потребности, тревоги и конфликты» (Анастаси, Урбина, 2001:450).

Ярким примером терапевтической метафоры можно считать популярный среди современных практических психологов и психотерапевтов проективный инструмент – *метафорические ассоциативные карты* (МАК), которые чаще всего представляют собой наборы небольших картинок, рисунков, коллажей или фотографий (в состав некоторых МАК входят также схемы, слова и аффирмации).

В настоящий момент существует огромное количество немецких, израильских, украинских, российских, норвежских и др. МАК, но, на наш взгляд, далеко не каждый из появляющихся наборов ассоциативных карт можно отнести к полноценным качественным профессиональным психологическим инструментам. Считаем, что все существующие наборы МАК условно можно расположить на двухполюсной шкале: «МАК как подручный проективный материал» – «МАК как профессиональный психологический инструментарий». Одним из оснований отнесения МАК к профессиональному психологическому инструментарии считаем наличие определенной концепции, научно-практического объяснения использования тех или иных метафорических образов в качестве главного содержательного наполнения МАК. Без такого обоснования МАК не будут цельным профессиональным инструментом, а будут лишь набором хаотичных, субъективно подобранных картинок, фотографий или слов, одним из вариативных подручных проективных материалов в работе психолога, наряду с любыми другими изображениями, предметами и т.д. Конечно, сам психолог будет решать, опираться ли ему в своей практике на предлагаемую автором концепцию МАК, или использовать МАК интуитивно, исходя из собственного понимания тех или иных метафор. В любом случае, считаем, что наличие теоретической концепции определяет структуру МАК, является «скелетом» того или иного набора МАК, а продуманная система значений метафорических образов, предлагаемая автором МАК в результате его научно-практического поиска, является отправной точкой в работе психолога, использующего в своей практике данный проективный инструмент.

Метафорические образы, используемые в МАК в качестве проективных стимулов, очень разнообразны. Наборы МАК можно условно разделить на две группы: МАК, в которых изображения связаны с разными метафорическими образами (например, немецкие МАК «ОН» М. Эгетмейера; украинские МАК «Креатив-1» Ю. Луценко; ассоциативные фотографические карты «Спектрокарты» У. Халкола и А. Копытина и др.), и МАК, в которых изображения связаны с одним метафорическим образом. Так, в качестве основного метафорического образа в наборах МАК часто используются изображения лиц людей (немецкие МАК М. Эгетмейера «PERSONA», «PERSONITA»), людей и зверей (украинские МАК Н. Верниковой «Люди и звери»). Для работы с метафорой жизненного пути часто выбираются изображения дорог, тропинок, автострад, шоссе, рек и др. (российские МАК «Пути-дороги. Метафора жизненного пути» Г. Кац и Е. Мухаматулиной; норвежские МАК Г. Сальпетер «Дороги» («Roads») и «Река» («The River»)). Метафору взаимодействия с внешним миром Г. Кац и Е. Мухаматулина

представили через изображения разнообразных окон и дверей, а образ человека – через изображения деревьев (российские МАК «Окна и двери», «Дерево как образ человека» Г. Кац и Е. Мухаматулиной).

Одним из часто встречаемых в МАК образов является *изображение руки*. Так, нам известны фотокарты Е. Тарариной «Колесо жизни» (фотограф Е. Сирик), представляющие из себя набор карточек с фотографиями рук и аффирмациями, позволяющими, по мнению автора, понять состояние основных сфер жизни человека (семья, личная жизнь, здоровье, карьера, друзья, отдых, досуг, саморазвитие). Также многие другие наборы МАК включают в себя отдельные картинки с изображениями рук (имеются в виду такие карты, в которых рука акцентирована, изображена крупным планом): немецкие «ОН», «СОРЕ», «MORENA», «SHEN HUA», «ТАНІТЬ»; «Спектрокарты» У. Халкола и А. Копытина; «Методу» Н. Глотовой и В. Меланич; «Сила времени» Н. Верниковой, «Кнуты и пряники» Т. Ушаковой и др.

Во многих случаях использование образа руки в изображениях МАК не обосновывается авторами в инструкциях и методических рекомендациях к ним, но есть и объяснения. Например, в немецких МАК «СОРЕ» изображения рук символизируют определенную жизненную стратегию преодоления кризисов. Считаем возможности использования *метафоры руки* в качестве проективного материала в работе психолога намного шире и глубже, поэтому и посвящаем данную статью анализу и систематизации очевидных и символических значений руки. Результаты данного теоретического анализа станут основой для научно-практического обоснования *возможностей* использования *метафоры руки* (на примере МАК) в работе практического психолога.

2. Методы исследования

Теоретический анализ научной литературы по проблеме использования метафоры в психологической практике, обобщение и систематизация разнообразных исследований символики и значений *руки*; обобщение опыта использования *изображения руки* в практической психологии (на материале диагностических методов и разнообразных МАК); моделирование возможностей использования *метафоры руки* как проективного материала в работе психолога (на примере авторских МАК).

3. Процедура исследования

Теоретический анализ показал, что *рука* – это не только значимая и активная часть тела человека, которую М.Ф. Альбедиль характеризует как «природный совершенный биологический инструмент» и «едва ли не самый «говорящий» орган нашего тела, средство выражения чувств, знак действия» (Альбедиль, 2013: 155), но и определенный многозначный и многомерный символ, обладающий, по мнению М.Ф. Альбедиль, «почти бездонной смысловой глубиной, которую практически невозможно исчерпать какой-либо одной жестко фиксированной интерпретацией; в значительной мере она зависит от изменчивого культурного контекста» (Альбедиль, 2013:171).

Изображение руки сопровождает человека с незапамятных времен и наделяется определенной символикой в мифологии, культуре, религии, искусстве, эзотерических учениях. Интересно, что семантическое поле разнообразных значений, связанных с руками, начало складываться по данным ученых, по меньшей мере, со времен палеолита. Как считает М.Ф. Альбедиль, первые изображения руки были частью древнего языка жестов, которые со временем приобрели символическое значение, т.к. им начали приписывать новый условный смысл: они стали изображать человека вообще (там же). Среди многообразных толкований первых исторических изображений руки нам наиболее близко понимание этих изображений как знаков присутствия человека в мире, что можно символически трактовать как проявление человеческого «Я» в земном существовании. Недаром в современных арт-терапевтических техниках одним из базовых и часто используемых упражнений на знакомство и самопрезентацию является работа с изображением собственной ладони, которую необходимо, например, обвести на листе бумаги, раскрасить ее отпечаток и т.д.

Расширить содержание метафоры руки позволяют результаты лексического, семантического и концептуального анализа. Так, лексема «рука» занимает первое место по частотности среди соматизмов, является одним из ста наиболее частотных слов русского языка; принадлежит активному словарю, входит в общеславянский фонд, обнаруживает широкие соответствия в индоевропейских языках; существительное «рука» относится к сверхмногозначным словам и входит в состав более чем 300 устойчивых выражений (Мыльникова, 2009:157); обладает значительными слово- и фразеобразовательными возможностями (Попова, 2004, 22; 2009:265). Концепт «рука» рассматривается Н. В. Мыльниковой значимым компонентом концептосферы «человек». Концептуальное содержание «руки» включает в себя, по результатам ее исследования, *телесный* (рука как часть человеческого тела) и *функционально-деятельностный* (рука как орудие деятельности) аспекты. По мнению исследователя, «в названных аспектах на разных уровнях абстракции концепт аккумулирует информацию о разнообразных телесных характеристиках рук, их ориентационной и орудийной функциях, а также о человеке во многих значимых аспектах его жизни и деятельности: предметной деятельности, труде, межличностных отношениях, психической жизни. Каждая сфера при разном ее осмыслении репрезентируется в категориях «деятельность», «отношение» и «состояние»» (Мыльникова, 2009:4).

Огромное многообразие значений руки можно условно разделить на прямые (объективные, очевидные) и переносные (метафорические, символические). Объективные значения составляют характеристики руки как физического объекта (*теплая-холодная, маленькая-большая, шершавая-гладкая*) и органа тела (*верхняя конечность человека, ладонь, предплечье, кисть*); характеристики, указывающие на принадлежность руки человеку определенного пола (*мужская-женская*), возраста (*рука ребенка, взрослого, человека пожилого возраста*), социального положения (*рука богатого и бедного*), профессии (*рука учителя, рука рабочего*) и т.д. Кроме того, Н. В. Мыльникова в материально-телесном аспекте концептуального содержания руки выделяет: внешние качества рук

(величина, толщина, форма, строение, характер кожного покрова, цвет); так называемые «активные» свойства рук как органа движения, действия (сила, физическая активность, состояние мускулов рук – крепость, гибкость, подвижность и т.д.); физические состояния рук (Мыльникова, 2009:158).

Отметим, что метафорических и символических значений руки значительно больше. Рука часто рассматривается как *символ власти* (мирской и духовной), владычества, действия, силы, господства, помощи, покровительства, защиты, физической и моральной мощи, силы воли, способности совершать поступки; управления другими лицами; *символ Бога*, знак Божественного присутствия и активности (Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия; Альбедиль, 2013; Попова, 2004; 2009); *символ деятельности и труда* (Попова, 2009); дружбы, любви, заботы, искренности (Мыльникова, 2009). Руки понимаются как главное орудие жизнедеятельности человека и его самых насущных действий (владения и зависимости, контакта и прикосновения; конкретных физических действий и манипуляций с объектом) (Мыльникова, 2009:12); как инструмент познания мира и себя; как единица измерения длины, объема, массы, эталон, с которым сопоставляются другие предметы (Мыльникова, 2009:11; Попова, 2009:271); как орудие воздействия на окружающий мир; как передатчик духовной и физической энергии. Символически слово «рука», по данным А.Р. Поповой, также связывается со стилем, почерком, творческой манерой; согласием на брак, готовностью вступить в брак (Попова, 2004). С помощью жестикуляции руками человек участвует в коммуникации, выражает свои чувства и состояния. По мнению исследователей, концепт «рука» способен аккумулировать информацию о внутренней, психической жизни, базовых эмоциях (любви, радости, беспокорстве, гневе, печали, страхе, отвращении) (Мыльникова, 2009:16–17).

Образ руки нашел свое применение и в практической психологии, в частности в проективной психодиагностике. Изображения руки были использованы в качестве визуальных стимулов в известной проективной методике «Hand-тест» (тест «Руки») с целью выявления *основных поведенческих тенденций человека* (агрессия, директивность, аффектация, коммуникация, зависимость, страх, эксгибиционизм, калечность, напряжение, активные и пассивные безличные действия, галлюцинации и др.) на основании особенностей его индивидуального восприятия стимульного материала и ответов на вопрос: «Что делает эта рука?». При выборе стимульного материала авторы теста руководствовались тем, что превосходство человека над животными обусловлено уровнем развития человеческого мозга и человеческой руки. Так, рука, перестав выполнять функцию опоры при передвижении, приобрела большую свободу, в частности, стала вносить определяющий вклад в развитие мышления (связь между развитием функций руки и развитием умственных способностей подтверждена многочисленными исследованиями). Как отмечают авторы методики, «ни одна часть человеческого организма, за исключением глаз, не оказывает ему такой помощи в восприятии пространства и ориентации в нем, как рука, без чего, в свою очередь, невозможна организация любого действия» (Курбагова, Муляр, 2001:3). Рука непосредственно вовлечена во внешнюю

активность человека; обеспечивает кинестетическую и тактильную обратную связь; осуществляет постоянный контакт с внешней средой и помогает в выполнении разнообразных функций. Рука рассматривается как инструмент удовлетворения витальных потребностей и получения удовольствия (в том числе сексуального) (Курбатова, Муляр, 2001:3).

Как уже отмечалось, образ руки часто используется авторами МАК. Так, в немецких МАК «СОРЕ» («Преодоление») шесть метафорических изображений руки использованы для символического представления методов совладания со стрессом, стратегий и ресурсов преодоления кризисов и исцеления, описанных на основе разработанной М. Лаадом многомерной модели стилей «выживания» человека BASIC Ph. Каждая «рука» в МАК «СОРЕ» символизирует определенную жизненную стратегию:

– *Чувства/аффект* (умение распознавать различные чувства – как внутренние (бессознательные), так и открытые – и называть их своими собственными именами);

– *Ум/познавательный, когнитивный фактор* (способ преодоления кризисов, использующий наши ментальные способности, умение логически мыслить, оценивать ситуацию, постигать новые идеи, планировать, анализировать проблемы и решать их);

– *Деятельность/физический и физиологический фактор* (способ преодоления кризисов, обращаясь к деятельности нашего физического тела, физическая активность);

– *Общество/социальный фактор* (способность к общению; социальная поддержка, принадлежность к сообществу, организации, принятие роли);

– *Игра воображения и фантазии* (творческие способности; использование творчества, ролевого проигрывания, облегчения, отвлечения);

– *Вера/верования, убеждения и ценности* (умение верить – будь-то вера в Бога, в людей, в чудо или в себя самого; система убеждений; нахождение нового смысла) (Метафорические ассоциативные карты; Пергаменщик, 2015).

4. Обсуждение результатов

Проведенный теоретический анализ научной литературы, обобщение и систематизация разнообразных исследований символики и значений *руки*, обобщение опыта использования *изображения руки* в практической психологии (на материале диагностических методов и разнообразных МАК), а также собственный опыт психологической практики позволяют нам считать *метафору руки* важным проективным материалом в работе психолога и необходимым содержательным наполнением такого психологического терапевтического инструмента как МАК.

Необходимость в отдельном наборе МАК с изображениями рук осознавалась автором постепенно в ходе групповой и индивидуальной психологической работы с использованием различных метафор и, в частности, различных наборов МАК. Наиболее отчетливо идея о создании авторских МАК с изображениями рук стала оформляться при подготовке к метафорическому тренингу «Образ

вальдорфской школы» для педагогов и родителей экспериментального учебного учреждения всеукраинского уровня СОШ №66 (г. Запорожье), в которой на данный момент под нашим научным руководством экспериментально внедряется вальдорфская педагогика. В одном из упражнений участники должны были, работая в микрогруппах, составить из норвежских метафорических карт «Реки» и «Дороги» пути развития школы. Также задание предполагало описание действий педагогов, родителей и других внешних и внутренних «сил», с целью дальнейшего обсуждения влияния этих «сил» на развитие школы. Для данной процедуры очень хорошо должны были подойти карты с изображениями рук. Единственный известный нам на тот момент набор метафорических карт, полностью построенный на изображениях рук, «Колесо жизни» Елены Тарариной, не подошел, т.к. все фотокарты включали в себя, кроме изображений рук в разных комбинациях и положениях, различные слова и аффирмации, что придавало им слишком определенное значение, делая невозможным их использование в качестве проективного материала в данном упражнении. Благодаря тому, что во многих существующих наборах МАК присутствуют отдельные карты с изображениями рук, нам удалось для групповой работы из разных наборов МАК подобрать около двадцати изображений, чтобы задуманное упражнение состоялось. Но, для полноценного использования возможностей *метафоры руки* в психологической практике считаем недостаточным наличие нескольких изображений руки в наборах МАК. Смысловая многозначность и многомерность символа руки дает нам возможность разработать отдельный набор авторских МАК, полностью состоящий из различных изображений рук. Визуальным материалом для авторского набора МАК мы выбрали фотофрагменты картин известных художников прошлого, содержащие различные изображения рук.

Тестовая версия авторских МАК с изображением рук была апробирована в авторском метафорическом тренинге «Метафора жизненного пути», где с помощью изображений рук участникам необходимо было ответить на вопросы: «Кто/что оказывает влияние на мой жизненный путь? Как это сказывается на мне и моей жизни?». Свою эффективность тестовый набор МАК также подтвердил в работе с образом-Я и образом значимого Другого, с актуальными психическими состояниями человека, с проблемами взаимоотношений и др. Как показала наша практика, образ руки оказался благоприятным для ассоциирования с внутренними и внешними действиями человека, с жизненными препятствиями и ресурсами.

Таким образом, на основе проведенного теоретического исследования и опыта практической работы предлагаем рабочую модель направлений психологических запросов, в работе с которыми психолог может использовать МАК «Руки», учитывая основные смысловые и символические характеристики *руки*. Отметим, что, более глубокое понимание значений и символики руки необходимо психологу не для того, чтобы навязывать клиенту те или иные фиксированные смыслы, объяснять символику и т.д., а для того, чтобы расширить возможности использования метафоры руки в своей работе.

Ориентируясь в различных значениях руки, психолог может более осознанно задействовать данную метафору при работе с самым разным кругом проблем, создавая необходимые для этого условия, например, своими вопросами клиенту в работе с тем или иным проективным изображением. Т.е. известное специалистам по МАК условие, что «хозяином» истории и возникающих образов и ассоциаций по метафорической карте является сам клиент, сохраняется.

Задействование в психологической практике **очевидных (объективных) характеристик руки** позволит работать с:

- проблемами физического здоровья и самочувствия, образом тела и его принятием, психомоторным тонусом (*различные физические состояния руки как органа тела человека; «активные» свойства рук как органа движения, действия*);
- проблемами возрастного развития и старения, личностной зрелости (*изображения рук людей разного возраста*);
- проблемами взаимоотношений: парных (*изображения рук мужчин и женщин*); детско-родительских (*изображения рук взрослых и детей*) и др.;
- проблемами социализации, социального и профессионального статуса (*изображения рук «богатых» и «бедных», представителей разных профессий*); социальными ролями.

Задействование в психологической практике **символических характеристик руки** позволит работать с:

- проблемами власти (субъектами власти можно рассматривать Бога, время, судьбу, провидение, другого человека, предмет и т.д.) и подчинения; насилия; покровительства, помощи, защиты и наказания; проблемами обладания кем-либо или чем-либо;
- проблемами, связанными с предметной и не предметной (социальные и межличностные отношения, психическая деятельность) деятельностью человека, разными видами активности, трудом и работой, творчеством и т.д.;
- травматичным опытом; выработкой методов совладания со стрессом, стратегий преодоления кризисов; ресурсами и препятствиями; поиском источника жизненных сил и энергии;
- проблемами гармонизации и балансирования разных сторон жизни;
- проблемами психического и психологического здоровья, психическими состояниями; образом «Я»; субличностью; самооценкой и т.д.;
- проблемами удовлетворения потребностей, в том числе сексуальных; мотивацией;
- развитием навыков самопрезентации и коммуникативных способностей;
- экзистенциальными, нравственными и ценностно-смысловыми вопросами (дихотомия рук на правую и левую позволит, например, выйти на обсуждение проблем добра и зла в жизни человека; через обсуждение дающей функции руки можно выйти на тему Служения в жизни человека).

5. Выводы

Таким образом, в ходе теоретического рассмотрения нами обосновано обращение психологов к метафорическому, образному и символическому

материалу. Наряду со всеми другими важными особенностями метафоры мы делаем акцент на ее понимании как средстве выражения, опредмечивания и конструирования смыслов, в том числе экзистенциальных. Считаем метафору в работе психолога проективным и терапевтическим инструментом. На примере содержательного наполнения МАК поднимаем проблему научно-практического обоснования метафорических образов, используемых в психологической практике. Рассматриваем *метафору руки* важным проективным материалом в работе психолога и необходимым содержательным наполнением такого психологического терапевтического инструмента как МАК. В результате обобщения и систематизации разнообразных исследований символики и значений *руки*, обобщения опыта использования *изображений руки* в практической психологии (на материале диагностических методов и разнообразных МАК), а также на основе собственного разнообразного опыта практической работы мы предложили рабочую модель возможностей использования *метафоры руки* как проективного материала в работе психолога (на примере авторских МАК). Учитывая многозначность, многомерность и относительную универсальность метафоры руки, полагаем, что задействование в психологической практике очевидных (объективных) и символических характеристик руки позволит работать с большим репертуаром психологических запросов.

Перспективы дальнейших исследований связаны с уточнением рабочей модели возможностей использования *метафоры руки* как проективного материала в работе практического психолога; проведением ряда психо-семантических исследований значений слова «рука» на разных выборках испытуемых; детальным описанием авторских МАК с изображениями рук как проективного инструмента в работе практического психолога на основе разнообразного опыта практической индивидуальной и групповой работы.

Литература

References

1. Альбедиль М. Ф. «Ты держишь мир в простертой длани»: символика руки / М. Ф. Альбедиль // Теория моды. М.: Новое литературное обозрение, 2013, № 27 (Весна). С. 155–172. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nlobooks.ru/node/3296>.
Albedil, M.F. (2013). “Ty derjish mir v prostertoj dlani”: simvolika ruki [«You hold the world in the stretched out arm»: arm’s symbolics]. *Teoriia Mody*, 27, 155–172. Retrieved from: <http://www.nlobooks.ru/node/3296>.
2. Анастаси А., Урбина С. Психологическое тестирование. СПб.: Питер, 2001.
Anastazi, A., & Urbina, S. (2001). *Psikhologicheskoe Testirovanie [Psychological Testing]*. S.-Petersburg: Piter.
3. Вачков И. В. Метафорический тренинг. 2-е изд. М.: «Ось-89», 2006.
Vachkov, I. V. (2006). *Metaforicheskii Trening [Metaphorical Training]*. Moscow: “Os-89”.
4. Курбатова Т. Н., Мулярь О. И. Проективная методика исследования личности «Hand-тест». Методическое руководство. СПб.: ГМНПП «ИМАТОН», 2001

- Kurbatova, T. N., Muliar, O. I. (2001). *Proektivnaia Metodika Issledovaniia Lichnosti «Hand-test» [Projective Technique of Investigating Personality “Hand-test”]*. S.-Petersburg: IMATON.
5. Метафорические ассоциативные карты. Руководство к применению. OH Verlag. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pushkov.com.ua/oh-cards/item/53-instrukcii-k-katam.html>.
Metaforicheskie assotsiativnye karty. Rukovodstvo k primeneniiu [The Metaphoric Cards. Guidance for the Use] Germany: OH Verlag. Retrieved from <http://pushkov.com.ua/oh-cards/item/53-instrukcii-k-katam.html>.
 6. Міхіна І. М. Розвиток творчих здібностей дошкільників засобами терапевтичної метафори: Автореф... дис. канд. психол. наук: 19.00.07. Івано-Франківськ, 2003.
Mikhina, I. M. (2003). *Rozvytok tvorchykh zdibnostei doshkilnykiv zasobamy terapeutychnoi metafory [Development of creation in under school age children by means of therapeutic metaphors]*. Extended Abstract of Ph.D. dissertation. Ivano-Frankivsk.
 7. Мыльникова Н. В. Структура и функционирование концепта «рука» в русском языке: Автореф... дис. канд. психол. наук: 10.02.01. Самара, 2009.
Mylnikova, N. V. (2009). *Struktura i funktsionirovanie kontsepta «ruka» v russkom yazyke [Structure and functioning concept “hand” in Russian]*. Extended Abstract of Ph.D. dissertation. Samara.
 8. Мыльникова Н. В. Функциональный аспект содержания концепта «рука» // Вестник Самарского государственного университета. 2009. № 67. С. 157–163 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalnyy-aspekt-soderzhaniya-kontsepta-ruka>.
Mylnikova, N. V. (2009). Funktsionalnyi aspekt sodержaniia kontsepta «ruka» [Functional aspect of the maintenance concept «hand»]. *Vestnik Samarskogo Gosudarstvennogo Universiteta*, 67, 157–163. Retrieved from: <http://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalnyy-aspekt-soderzhaniya-kontsepta-ruka>.
 9. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры: сборник / под общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М.А. Журиной. М.: Прогресс, 1990. С. 68–82.
Ortega y Gasset, J. (1990). Dve velikie metafory [The two great metaphors]. In: *Teoriya Metafory*. (pp. 68–82), N. Arutyunova, M. Zhurinska, (Eds.). Moscow: Progress.
 10. Пезешкиан Н. Психотерапия повседневной жизни: тренинг разрешения конфликтов. СПб.: Речь, 2001.
Pezeshkian, N. (2001) *Psikhoterapia Povsednevnoi Zhizni: Trening Razrecheniia Konfliktov [Psychotherapy of a Daily Life: Training to Resolve Conflicts]*. S.-Petersburg: Rech.
 11. Пергаменщик Л. А. Теоретические основания кризисной психологии // Личность в экстремальных условиях и кризисных ситуациях жизнедеятельности. 2015. № 5. С. 92–100 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elib.bspu.by/handle/doc/9116>.
Pergamenshchik, L. A. (2015). Teoreticheskie osnovaniia krizisnoi psikhologii [The theoretical basis of the crisis psychology]. *Lichnost v Ekstremalnykh Usloviakh i Krizisnykh Situatsiiakh Zhiznedeiatelnosti*, 5, 92–100. Retrieved from <http://elib.bspu.by/handle/doc/9116>.
 12. Попова А. Р. Полисемант *рука* и реализация его лексико-фразеологических возможностей в русском языке: Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.01. Орел, 2004.
Popova, A. R. (2004) *Polisemant Ruka i realizatsiia ego leksiko-frazeobrazovatelnykh vozmojnostei v russkom yazyke [Polysemant Hand and realisation of its lexical and phraseological possibilities in Russian]*. Extended Abstract of Ph.D. dissertation.. Orel.
 13. Попова А. Р. Фразеологический потенциал полисемантической лексемы и его реализация в национальном русском языке (на примере существительного *рука*) //

- Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2009. №5. С. 264–277. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/frazeoobrazovatelnyy-potentsial-polisemantichnoy-lexemy-i-ego-realizatsiya-v-natsionalnom-russkom-yazyke-na-primere>.
- Popova, A.R. (2009). Frazeeobrazovatelnyi potentsial polisemanticheskoi leksemy i ego realizatsiia v natsionalnom russkom yazuke (na primere sushchestvitelnogo *ruka*) [Phraseological potential polysemantic lexemes and its realisation in national Russian (on an example of a noun *a hand*) *Vestnik Cheliabinskogo Gosudarstvennogo Pedagogicheskogo Universiteta*, 5, 264–277 Retrieved from <http://cyberleninka.ru/article/n/frazeoobrazovatelnyy-potentsial-polisemantichnoy-lexemy-i-ego-realizatsiya-v-natsionalnom-russkom-yazyke-na-primere>.
14. Рука (символ) // Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://megabook.ru/article/Рука%20\(символ\)](http://megabook.ru/article/Рука%20(символ)).
Ruka (simvol) [Hand (symbol)]. *Megaentsiklopediia Kirilla i Mefodiia*. Retrieved from: [http://megabook.ru/article/Рука%20\(символ\)](http://megabook.ru/article/Рука%20(символ)).
15. Свирепо О. А., Туманова О. С. Образ, символ, метафора в современной психотерапии. М.: Изд-во Института Психотерапии, 2004.
Svirepo, O. A., Tumanova, O. S. (2004). *Obraz, Simvol, Metafora v Sovremennoi Psikhoterapii* [Image, Symbol, Metaphor in Modern Psychotherapy]. Moscow: Institute of Psychotherapy.
16. Шрагіна Л. І. Психологія вербальної уяви: функціонально-системний підхід. Монографія. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2016.
Shragina, L. I. (2016). *Psykhologiiia Verbalnoyi Uiavy: Funktsionalno-Systemnyi Pidkhid* [The Psychology of Verbal Imagination: The Functional and Systemic Approach]. Kyiv: Kyiv-Mohyla Academy Publishers.

ВЕРБАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ «ПРОПОВІДЬ» (ЗА ДАНИМИ АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ)

Наталія Чміль
chmil.nata@ukr.net

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Received April 18, 2017; Revised June 5, 2017; Accepted June 12, 2017

Анотація. Статтю присвячено психолінгвістичному аналізу вербальної репрезентації студентами концепту «проповідь» шляхом вільного асоціативного експерименту. Розглянуто поняття концепту та релігійного концепту. Представлені основні лінгвістичні дослідження проповіді українськими та закордонними вченими. Описано комунікативні особливості релігійної проповіді. Зазначено особливості та процедура проведення вільного асоціативного експерименту. У результаті здійсненого асоціативного експерименту вербальної репрезентації концепту «проповідь» було отримано всього 260 реакцій на слово-стимул «проповідь», серед яких 97 різних асоціацій. Аналіз асоціацій дозволив виявити найчастотніші реакції на «проповідь», серед яких: «священик», «розповідь», «повчання» та «настанова». Аналіз отриманих асоціацій на «проповідь» здійснено за логічним критерієм, що дозволило виявити переважання центральних реакцій на слово «проповідь». За граматичним критерієм серед отриманих асоціацій на «проповідь» переважають парадигматичні реакції. Аналіз отриманих асоціацій на «проповідь» здійснено за тематичним критерієм, що дало змогу виокремити чотири різні тематичні категорії: атрибути місця (ситуація проповіді), особливості жанру, люди (учасники проповіді), емоції та оцінки. Найчисельнішою виявлено тематичну групу пов'язану з особливостями жанру. Найменш чисельною серед отриманих асоціацій виявилась тематична група «учасники проповіді».

Ключові слова: *релігійний концепт, релігійний дискурс, вільний асоціативний експеримент, проповідь.*

Chmil, Natalia. Verbal Representation of the Concept “Sermon” (Based on the Association Test).

Abstract. The investigation of religious discourse is widespread in Ukraine now because of great confidence in the church. The aim of this research is to analyze verbal representation of the concept “sermon”. Free word association test (WAT) has been used for psycholinguistic analysis. The aim of this research is to analyze the verbal representation of the concept “sermon”. Free word association test (WAT) has been used for psycholinguistic analysis. The definitions of concept and religious concept as a multidimensional mystical semiotic formation are highlighted. The paper overviews the main linguistic researches of sermon by Ukrainian and foreign scholars. Certain communicative features of religious sermons have been described. As a result of the free WAT, 260 responses to the stimulus word “sermon” were, among them 97 different associations. Among the most frequent responses were “priest”, “story”, “edification” and “attitude”. The logical and grammar characteristics of the obtained associations have been analyzed. It has been shown that central paradigmatic reactions to the stimulus word “sermon” predominate. The thematic features of the associations to “sermon” have been analyzed. Four different thematic groups have been identified: situation of sermon, genre features, people (sermon participants), emotions and evaluation. The most numerous thematic group is “genre features”. The least numerous thematic group is “sermon participants”. Prospects for further study of this problem lie in an in-depth psycholinguistic analysis of religious discourse.

Keywords: *religious concept, religious discourse, free association test, sermon.*

1. Вступ

За даними опитування громадської думки в 2015–2016 роках церква як соціальна інституція втримує позиції лідера довіри українців (Zlenko, 2017). Цей факт актуалізує наукові дослідження в цьому напрямку. Зокрема, вивчення різних особливостей релігійного дискурсу здійснюють психологи, філологи та соціологи. Дослідженню концептів приділяють увагу такі науковці: О. О. Акулова, О. О. Близнюк, О. С. Бондаренко, О. С. Пальчевська, З. Д. Попова, В. Ф. Старко, Ю. С. Степанов, Й. А. Стернін, Т. В. Суродейкіна, Р. М. Фрумкіна та ін. На думку О. В. Сергєєвої, концепт слід трактувати як «інформаційну цілісність, наявну в мовній свідомості, сприйняту мовною особистістю як інваріантне значення асоціативно-семантичного поля, яке пройшло означення, тобто має ім'я, представлене лексичною одиницею даної мови» (Sergeyeva, 2007:153).

Вивчення релігійного дискурсу в галузі мовознавства здійснює теолінгвістика. Її сучасними представниками є О. К. Гадомський, Л. А. Закреницька, В. І. Постовалова та ін. На матеріалі інтерпретації православно-християнського концепту «смирнення» російська вчена В. І. Постовалова визначає релігійні концепти як багатовимірні містико-семіотичні утворення. Авторка пропонує розгорнуту модель опису базових релігійних концептів у концептосфері православ'я в єдності трьох основних планів – духовно-світоглядного, культурно-історичного та лінгво-семіотичного (Postovalova, 2012:143–152).

У межах релігійного дискурсу проповідь виокремлюють як жанр релігійного спілкування. Великий тлумачний словник сучасної української мови (2005) пропонує декілька визначень поняття «проповідь»: 1) промова релігійно-повчального змісту, яка виголошується в церкві під час відправи; 2) церковний літературно-ораторський жанр урочистого або повчального характеру; 3) те саме, що проповідування; 4) публічний виступ на яку-небудь тему. Проповідь «покликана повідомити і роз'яснити Слово Боже, повинна відрізнятися церковно-біблійним характером і максимально наближатися до мови Біблії, в той же час вона повинна бути доступна розумінню простих людей» (Stebel'kova, 2012: 210). У жанрі проповіді релігійний дискурс зближується з педагогічним. Проповідь схожа на бесіду або лекцію, але відрізняється від цих жанрів приналежністю до особливого виду спілкування – релігійного. Метою проповіді є донесення сенсу слова Бога до свідомості людей (Yasinovskaya, 2011:183–184).

Дослідження проповіді як особливого мовленнєвого жанру та частини релігійного дискурсу здійснюють багато вчених, серед яких М. В. Аникушина, А. Vizjak Končar, Р. Я. Ваврінчик, К. А. Кузьміна, О. А. Прохватилова, М. Б. Расторгуєва, М. А. Рожило, Н. А. Стебелькова, А. У. Esimaje та ін.

Особливості риторики та граматики проповіді досліджувала А. Vizjak Končar. Авторка встановила, що в проповіді виклад етичних принципів відбувається шляхом подання відповідних позитивних і негативних етичних варіантів. Оскільки метою є не тільки передати віруючим знання, а й переконати їх жити за вченням Ісуса, описові риторичні одиниці використовуються для створення

реальних життєвих ситуацій, у позитивних і негативних кадрах. Тобто в проповідях існує тенденція тлумачити аргумент, заснований не на наукових свідченнях, а на досвіді (наприклад, спостереження, наслідування) (Bizjak Končar, 2008:517–518).

Характеристики англійської лексики в проповідях досліджувала А. Esimaje. Авторка зазначає, що для проповіді характерна лексична щільність тексту, як наслідок, високий вміст інформації. Також на основі емпіричного аналізу А. Uzoaku Esimaje визначила тенденцію до використання в проповідях таких семантичних груп: негативні слова (“negative words”), кількісні слова (“number words”), слова складних ситуацій (“difficult situation words”), слова невизначеності (“words of uncertainty”), слова опису (“words of description”), слова фізичної дії (“words of physical action”), слова сили (“power/utility words”), висловлювання про місце (“place expressions”) і слова словесної дії (“words of verbal action”) (Esimaje, 2014:13–14). М. В. Аникушина детально описала структуру християнської англомовної проповіді, виділивши в ній вступ (виконує тематичну, опорну, а також контактостановлюючу функції), основну частину міркування (причинно-наслідкові відношення), розповідь (зміна подій або станів), опис, висновки (виконують функції впливу, переконання, повчання, логічного завершення тексту) (Anikushyna, 2008). Н. А. Стебелькова серед лексичних особливостей англомовних проповідей виокремила використання інтегруючої метафори, стратегію побудови внутрішнього діалогу (використання синтаксичної єдності «питання-відповідь»), стратегію поетапного розгортання базової анти-тези (Stebel'kova, 2012). Проблему діалогічності православної проповіді детально розкрила І. А. Істоміна. Засоби розмовної мови вводяться священнослужителем, на думку автора, для врахування особливостей сприйняття масової аудиторії, готової до освоєння основ християнського світогляду (Istomina, 2012:162).

Значну увагу науковці звертають на комунікативні особливості проповіді, а саме на її усний характер. На нашу думку, особливої уваги заслуговують дослідження А. А. Юр'ївського. Автор відстоює думку, що з моменту припинення проповідником усного мовлення припиняється проповідь. Проте сучасність накладає свої відбитки на релігійну комунікацію. Популярності набувають електронні версії друкованих релігійних видань, сайти епархій, блоги священнослужителів тощо. Як зазначає М. А. Рожило, «потужні комунікативні можливості мають проповіді, розміщені на сайтах епархій, адже, крім усіх переваг (аудіо- та відео), у споживачів є змога неодноразово читати текст проповідей, виокремлюючи для себе найважливіші, найактуальніші аспекти» (Rozhylo, 2014).

Ми цілком погоджуємося з думкою О. А. Прохвятилової про те, що в духовній проповіді актуалізовано одразу декілька видів комунікації: 1) колективну (звернена до множинного (колективного) адресату); 2) масову (звернення за допомогою засобів масової комунікації); 3) особисту, (ефект звернення слова священника до кожного слухача); 4) гіперкомунікативну

(вкраплення сакральних текстів – молитов і фрагментів Святого Письма) (Prokhvatilova, 1999).

Отже, таке різностороннє лінгвістичне дослідження проповіді як жанру релігійного спілкування, актуалізує багато нових напрямків у вивченні проблеми. Серед них важливим є питання щодо уявлень про проповідь, які існують у людей, тобто в межах яких концептів мовці описують проповідь.

З точки зору психолінгвістики, концепт – це «спонтанно функціонуюче в пізнавальній та комунікативній діяльності індивіда базове перцептивно-когнітивно-афективне утворення динамічного характеру, що підкоряється закономірностям психічного життя людини і внаслідок цього по ряду параметрів відрізняється від понять і значень як продуктів наукового опису з позицій лінгвістичної теорії» (Zalevskaia, 2001:39). Основою концепту в психолінгвістичному розумінні є понятійний зміст і блок знань як сукупність конкретно-образних (слухових, зорових, смакових та інших) елементів у психіці людини. Концепти вербалізуються в мові та репрезентуються різнорівневими засобами мови.

2. Методи дослідження

Існує багато методів вивчення вербалізованих концептів, серед яких ключове місце займає концептуальний аналіз. Низка прийомів концептуального аналізу залежить від цілі та фактичного матеріалу дослідження. Серед методів дослідження вербалізованих концептів найчастіше виокремлюють такі: опис концепту за допомогою його асоціативного поля, етимологічний аналіз, аналіз дефіційних значень, метод вивчення концептів через лексико-граматичне поле лексеми, когнітивно-семантичний аналіз, аналіз вербалізації в індивідуально-авторських номінаціях, аналіз концептів в різних культурах, порівняння індивідуально-авторських та національних концептів тощо (Muntyan, 2013).

Важливу роль при дослідженні концептів відіграє асоціативний експеримент. Як стверджує С. В. Мартінек, саме асоціативний експеримент дає змогу експлікувати концептуальні структури свідомості носіїв мови й культури (Martinek, 2011). Незважаючи на велику кількість лінгвістичних праць про структуру та зміст проповіді, проблема панівних уявлень у свідомості людей щодо концепту «проповідь» є майже не дослідженою. Саме тому, метою дослідження є психолінгвістичний аналіз вербальних репрезентацій концепту «проповідь» як жанру релігійного дискурсу.

Для реалізації мети було використано вільний асоціативний експеримент, який є «інструментом вимірювання несвідомих компонентів семантичного простору реципієнтів» (Zasiekina, Zasiakin, 2008:55). Асоціативний експеримент дозволяє максимально наблизитися до ментального лексикону, вербальної пам'яті, культурних стереотипів певного народу виявити, зміст концепту в когнітивній свідомості носіїв мови й ранжувати за яскравістю концептуальні ознаки. Ядро мовної свідомості містить ті асоціації в асоціативно-вербальній мережі, які мають найбільшу кількість зв'язків, що виділяються на основі принципу частотності. Методика асоціативного експерименту передбачає

пред'явлення списку стимульних слів та інструкцію «відповідати першим словом, яке приходить на думку». Асоціативна реакція-відповідь повинна надаватись швидко, без довгих роздумів над відповіддю. У вільному асоціативному експерименті досліджуваним не ставляться ніякі обмеження на словесні реакції (Goroshko, 2001).

3. Процедура дослідження й обговорення результатів

Вибірку склали 246 студентів віком 17–20 років із Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, серед яких 102 – студенти-біологи; 96 – студенти-психологи; 48 – студенти-видавці. Досліджувані отримали анкету з десятьма словами-стимулами, що пов'язані з релігійним дискурсом, серед яких і «проповідь». На заповнення анкети студентам надавалось не більше 5 хвилин. Відмов не було. Проведення експерименту дало можливість отримати всього 260 реакцій на слово-стимул «проповідь», серед яких 97 різних асоціацій (див. табл. у додатку). Кількість отриманих асоціацій перевищує кількість досліджуваних, оскільки вільний асоціативний експеримент передбачає відсутність обмежень щодо словесних реакцій. У зв'язку з цим, кілька досліджуваних подали по декілька реакцій-асоціацій.

Здійснений аналіз отриманих асоціацій дозволив виявити найчастотніші реакції на «проповідь», серед яких «священик», «розповідь», «повчання» та «настанова». Тобто загалом опитувані часто пов'язують проповідь із проповідником (священиком) та морально-етичним навантаженням, яке вона здійснює (настанова та повчання).

Аналіз асоціацій на «проповідь» здійснено за логічним критерієм. Ми брали до уваги те, до якого типу реакцій можна віднести кожне з отриманих слів – периферійної чи центральної. Периферійні логічні асоціації представлені меншістю реакцій (усього 65). Це такі асоціації: «нудна», «навчання», «увага», «лекція», «скука», «душа», «гіпноз», «відданість», «довга», «наука», «книга», «добро», «внушення», «втирання», «цікава», «святе», «очищення», «ілюзія», «тиша», «дороговказ», «спасіння», «спам», «спокута», «чудесна мить», «відчуття», «духовне очищення», «недостовірність», «2 години в душній церкві», «жарко», «незрозуміле», «свічки», «заповідь», «сповідання», «свідки Єгови», «Апостол», «хрест», «закон», «гріхи», «послух», «мрії», «згадка», «бачення світу», «легенда», «камертон», «вірш», «казка». Периферійні логічні реакції становлять 25 % від усіх отриманих асоціацій.

Решта 75 % відповідей виражають прямий зв'язок слова-стимула та асоціації, тобто є центральними логічними реакціями («священик», «розповідь», «настанова», «церква» тощо). Переважання центральних реакцій на слово «проповідь» свідчить про послідовне логічне мислення студентів, а також достатньо високий рівень володіння мовою.

Опрацювання отриманих асоціацій на «проповідь» також проведено за граматичним критерієм. Основним критерієм було те, до якого типу реакцій можна віднести кожне з отриманих слів – синтагматичної чи парадигматичної. Було виявлено, що 18 слів-асоціацій є синтагматичними реакціями, серед яких

«слово Боже», «добре слово», «нудна», «слухати», «Божа», «довга», «цікава», «святе», «церковна», «чудесна мить», «духовне очищення», «2 години в душній церкві», «жарко», «незрозуміле», «Святе писання», «віруючі», «оповідати». Синтагматичні асоціації становлять 15,4 %. Серед них найпоширенішим є прикметниковий тип реакцій («нудна», «довга», «цікава», «святе» тощо). Більшість отриманих асоціацій виявилися парадигматичними реакціями, тобто стосуються тієї самої частини мови, що й слово-стимул «проповідь». У відсотковому співвідношенні парадигматичні реакції складають 69,2 %. Переважання парадигматичних граматичних асоціацій свідчить про достатню розвиненість аналітичності та комплексності мислення досліджуваних.

Класифікацію виконано також згідно з тематичним критерієм. Це дозволило виокремити чотири різні тематичні групи: атрибути місця (ситуація проповіді), особливості жанру, люди (учасники проповіді), емоції та оцінки (Рис. 1). Найчисельнішою виявилась тематична група, пов'язана з особливостями жанру (43,1 %), у межах якої досліджувані надавали такі асоціації: «розповідь», «повчання», «настанова», «розповідь», «повчання», «настанова», «слова», «промова», «звернення», «історії», «навчання», «читання», «увага», «лекція», «розмова», «слухати», «виступ», «донесення», «наука», «інформація», «текст», «мова», «книга», «легенда», «вірші», «казка», «згадка», «оповідати», «знання», «висловлювання думки», «тлумачення».

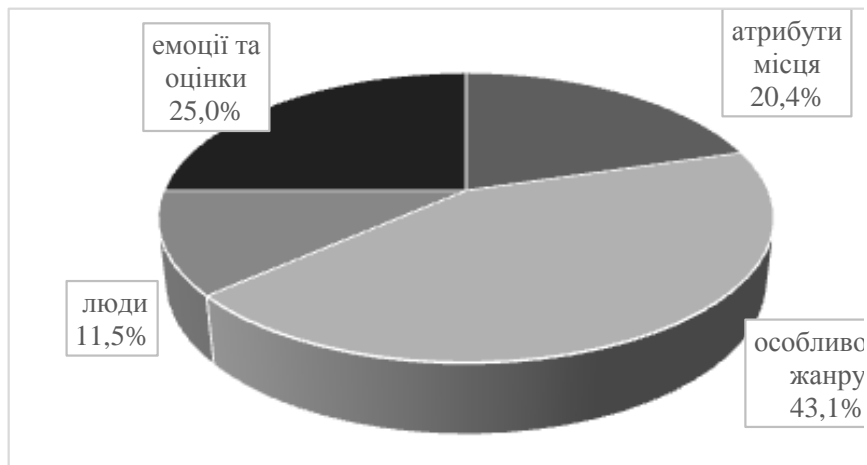


Рис. 1. Тематична структура асоціацій на «проповідь»

Група «емоції та оцінки» серед усіх асоціацій становить 25 % реакцій, а саме «слово Боже», «добре слово», «нудна», «Божа», «довга», «скука», «душа», «гіпноз», «відданість», «правда», «добро», «інформація для душі», «внушення», «втирання», «залучення», «цікава», «одкровення», «святе», «церковна», «очищення», «ілюзія», «навернення», «тиша», «дороговказ», «спасіння», «спам», «спокута», «чудесна мить», «відчуття», «духовне очищення», «недостовірність», «2 год в душній церкві», «жарко», «незрозуміле», «передавання мудрості», «істина», «мрії», «бачення світу», «камerton». Тут, як показує матеріал, представлена двояка оцінка проповіді

(«внушення», «втирання», «ілюзія», «спам», «недостовірність» ілюструють негативну оцінку).

Достатньо часто серед асоціацій трапилися реакції, що пов'язані з ситуацією і місцем проведення проповіді (20,4 %). У цій тематичній групі більшість реакцій стосуються церкви: «Біблія», «молитва», «церква», «служба», «Ісус Христос», «Євангеліє», «віра», «притча», «релігія», «собор», «частина обряду», «священнослужіння», «Святе писання», «свічки», «заповідь», «сповідання», «свідки Єгови», «збір біля алтаря», «апостол», «хрест», «закон», «річі священника», «гріхи», «послух», «кінець служби». Виявлено, що найменш частотними є асоціації, що пов'язані з людьми (учасниками проповіді) (11,5 %). До цієї тематичної групи належать слова «священик», «пастир», «батюшка», «віруючі», «люди».

4. Висновки

Психолінгвістичний аналіз вербальної репрезентації концепту «проповідь» шляхом вільного асоціативного експерименту дозволив виявити, що в когнітивній картині світу цей концепт відображається як священик, розповідь, повчання та настанова. У отриманому асоціативному матеріалі переважають центральні логічні та парадигматичні граматичні реакції. Нечисельні синтагматичні реакції місять двояку оцінку проповіді.

Тематичний аналіз отриманих асоціацій дав можливість виявити домінування реакцій, що пов'язані з особливостями проповіді як жанру. Крім того, асоціації досліджуваних стосувалися емоцій і оцінок, атрибутів ситуації та учасників проповіді. Найменш чисельною серед отриманих асоціацій виявилася тематична група «учасники проповіді». Студенти розглядають проповідь не лише як церковний жанр, але й визначають її як лекцію, розмову чи вірш. Цей факт свідчить про недостатню обізнаність опитуваних про концепт «проповідь». Перспективи дослідження вбачаємо в подальшому психолінгвістичному аналізі релігійного дискурсу та концепту «проповідь».

Література

References

1. Аникушина М. В. О композиции текста современной христианской англоязычной проповеди. Известия ТулГУ. Гуманитарные науки, 2008, 2, 191–196.
Anikushyna, M. V. (2008). O kompozitsii teksta sovremennoy hristianskoy angloyazyichnoy propovedi [On text composition of the modern Christian English-language sermon]. *Proceedings of Tula State University. Humanitarian Sciences*, 2, 191–196.
2. Bizjak Končar, A. (2008). Contemporary sermons: From grammatical annotation to rhetorical design. *Systemic Functional Linguistics in Use. Odense Working Papers in Language and Communication*, 29, 503–521.
3. Esimaje, U. A. (2014). A descriptive survey of the character of English lexis in sermons. *SAGE Open*, 4(4), 1–16.
4. Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Харьков: РА–Каравелла, 2001.
Goroshko, Ye. I. (2001). *Integrativnaya Model Svobodnogo Assotsiativnogo Eksperimenta [Integrative Model of Free Associative Test]*. Kharkiv: RA–Karavella.

5. Zalevskaya, A. A. (2001). Psiholingvistiicheskiy podhod k probleme koncepta [Psycholinguistic Approach to the Concept]. In: *Methodological Problems of Psycholinguistics*, (pp. 36–45). Voronezh: VGU.
Залевская А. А. Психолінгвістический подход к проблеме концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Воронеж: Из-во ВГУ, 2001, 36-45.
6. Засекіна Л. В., Засекін С. В. Психолінгвістична діагностика. Луцьк: Вежа, 2008.
Zasiekina, L. V. Zasiekin, S. V. (2008) *Psykholinhvistychna Diahnostyka [Psycholinguistic Diagnostics]*. Lutsk : Vezha.
7. Зленко С. Довіра соціальним інституціям, 2017. Режим доступу: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=678&page=1>.
Zlenko, S. (2017). The trust to social institutions. Retrieved from <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=678&page=1>.
8. Истомина И. А. О диалогичности текстов современной православной проповеди. Ученые записки Казанского университета. Гуманитарные науки. 2012. №154(5). С. 156–163.
Istomina, I. A. (2012). O dialogichnosti tekstov sovremennoy pravoslavnoy propovedi [Dialogic texts of modern Orthodox sermon]. *Scientific Proceedings of Kazan University. Humanitarian Sciences*, 154(5), 156–163.
9. Мартінек С. В. Емпіричні й експериментальні методи у сучасній когнітивній лінгвістиці. Вісник Львівського університету. Серія філологічна. 2011. № 52. С. 25–32.
Martinek, S. V. (2011). Empirychni y eksperymentalni metody u suchasni kohnityvni linhvistytsi [Empirical and experimental methods in current cognitive linguistics]. *Bulletin of Lviv University. Philological Series*, 52, 25–32.
10. Мунтян Л. В. Концептуальний аналіз та методи дослідження вербалізованих концептів. Наукові записки. Серія Філологічна, 2013, № 33. С. 103–105.
Muntyan, L. V. (2013). Kontseptual'nyu analiz ta metody doslidzhennya verbalizovanykh kontseptiv [Conceptual analysis and methods of research verbalized concepts]. *Scientific Notes. Philological Series*, 33, 103–105.
11. Постовалова В. И. Религиозные концепты в теолингвистическом представлении. Теолингвистика. Международный тематический сборник статей, Београд: Издательство: Универзитет у Београду. Православни богословски факултет, 2012, 143–152.
Postovalova, V. I. (2012). Religioznye kontsepti v teolingvisticheskom predstavlenii [Religious concepts in teolinguistic representation]. *Teolinguistika. International Thematic Collection of Papers*. Beograd: Belgrade University, 143–152.
12. Прохватилова О. А. Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 1999.
Prokhvatilova, O. A. (1999). *Pravoslavnaya propoved' i molitva kak fenomen sovremennoy zvuchashchey rechi [Orthodox sermon and prayer as a phenomenon of modern sounding speech]*. Volgograd: Volgograd State University.
13. Рожило М. А. Комунікативний потенціал релігійного інтернет-тексту (на прикладі проповідей митрополита Луцького і Волинського Михаїла). Медіа, глобалізація, соціальна мімікрія: науковий інтернет-симпозіум. Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2014. С. 101–106.
Rozhylo, M. A. (2014). Komunikatyvnyi potentsial relihiinoho internet-tekstu (na prykladi propovidei Mytropolyta Lutskoho i Volynskoho Mykhaila) [Communicative Potential of Religious Internet text (based on sermons by Metropolitan Bishop of Lutsk and Volyn Mykhail)]. *Media, Globalization, Social Mimicry: Scientific Online*

- Symposium*. (101-106). Lutsk, Ukraine: Lesya Ukrainka Eastern European National University.
14. Сергеева Е. В. Лексическая экспликация концепта «религия» в русском языке. *Политическая лингвистика*. 2007. № 2(22). С. 151–165.
Sergeyeva, Ye. V. (2007). Leksicheskaya eksplikatsiya kontsepta “religiya” v russkom yazyke [Lexical explication of the concept “religion” in Russian]. *Political Linguistics*, 2(22), 151–165.
15. Стебелькова Н. А. Лингвистические особенности англоязычной проповеди как жанровой разновидности теологического дискурса. *Вестник МГЛУ*. 2012, № 6 (639). С. 205–212.
Stebel'kova, N. A. (2012). Lingvisticheskie osobennosti anglojazychnoj propovedi kak zhanrovoy raznovidnosti teologicheskogo diskursa [Linguistic features of the English-speaking sermon as a genre variety of theological discourse]. *Bulletin of Moscow State Linguistic University*, 6(639), 205–212.
16. Ясиновская Е. Г. О специфике религиозного дискурса. *Вестник МГЛУ*. 2011. №10(616). С. 179–186.
Yasinovskaya, Ye. G. (2011). O spetsifike religioznogo diskursa [On the specifics of religious discourse]. *Bulletin of Moscow State Linguistic University*, 10(616), 179–186.

Додаток

Таблиця 1

Частотність асоціацій концепту «проповідь» (260 реакцій)

Асоціація	N	Асоціація	N	Асоціація	N
Священик	22	Правда	2	Незрозуміле	1
Розповідь	19	Наука	2	Частина обряду	1
Повчання	15	Євангеліє	2	Тлумачення	1
Настанова	14	Віра	2	Передавання мудрості	1
Слово Боже	11	Батьושка	2	Істина	1
Біблія	8	Книга	2	Священнослужіння	1
Молитва	8	Притча	2	Святе писання	1
Церква	7	Виступ	2	Віруючі	1
Слова	6	Релігія	1	Свічки	1
Звернення	5	Собор	1	Заповідь	1
Добре слово	5	Добро	1	Люди	1
Промова	5	Інформація для душі	1	Сповідання	1
Історії	5	Внушення	1	Свідки Єгови	1
Нудна	4	Втирання	1	Збір біля алтаря	1
Служба	4	Залучення	1	Апостол	1
Навчання	4	Цікава	1	Хрест	1
Читання	4	Одкровення	1	Закон	1
Пастир	4	Святе	1	Речі священика	1
Увага	4	Церковна	1	Гріхи	1
Слухати	3	Очищення	1	Послух	1
Ісус Христос	3	Ілюзія	1	Кінець служби	1
Лекція	3	Навернення	1	Оповідати	1
Розмова	3	Тиша	1	Знання	1
Божа	3	Дороговказ	1	Мрії	1
Довга	3	Спасіння	1	Згадка	1
Інформація	2	Спам	1	Бачення світу	1

Закінчення табл. 1

Скука	2	Спокута	1	Легенда	1
Донесення	2	Чудесна мить	1	Камертон	1
Текст	2	Відчуття	1	Вірш	1
Душа	2	Духовне очищення	1	Казка	1
Мова	2	Недостовірність	1	Висловлювання думки	1
Гіпноз	2	2 год в душній церкві	1		
Відданість	2	Жарко	1		

FRAME ANALYSIS OF POLITICAL TEXTS

Nataliia Dyachuk

n-dyachuk@mail.ru

Ivan Franko Zhytomyr State University, Ukraine

Received May 8, 2017; Revised May 15, 2017; Accepted May 27, 2017

Abstract. The article outlines the study of political texts from psycholinguistic perspectives. The research generalizes and empirically verifies a psycholinguistic approach to the study of political discourse and focuses on frame analysis, one of the most powerful psycholinguistic techniques. Frame structure embraces conceptual components that allow accumulating information from different sources. The public speeches of two great Ukrainian and American political leaders Viktor Yushchenko and Barack Obama were the principal sources of the analysis. Frame analysis was applied to study cross-cultural peculiarities that depict national nature of two cultures. Data analysis shows that discourse of the Ukrainian leader is mostly focused on categories such as people, power, liberty. The discourse of the American leader contains categories such as economy, money, people, psychological constructs. The results show that people have become top-priority for V. Yushchenko. They are the people the Ukrainian politician addresses, believes and trusts. V. Yushchenko also focuses on freedom, independence and liberty of any Ukrainian citizen. B. Obama is deeply concentrated on economy and finance of his country. It has become obvious that he is ready to implement the set of reforms for the country to thrive. The category of psychological constructs shows that the American politician is full of respect and proud for his country and population. The radical variety of two speeches is caused by different economic conditions, values and mentality of two cultures and personal purposes and objectives of the two politicians.

Keywords: *frame analysis, political texts, frames (slots), political leaders, categories, prototype representatives, cross-cultural peculiarities.*

Дячук Наталія. Фреймовий аналіз політичних текстів.

Анотація. Стаття висвітлює погляд на політичні тексти з позицій психолінгвістики. У статті обґрунтовано та емпірично підтверджено психолінгвістичний підхід до вивчення політичного дискурсу. Стаття посилається на фреймовий аналіз, один із потужніших методів психолінгвістичного дослідження. Для проведення фреймового аналізу було обрано політичні промови двох великих політичних лідерів України та Америки Віктора Ющенка та Барака Обами. Фреймовий аналіз було застосовано для вивчення міжкультурних особливостей, які зображають національний характер двох культур. Результати аналізу свідчать, що дискурс українського лідера вміщує такі найбільш значущі категорії, як люди, влада, свобода. Дискурс Американського лідера включає такі суттєві категорії як: економіка, гроші, люди, психологічні конструкти. Результати дослідження засвідчили, що пріоритетним для В. Ющенка є люди, до яких він звертається, яким він вірить, на яких покладається. Серед пріоритетів українського лідера знаходяться свобода та незалежність кожного українця. Барак Обама більш зосереджений на проблемах економічного та фінансового положень країни. Очевидним виявилось, що майбутній президент готовий запровадити ряд реформ для процвітання своєї держави. Лексичне наповнення категорії психологічні конструкти засвідчило, що американський лідер виявляє повагу та гордість до свого народу. Радикальні зміни свідчать про

рiвну економiчну ситуацiю в країнах, рiвну менталiтет та цiнностi представникiв двох культур, а також рiвнi цiлi та установки кожного з мовцiв.

Ключові слова: фреймовий аналіз, політичні тексти, фрейми (слоти), політичні лідери, категорії, прототипні представники, міжкультурні особливості.

1. Introduction

Frame analysis is considered to be one of the most powerful techniques for investigating a political thought. The term “frame” was introduced by M. Minsky at the beginning of the 1970s. The scholar defined frame as a term for data-structure representing stereotyped situation (Minsky, 1975). The situation can designate an action, image, a story, etc. Frame structure embraces conceptual components accumulate information, the content of which is reflected in the title slot. Frame is a set of standard real or potential knowledge devoted to the complex phenomena, entire idea of complex concept. Frame is viewed as an open-end system that can enrich its data channel by the stream of new information (Sternin, 2001).

Frame analysis theory has been considered one of the most promising and challenging studies in the last decades. This is primarily explained by its interdisciplinary nature, as having integrated into various linguistic and non-linguistic knowledge domains, frame analysis makes it possible to explain a plenty of language phenomena from the point of view of cognitive analysis. Frame is defined as a universal category that is able to combine different kinds of human knowledge, their experience and is widely characterized by its maximum formality and polyhistory. The accent is put on the absence of clear boundaries between linguistic meanings and human experience – transition continuity from language to experience. It must be assumed that absolute frame identification with various associations would be misleading. Frames are not simple associations that can recur to an individual’s memory: any frame is endowed with core, generic and possible information that is structured in certain units used to demonstrate the knowledge (Nikonova, 2006).

Frame study has become a key foundation for different types of mental units (built upon perception or imagination) and their verbalization. Frame is a knowledge structure created to connect mental space with verbal. With the help of frame mental structure could be transformed into verbal.

Thus a considerable amount of research has been carried out in the last few decades aiming to explain the concept “frame” (Z. Burdina, K. Baker, L. Nizhehorodtseva-Kyrychenko, Zh. Nikonova, U. Karpenko, S. Kozak, Z. Popova, I. Sternin, A. Babushkin, Ch. Fillmore, D. Tannen, T. A. van Dijk, W. Dressler and others). The soviet and foreign scientists are increasingly attempting to view the concept “frame” as an effective means to analyze the knowledge in any language system. Language is seen to be the highest peak of a cognitive iceberg. It leads to the occurrence of various models and frames in a person’s mind. Therefore, frame analysis points toward recognizing a frame or a set of frames that populate a particular sphere of concepts

(Alimuradov, 2009). Frame is often considered to be a unique organization of a representing cognitive apparatus of human knowledge while unifying cognitive and linguistic fields in the process of speaking (Nikonova, 2008).

It is fundamental to mention that unlike other cognitive units (concept or image) frame is supposed to be a meaningful basis of a pre-planning utterance. The main objective of the concept study which covers the most common and significant frame features is the selection of frame prototype, which is the top of the frame. A prototype reflects the national nature of different countries and cultures.

Any political regime can't but exist without communication. Language is viewed as a means to persuade, inform, order etc. The specific characteristic of politics unlike other areas of human activity lies in its discursive nature. Thus most political actions are said to be speech actions within this format (Sheygal, 2004). Therefore political activity is often regarded to be speech activity as well.

2. Methods

The main sources of our investigation are the public speeches of two great Ukrainian and American political leaders Viktor Yushchenko (Yushchenko, 2004) and Barack Obama (Obama, 2007). Frame analysis was applied in order to study cross-cultural peculiarities that depict national nature of two cultures.

To organize the empirical research the political speeches of two politicians have been chosen. The procedure embraced some stages. On the first stage all the lexical units expressed by nouns have been noted. On the second stage all matching words have been grouped into the categories. On the third stage the amount of lexical contents of each category has been analyzed. On the fourth stage the coefficient of prototype representative frequency and proportion of each category have been estimated. Finally, the concepts that reflect events according to the scheme Pre-Event–Event–Post-Event among keywords have been chosen. These concepts shape the script of the analyzed texts (Zasiekina & Zasiakin, 2008).

3. The study

To organize the empirical research all the matching words of both political speeches were grouped into specific categories.

Data analysis shows that discourse of the Ukrainian leader is mostly focused on categories such as *people, power, liberty*. The discourse of the American leader contains categories such as *economy, money, people, and psychological constructs*.

However discourse category gradation radically differs. The categories in the Ukrainian leader's speech are far bigger in volume, thus they contain more frames to show the content of this or that category. Obama's speech doesn't include categories such as *power, liberty, strength, bodyparts* (see: figures 1, 2)

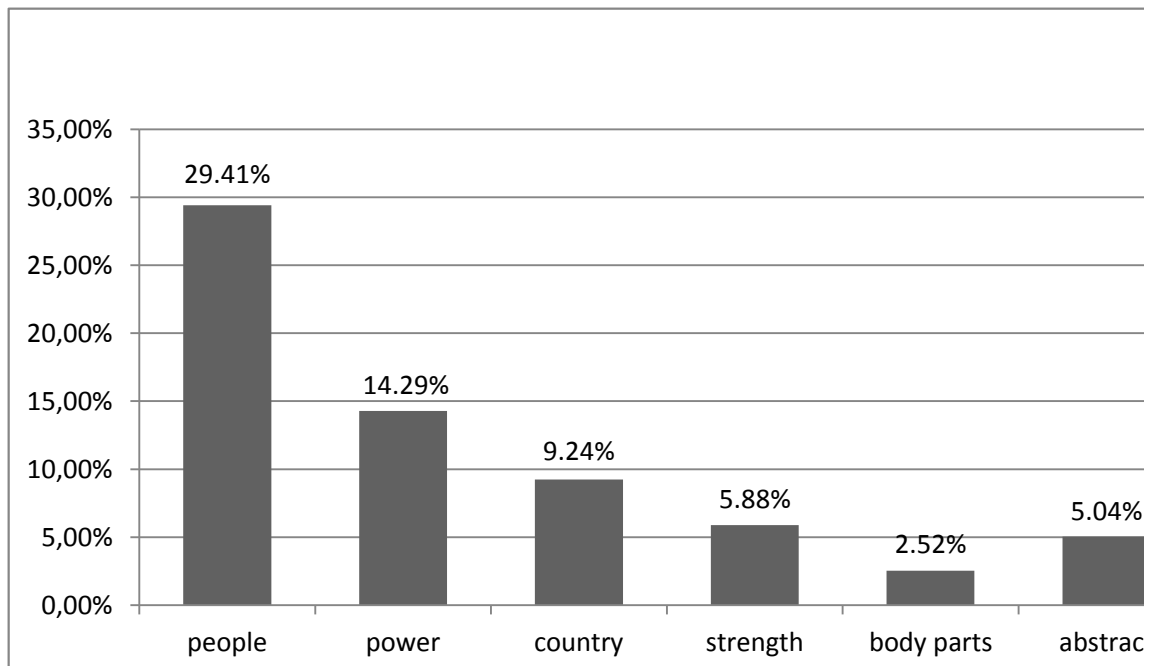


Fig. 1. Frame analysis data of V. Yushchenko's discourse

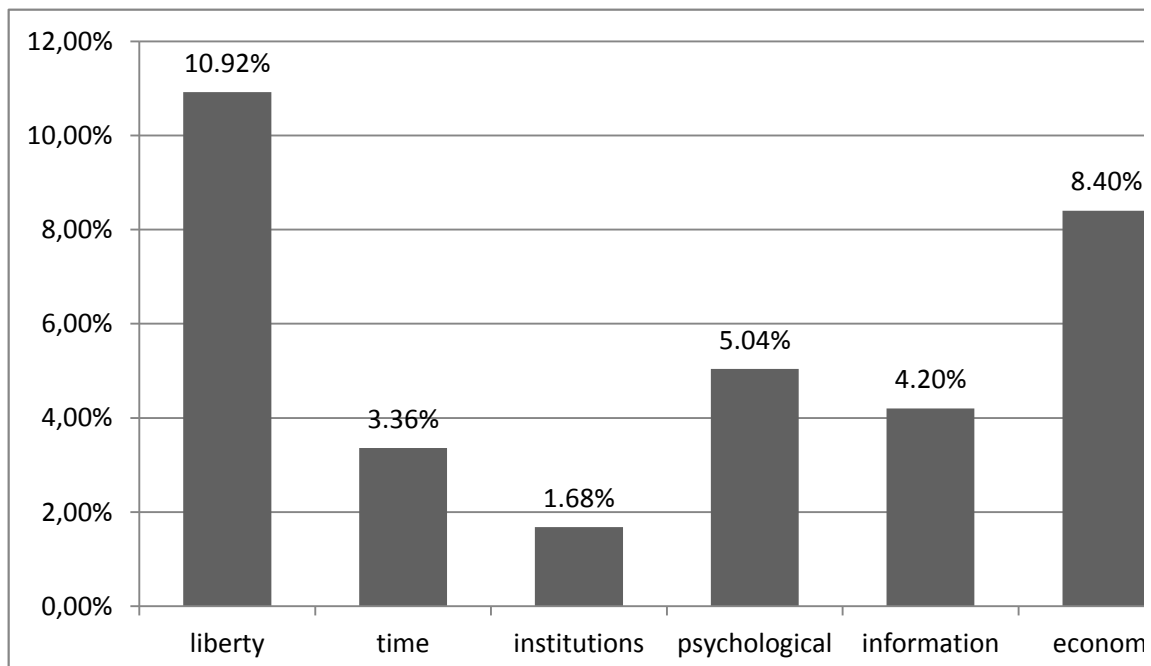


Fig. 2. Frame analysis data of B. Obama's discourse

Data analysis shows that the most accurately filled categories (slots) in V. Yushchenko's speech contain the following prototype representatives:

lyudy (people): *Hospod' Boh (The Lord God)* – 0.03; *lyudy (people)* – 0.17; *vybortsi (electorate)* – 0.14; *likari (doctors)* – 0.03; *druzhyna (wife)* – 0.03; *dity (children)* – 0.03; *rodyna (family)* – 0.03; *mil'yony (millions)* – 0.23; *ukrayintsi (Ukrainians)* – 0.11; *maidan (public square)* – 0.11; *susid (neighbour)* – 0.03; *druzi (friends)* – 0.09; *khrystyany (Christians)* – 0.03; *ahrariyi (farmers)* – 0.03;

skhidnyak (easterner) – 0.03; zakhidnyk (westerner) – 0.03; hromadyany (citizens) – 0.03; spadkoyemnist' (succession) – 0.03;

vlada (power): zakon (law) – 0.11; vlada (power) – 0.41; uryad (government) – 0.06; livi (the Left) – 0.06; pravi (the Right) – 0.06; demokraty (Democrats) – 0.06; Ukrayina (Ukraine) – 0.2;

volya (liberty): stabil'nist' (stability) – 0.15; vybir (choice) – 0.15; slava (glory) – 0.23; dolya (fate) – 0.15; perspektyvy (perspectives) – 0.08; rozvytok (development) – 0.08; zberezheniya (preservation) – 0.08.

The text of the American leader contains frames such as *economy and money. people. psychological constructs.*

The first group of categories embraces such slots as *economy (0.12), recession (0.048), concern (0.02), opportunity (0.02), crisis (0.048), job (0.02), business (0.02), weight (0.02), decline (0.02), problem (0.02), reach (0.02), entrepreneurs (0.02), measure (0.02), market (0.07), source (0.048), cost (0.02), saving (0.02), money (0.02), debt (0.02), gains (0.02), payment (0.02), surplus (0.02), wealth (0.02), profit (0.02), debates (0.02), loan (0.02), expense (0.02), oil (0.02), force (0.02), prosperity (0.048), reform (0.02), regulation (0.02).*

The category *people* contains such frames as *men (0.12), Americans (0.12), women (0.12), friend (0.06), neighbor (0.06), member (0.06), family (0.06), child (0.12), people (0.12), nation (0.06), government (0.12).*

The category *psychological constructs* consists of such notions as *dream (0.07), worry (0.07), impact (0.07), confidence (0.07), destiny (0.07), state (0.07), imagination (0.07), pride (0.07), responsibility (0.21), care (0.07), survival (0.07), decision (0.07).*

4. Discussion

The category *people* is the most sizeable in the speech of the Ukrainian leader. Hence people seemed to be of primary importance for V. Yushchenko. The leader refers to his population as he looks for a hope and trust. He expects to have something beneficial from the Ukrainians in the future. Thus he calls for Ukrainians' reliance, integrity, strength, ability and confidence.

The category is characterized by the powerful content as the politician focuses on professional differences (doctors and farmers) and the territory for living (easterner and westerner). The orator lays the stress on equality of Ukrainians (doctors and farmers are of equal rank for him), not differentiating between mental work and manual labour or cardinal directions.

The profound emphasis is put on the struggle for Ukrainians' freedom, liberty and independence. The significant accent is also put on the fight against corruption.

The absence of the category *economy* shows that the economic prospects of the country has not been outlined and a clear plan to change the economic situation in Ukraine has not been indicated. Hence, the president-to-be of Ukraine mostly focuses on the preserving of the territorial integrity, its independence relying on strong support of his electorate.

By contrast, B. Obama pays much attention to country's economy and finance. The prototype representatives used by B. Obama show that with his holding the post of the president he promises to introduce a series of reforms for resolving economic issues. Moreover, he hopes to implement critical issues realization by addressing each individual and the nation as the whole. He calls for every American to cooperate, work in coordination and in an organized way, affecting their psychological characteristics: worship, trust, devotion etc. The category containing frames of psychological constructs has become of great importance as it abounds with the slots that make it possible to be proud of the country, be sure about country's thriving and success. The great accent is put on speech acts that have been used to express a serious support and trust to his people.

Hence, the politics of two great leaders bears different marks. The values that have become important for one leader is somewhat modified and various for another one. This fact is determined by a diverse economic situation in countries, different speakers' mentality and personal values, various goals, aspirations and desires they set.

5. Conclusions

As the political discourse is becoming increasingly popular nowadays scholars attempt to pay more attention to various research methods to study its realia. Frame analysis makes it possible to model the basic politician's guidelines, preferences, interests, future political plans, ideas about his friends and enemies, state, society as a whole, predict the leader's behavior in further circumstances. This approach will help to recognize the true motivation of a politician's coming to power, clearly view the results of his future actions and shape a highly-developed society with the support of the leader who truly seeks to positively influence the life of the country, using the successful experience of other politicians and their predecessors.

References

1. Алимуратов О. Картины языка музыки. Функционально-семантическая характеристика современной английской музыкальной лексики: когнитивно-фреймовый подход. М.: КРАСАНД, 2009.
Alimuradov, O. (2009). *Kartiny Yazyka Muzyki. Funktsional'no-Semanticheskaya Kharakteristika Sovremennoy Angliyskoy Muzykal'noy Leksiki: Kognitivno-Freymovyy Podkhod* [Pictures of the Language of Music. Functional-Semantic Characteristics of Modern English Musical Vocabulary: Cognitive-Frame Approach]. Moscow: KRASAND.
2. Minsky, M. (1975). A framework for representing knowledge. In: *The Psychology of Computer Vision* (pp. 211-277), P.H. Winston (ed.). New York: McGraw-Hill.
3. Никонова Ж. Теория фреймов в лингвистических исследованиях. СПб: СПбГУ, 2006.
Nikonova, Zh. (2006). *Teoriya Freymov v Lingvisticheskikh Issledovaniyakh* [The Theory of Frames in Linguistic Studies]. S.-Petersburg: S.-Petersburg State University.
4. Никонова Ж. Основные этапы фреймового анализа речевых актов // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2008. № 6. С. 224–228.
Nikonova, Zh. (2008). *Osnovnyye etapy freymovogo analiza rechevykh aktov (na materiale sovremennogo nemetskogo yazyka)* [The main stages of frame analysis of

- speech acts (on the basis of modern German language]. *Vestnik Nizhegorodskogo Universiteta im. N. I. Lobachevskogo*, 6, 224–228
5. Шейгал Е. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004.
Sheygal, Ye. (2004). *Semiotika Politicheskogo Diskursa [The Semiotics of Political Discourse]*. Moscow: Gnozis.
 6. Стернин И. Методика исследования структуры концепта. Воронеж, 2001.
Sternin, I. (2001). *Metodika Issledovaniya Struktury Kontsepta [Methodology for Studying the Structure of the Concept]*. Voronezh: Voronezh University.
 7. Засекіна Л., Засекін С. Психолінгвістична діагностика. Луцьк: Вежа, 2008.
Zasiekina, L, Zasiakin, S (2008). *Psycholinhvictychna Diahnostyka [Psycholinguistic Diagnostics]*. Lutsk: Vezha.

Sources

1. Obama, B. (2007) *Barack Obama's campaign speech*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/world/2007/feb/10/barackobama>.
2. Ющенко В. Слухай своє серце, керуйся своїм розумом!// Високий замок. № 185(3).
Yushchenko, V. (2004) *Slukhay svoje sertse, keruysya svoym rozumom!* [Listen to your heart; be guided by your mind!]. *Vysokyy Zamok*, 185, 3.

THE CONTEXTUAL SEMANTIC REALIZATION OF THE LEXICAL UNITS “HESITATE, WAVER, VACILLATE, AND FALTER” AND “HESITATION, HESITANCY”

Alla Gnatiuk

alla_lutsk@hotmail.com

Lesya Ukrainka Eastern European National University, Ukraine

Received May 28, 2017; Revised June 17, 2017; Accepted June 25, 2017

Abstract. This article is dedicated to the research of synonymous groups for the designation of doubt “Hesitate, Waver, Vacillate, Falter” and “Hesitation, Hesitancy” in contemporary English-language fictional discourse. Doubt is defined as an epistemic state in the cognitive world of individuals which provides motivation to undertake a further quest for information. The purpose of this work is to investigate how the set of semes identified in each component of the synonymous group is presented in the context of modern English fictional discourse. This research is directed towards verifying whether the use of all the components of the given synonymous groups is of equal importance in modern language discourse, as well as checking whether all the semes of “Hesitate, Waver, Vacillate, Falter” and “Hesitation, Hesitancy” are used correctly, based on the results of the componential analysis. The results of the research make it possible to form conclusions regarding the homogeneity or heterogeneity of contextual semantic representations in discourse, dependent upon the number of constituents which make up the synonymous group.

Keywords: *doubt, epistemic state, fictional discourse, synonymous group, seme, contextual realization.*

Гнатюк Алла. Аналіз контекстуальної семантичної реалізації лексем “Hesitate, Waver, Vacillate, Falter” та “Hesitation, Hesitancy”.

Анотація. Стаття присвячена дослідженню синонімічних рядів на позначення сумніву “Hesitate, Waver, Vacillate, Falter” та “Hesitation, Hesitancy” у сучасному художньому англомовному дискурсі. Сумнів дефініціюється як епістемічний стан, що має місце у когнітивному світі людини та є рушійною силою до пошуку нової інформації. Дослідження має на меті виявити, яким чином набір сем, виділений у складі кожного компонента синонімічного ряду, представлений у контексті сучасного художнього англомовного дискурсу. Науковий пошук спрямовано для розпізнавання тенденції представлення компонентів синонімічного ряду у сучасному дискурсі, переважання чи відсутності деяких його складників, а також із метою з’ясування подібностей та відмінностей між набором сем, виявлених у результаті компонентного аналізу та фактичним набором, представленим у дискурсі. Отримані результати допомагають зробити висновок про гомогенність чи гетерогенність представлення семного набору у дискурсі.

Ключові слова: *сумнів, епістемічний стан, художній дискурс, синонімічний ряд, сема, контекстуальна реалізація.*

1. Introduction

The main cognitive category that makes entropic unawareness different from epistemic doubt is the notion of cognitive position. Cognitive position presupposes the presence of some basic knowledge which gives ground for epistemic state of doubt in the communicant’s mind when contradicting information is coming. We identify doubt as an epistemic state which is not a mental operation but belongs to the epistemic events in the individual’s cognitive world, develops and occurs over a certain amount of time and serves as the impulse and motive for further search for information (Evans, 2006), (Orthony, 1988).

Doubt is widely expressed in communication in everyday life and this process is thoroughly depicted in English-language fictional discourse. This epistemic state is reflected in the nomenclature employed both with verbal and non-verbal means. Thus, the successful decoding of doubt in discourse requires the application of interdisciplinary knowledge in the sphere of linguistics, psychology, psycholinguistics and even psychopathology (Dijk 1992; Thagard, 2008; Plutchik, 1980; Crystal, 1997).

In our research, having chosen doubt as its *object*, we shall analyze one of the numerous lexico-semantic groups of synonyms by which it can be designated: “Hesitate, Waver, Vacillate, Falter” and “Hesitation, Hesitancy”. The *goal* of the article is to investigate how the sets of semes identified in each component of the synonymous groups are presented in the context of the contemporary English-language fictional discourse; to check whether their use is equally important in modern language discourse, and to verify whether all the semes are correctly used according to the results of the componential analysis.

2. Methods

For this purpose we have utilized the following methods:

- analysis of dictionary articles and definitions on the basis of Webster’s Dictionary of Synonyms. First Edition. A Dictionary of Discriminated Synonyms with Antonyms and Analogous and Contrasted Words (Merriam-Webster, 1947);
- componential analysis;
- oppositional analysis;
- contextual analysis.

3. Results and Discussion

Having applied all the methods described above, we have obtained certain results, shown in the tables (Table 1, Table 2), which we shall describe more extensively in the Discussion section.

Table 1

The Results of Componential Analysis

Semes Lexical unit	irresolution	uncertainty	sign	before-the-decision action	after-the decision action	duration	weakness	retreat	shifting opinions	trembling	fear	nervousness	Total number of semes
Hesitate	+	+	+	+	–	–	–	–	–	–	–	–	4
Waver	+	+	–	–	+	–	+	+	–	–	–	–	5
Vacillate	+	+	–	+	–	+	–	–	+	–	–	–	5
Falter	+	+	+	–	+	–	–	–	–	+	+	+	7

Table 2

The Results of the Analysis of Contextual Realization

Lexical unit	Total number of semes	Number of semes identified in the discourse	Percentage of semes identified in the discourse
Hesitation	4	4	100
Hesitancy	3	3	100
Hesitate	4	(see Hesitation)	
Waver	5	5	100
Vacillate	5	5	100
Falter	7	6	86

We shall begin our research with an analysis of the lexico-semantic representation of doubt in the context of fictional discourse with the lexical unit **“Waver”**:

(1) *“What about your relationship with Chief Tsosi? Will it change your objectivity?”*

“Which question is more important to you?”

“Frankly?”

“Of course, frankly. I heard this is where you shine, Todd. Tell me.” ...

“Will your relationship with the chief change your objectivity?”

“Hasn’t so far. And the Chief wouldn’t allow that anyway. He’d push me out if I wavered from that.”

“What about the Chief’s objectivity?”

Is this guy listening to me?

“He has never wavered in his objectivity, ever. It is one of the chief’s best points: his duty to the objective. He instills a loyalty to that in all of us who work with him. I wish you would take a minute to talk to him, review his background.”

“I understand you have become engaged.” (Madrid-Null, 2006:225–226)

In the scale of the flow of discourse the lexical structure of polysemantic words is twice used to its full extent thanks to the presence of all the semes included in it. We have identified the following five semantic components of the lexeme under investigation: *“irresolution”*, *“uncertainty”*, *“before-the decision action”*, *weakness*, *“reatreat”* (see Table 1, Table2).

It is worthwhile drawing attention to the tendency which has been discovered in the usage of lexeme **“Vacillate”**. We have not come across any cases of its utilization for designating doubt in dialogues. On the other hand, the verb which has been mentioned is sometimes used for describing non-verbal signals. This statement is also true in connection with contemporary English-language fictional discourse.

However, we observe the application of this polysemantic unit in scientific literature, though it is not the main focus of our investigation. As the usage of **“Vacillate”** was not found in contemporary English-language fictional discourse and

we lack such examples, we consider it is important to illustrate the occurrence of this verb in contemporary scientific literature.

For instance, some essential discrepancies were observed when we compared the semantic composition of the verb “**Vacillate**” in the flow of fictional discourse dating back to the nineteenth century and the composition of this lexical unit in a scientific abstract from the twentieth century. The semantic composition of “**Vacillate**” in the piece of scientific work precisely reflected its modern paradigm, happening to be a combination of all the semes intrinsic to this verb. A surprising and seemingly contradictory result was demonstrated when we investigated the semantic realization of “**Vacillate**” in literary works of the late twentieth and early twenty-first centuries. We shall first illustrate the phenomena which were described with the help of the example, which is the abstract from English-language scientific literature:

(2) “*Secure professions such as doctor, lawyer, judge, professor, minister, and perhaps scientist share the characteristic of having already accomplished the major hurdle of professional identity – a stable synthesis of the ordinary antithetical ideas implicit in the concepts of calling and job. A stable synthesis of these ordinarily conflicting ideas is no easy accomplishment. Consequently, it usually takes many centuries before aspirant professions become secure. During the period of professional purgatory, occupations and their incumbents normally **vacillate** between the ideas implicit in the concepts of calling and job instead of synthesizing them. Marginal professions, like any marginal entity, are uncertain of their place. They exhibit their uncertainty by **vacillating**. Furthermore, they **vacillate** between exaggerated or overdrawn versions of both calling and job.*” (Matza, 1964:144)

The lexical structure of “**Vacillate**”, identified in the quotation above, appears to comprise a full set of possible lexemes (100 %). Thus, we have managed to single out the following semantic components: “*irresolution*”, “*uncertainty*”, “*before-the-decision-action*”, “*duration*”, “*shifting opinions*”.

The realization of the semantic composition of “**Vacillate**” in the framework of the fictional discourse in literature dating back to the nineteenth century manifests several differences. Together with the characteristic semes such as “*irresolution*”, “*uncertainty*”, “*duration*”, “*shifting opinions*” (80 %), its paradigm includes the component “*after-the-decision action*”, which is an antonym to the previously identified seme “*before-the decision action*” and totally contradicts it.

(3) “*I hear,*” he said, “*that he is somewhat inclined to **vacillate**. That, after making up his mind to do a thing, and even after initiative steps are taken, he is apt to pause, look back, and reconsider. This, of course, will not suit us. The best way to manage him will be to get his money in our boat, and then we are sure of him. He is very wealthy, and can be of great use in the prosecution of our schemes.* (Arthur, 2008 : 144)

In the discourse environment above, the seme “*after-the-decision action*” is totally vivid, and is also supported by the sentences: *somewhat inclined to **vacillate**. That, after making up his mind to do a thing, and even after initiative steps are taken, he is apt to pause, look back, and reconsider.* This semantic composition is more peculiar to the lexical units “**Waver**” and “**Falter**”, with which “**Vacillate**” stands in

contrastive opposition. We consider that the contradictions that have been discovered are interesting lexico-semantic phenomena which deserve to be further investigated in samples of fictional discourse connected with different time frameworks.

The usage of the lexeme “**Falter**” by communicants is first and foremost caused by the need to nominate nonverbal signals for expressing doubt. Customarily, this lexeme is used in the contemplations of protagonists or their behavior descriptions provided by the author. The discourse sequence presented next is an example of the rare occasion of “**Falter**” being utilized in direct speech:

(4) *“As you may know, there is a warrant for my arrest as a confederate,” (he said) “They flatter me. I am flattered because I know whereof I speak when I speak of the fainthearted, the hands that faltered.” He held out his hand, then studied it himself as if it were a book.*

*“Here is one hand that **faltered**. Black as it is, it **faltered**. Brown asked for my help, but I thought his scheme would fail. Our town Tubman knew him better. She knew the man, she knew the times and most of all she knew the people. Now the two of 51 them have my unconditional support, this hand is theirs, and if that be treason, if loyalty to my own dark, enslaved, suffering, and benighted people be treason to the U.S.A., so be it.” (Bisson, 2009: 52)*

The lexical paradigm of the lexeme “**Falter**” is almost fully represented in the discourse flow. It is only the absence of one seme “*trembling*” among the meanings of the polysemant that prevents the contextual realization from reaching 100 %. The discourse context enabled us to identify the semantic components “*irresolution*”, “*uncertainty*”, “*sign*”, “*after-the-decision-action*”, “*fear*”, “*nervousness*”, which compose 86 % of the general lexical meaning of the verb under investigation (see Table 1, Table 2).

According to the theory of semantic ties between lexemes with common stems there is a lexical similarity among the concepts “**Hesitate**”, “**Hesitation**” and “**Hesitancy**”. Therefore, for this research we can use the results of semantic realization analysis on the basis of the synonymous group “**Hesitation, Hesitancy**”, which has the smallest number of components. It is represented by only two units, which are also cognate words and share the same root. We shall illustrate the functioning of “**Hesitation**” in the fictional discourse.

(5) *“What do you think of their organization?”*

*She seemed to give the question some thought before answering, and her **hesitation** made me sit up and take note.*

“Overall,” she said finally, “I think they’re fine. Good people at the top. Well organized.”

*“Do I sense a little **hesitation**?” I asked.*

She took a deep breath and let it out slowly.

“Let’s just say I think the bigger clients are probably much more satisfied with CNA than the smaller ones.” (Clark, 2011:182)

The polysemantic word “**hesitation**” is used twice in the abstract that has been cited. As during the analysis of the discourse material preference is given to the lexical units which are exploited in the direct speech, we shall focus our attention on

the investigation of the usage of “*hesitation*” in the discourse environment “Do I sense a little *hesitation*?”

According to the results of componential analysis four semes are identified in the structure of “**Hesitation**” (“*Hesitating (showing irresolution or uncertainty)*”, “*act*”, “*fact*”, “*sign*”). The flow of discourse fully demonstrates the semantic composition of this lexeme (100 %) (see Table 1, Table 2).

The discourse material for demonstrating the application of the polysemantic word “**Hesitancy**” confirms the chronological orientation of nouns in literary works of the past centuries. “**Hesitancy**” displayed a highly archaic nature and appeared in our research only in the literary works of a scientific-historical or religious subject matter. The use of the mentioned lexical units was analyzed on the basis of the expression of doubt by the communicants in their remarks, namely in direct speech. For this reason we do not aim to qualify these lexical units archaically used in discourse as language archaisms, but intend rather to treat the peculiarities of their usage, as observed in the framework of discourse flow, as evidence of tendencies which in our opinion may also be to some extent characteristic of the live communication of English native speakers.

In order to confirm the peculiarities of the use of “**Hesitancy**” use in literature, we have prepared an illustration which is an episode in the historical memoirs of Alfred Ely and dates back to the late nineteenth century:

(6) “*October 12. – Mr. Huson no better; the physicians do not speak very confidently this morning about him. I am sure that his case is growing more doubtful, and I will endeavor to obtain permission to visit him in the course of the day. The commissary, who has always spoken so confidently as well as feelingly about his recovery, has a **hesitancy** of expression in regard to him this evening, which confirms my suspicions that he cannot get well, unless an immediate change for the better takes place.*” (Ely, 1862:161–162)

The semantic paradigm of the lexical unit “**Hesitancy**” is clearly presented in the abstract above. All three components of this polysemantic word are used in the context, providing full semantic realization of the noun “**Hesitancy**” (100 %). The following three semes were identified: “*hesitating (showing irresolution or uncertainty)*”, “*feeling*”, “*mood*” (see Table 1, Table 2).

The contextual realization of both lexical units from the synonymous group “**Hesitation, Hesitancy**” turned out to be the same. The semantic paradigm for “**Hesitancy**”, as well as for “**Hesitation**” was applied to its maximum degree in the fictional discourse (see Table 2). The homogeneity of this phenomenon may be partially explained by the low quantitative index of the synonymous group, as it comprises only two units. This result in turn presupposes that the heterogeneity of the semantic contextual realization of polysemantic words in synonymous groups would be enhanced if its components were more numerous.

As we have already provided an analysis of the semantic realization of “**Hesitation**” and “**Hesitancy**” in the discourse flow framework, we consider these results relevant for the description of the semantic utilization patterns for the verb

“**Hesitate**”, and therefore shall not provide additional illustrations of discourse for the lexical unit “**Hesitate**”.

4. Conclusions

The low heterogeneity of contextual semantic realization of lexical units which was observed in the synonymous group is demonstrated by the following percentage indices: “**Hesitate**” (on the basis of “**Hesitation**”) – 100 %, “**Waver**” – 100 %, “**Vacillate**” – 100 %, “**Falter**” – 86 %. The results of the contextual analysis are presented in table 1. These results may provide a basis for further analogous research into the semantic contextual realization of other synonymous groups for the designation of doubt in discourse.

References

1. Arthur, T. S. (2008). *The Good Time Coming. Webster's French Thesaurus Edition*. San Diego: Icon Classics.
2. Bisson, T. (2009). *Fire on the Mountain*. Oakland: PM Press.
3. Clark, M. S. (2011). *Don't Take Any Wooden Nickels*. Eugene: Harvest House Publishers.
4. Crystal, D. (1997). *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
5. Dijk, T. A. (1992). *Text and Context: Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse*. Longman.
6. Evans, V. (2006). *Cognitive Linguistics. Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
7. Ortony, A. (1988). *The Cognitive Structure of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
8. Plutchik, R., Kellerman H. (1980). A General Psychoevolutionary Theory of Emotion. In: *Emotion: Theory, Research and Experience. Vol. 1: Theories of emotion*, (pp. 3–31). New York: Academic Press.
9. Thagard, P., Brun G., Dođuođlu U., Kuenzle D. (2008). How Cognition Meets Emotion: Beliefs, Desires and Feelings as Neural Activity. In: *Epistemology and Emotions*, (pp. 167–184). Hampshire: Ashgate Publishing Limited.

Sources

1. Ely, A. (1862). *Journal of Alfred Ely, A Prisoner of War in Richmond*. New York: D. Appleton and Company.
2. Madrid-Null, M. H. (2006). *Navajo Heat*. Victoria: Trafford Publishing.
3. Matza, D. (1964). *Delinquency and Drift*. New Jersey: Transaction Publishers.
4. Merriam-Webster, A. (1947). *Webster's Dictionary of Synonyms. First Edition. A Dictionary of Discriminated Synonyms with Antonyms and Analogous and Contrasted Words*. Springfield, Massachusetts: Merriam Co. Publishers.

CRISIS AS A RELEVANT LEXEME IN THE LINGUISTIC CONSCIOUSNESS OF UKRAINIAN PEOPLE

Iia Gordiienko-Mytrofanova
ikavgm@gmail.com

Iuliia Kobzieva
yu.kobzeva88@gmail.com

Yuliia Bondar
jjuliasj@gmail.com

Hryhoriy Skovoroda National Pedagogical University of Kharkiv, Ukraine

Received May 28, 2017; Revised June 18, 2017; Accepted June 25, 2017

Abstract. The article presents the results of the psycholinguistic experiment whose aim was to reveal universal and specific features of the verbal behaviour of respondents when studying the stimulus word “crisis” as a relevant lexeme in the linguistic consciousness of Ukrainian people, as well as to single out various sememes that were actualised in the course of the experiment. The total sample comprised 297 respondents: 170 females and 127 males of different ages (“juvenility” – 17–21, “youth” – 22–35, “maturity” – 36–60, “old age” – 61 and above). The universal features of verbal behaviour displayed both by males and females are reflected in such lexemes as “money”, “age”, “economy”, “country”, “problem”, “poverty”, “unemployment”, “war”, “depression”, “misery”. The respondents of all age groups, both males and females, show negative evaluative and emotional attitude to the stimulus word in question. The specific features of the verbal behaviour of the respondents are reflected in the following lexemes: “bankrupt”, “panic”, “ruin”, “deadlock”, “chaos”, “Ukraine”. Among other things, both males and females associate crisis with the state of mental tension, anxiety, and fear, which manifests itself in such reactions as “depression”, “panic”, “negative”, “deadlock”, “bad”, etc. Individual features of verbal behaviour are reflected in the following negative emotional reactions: “pain”, “mess”, “mayhem”, “panic”, “fear”, “alarm”, “mix-up”, etc., with an obvious prevalence of female reactions. Associative reactions to the stimulus word “crisis” yield the following sememes: “lack of money”, “unemployment”, “problem”, “age”, “depression”, “opportunity”.

Keywords: *psycholinguistic experiment, free word association test, verbal behaviour, linguistic consciousness, stimulus word “crisis”.*

Гордієнко-Митрофанова Ія, Кобзєва Юлія, Бондар Юлія. «Криза» як актуальна лексема в мовній свідомості українців.

Анотація. У статті викладено результати психолінгвістичного експерименту, мета якого полягала у виявленні універсальних та специфічних рис у вербальній поведінці респондентів при дослідженні стимулу «криза» як актуальної лексеми в мовній свідомості жителів України, а також у виявленні різноманітних семем, реально представлених у матеріалі експерименту. Вибірку склали 297 осіб: жінок – 170, чоловіків – 127 («пізня юність» – 17–21, «молодість» – 22–35, «зрілість» – 36–60 і «пізня зрілість» – 61 і старіше). Універсальні риси у вербальній поведінці як жінок, так і чоловіків знайшли своє відображення у таких лексемах як «гроші», «вік», «економіка», «країна», «проблема», «бідність», «безробіття», «війна», «депресія», «злидні». Загальним для всіх вікових груп та

статей є негативна оцінка й емоційна характеристика стимулу. Специфічні риси у вербальній поведінці випробовуваних знайшли своє вираження в таких лексемах «банкрот», «паніка», «розруха», «ступор», «хаос», «Україна». Як жінки, так і чоловіки пов'язують кризу також зі станом психічного напруження, переживанням тривоги і страху, що знаходить своє вираження в таких реакціях як «депресія», «паніка», «негатив», «ступор», «погано» і т. ін. Індивідуальні риси вербальної поведінки відображені у негативних емоційно-експресивних реакціях: «біль», «капець», «караул», «паніка», «страх», «жах», «фігня» та ін., з явною перевагою жіночих реакцій. Асоціативні реакції на стимул «криза» утворюють такі семми: «недостатність грошей», «безробіття», «проблема», «вік», «депресія», «можливість».

Ключові слова: психолінгвістичний експеримент, вільний асоціативний експеримент, вербальна поведінка, мовна свідомість, стимул «криза».

1. Introduction

The global economic crisis that started in 2008 has become subject of research in various fields of science. The research effort made by linguists and psycholinguists resulted in the conclusion that the concept of crisis is one of the most relevant components of the conceptual sphere of a modern human being, both socially and culturally (Prokofieva, 2006). I. Bashkova points out that the 21st century marks a growing presence of “crisis” in the human consciousness, which reveals itself in a number of ways. First of all, the very word “crisis” has become more frequent (it was in the first decade of the XXI century that this word was at the peak of its “popularity”). Secondly, it has expanded its lexical and semantic combinability. Besides, this noun has acquired new grammar patterns, and finally, the noun “crisis” has built its own derivational family: кризисный (crisis-related), антикризисный (anti-crisis), кризисология (crisis management studies), кризис-менеджер (crisis manager), кризис-прогноз (crisis forecasting), compared with only one derivative (кризисный “crisis-related”) in the XX century (Bashkova, 2009:28)

The lexicographic description of the word “crisis” reveals a number of nuclear components that ensure the stability of the conceptual core. For example, a thorough analysis of syntagmatic relations undertaken by A. Slatin enabled him to conclude that dictionary definitions describe crisis in terms of its strength (“major”, “grave”, “acute”), its adverse effect on other phenomena (“severe”), repeated nature (“continuous”), and unpredictability (“sudden”). The author points out that “crisis as a concept is part of a certain cause-and-effect relationship”, which is proved by such collocations, as “the cause of crisis”, “the consequence of crisis”, “as a result of the crisis”. On every conceptual level “crisis” as a notion is generally interpreted as a situation that brings about fundamental changes in the state of the subject experiencing this situation. These changes are characterised by certain incompleteness, with instability being a notorious feature of this period of time. The situation of crisis is generally considered as something unnatural and abnormal. The above mentioned conceptual characteristics constitute the basic conceptual level which remains the same in all the definitions given by dictionaries (Slatin, 2016).

T. Gerasina and A. Pogorelko who studied the means of metaphoric verbalisation of the concept “crisis”, outline three predominant metaphoric models: natural element metaphor, biological model and spatial model that are implemented differently in the discourse of different cultures (Gerasina, Pogorelko, 2011:187).

M. Voroshilova speaks about three key metaphoric models that create a metaphoric image of the global crisis in the contemporary political cartoons in Russia: “crisis as a downfall” (catastrophe included), “crisis as a swing”, “crisis as a severe illness, death”. The image of crisis is generally defined by the following semantic components: instability, inevitability and disastrous consequences (Voroshilova, 2010a:93).

L. Tsoneva describes basic metaphoric models that represent economic crisis, the most productive of which are those with “medicine” and “nature” as source spheres. (Tsoneva, 2012).

The metaphoric modelling of crisis has not lost its relevance in modern mass media (Shmelyova, 2009; Salatova, 2011; Voroshilova, 2010).

In the framework of cognitive linguistics the contemporary economic crisis is also analysed from the point of view of precedence (Nemirova, 2010; Voroshilova, 2010, 2011). Precedent phenomena are seen as representative components of the political scenario known as “the contemporary economic crisis”, which is characterised by three models of establishing context: mythologisation, de-mythologisation, anti-mythologisation (Nemirova, 2010:138).

The Associative Thesaurus of the Russian Language shows the associative relations of the word “crisis” as of the early 1990-s. This work helps us to understand which values and beliefs used to be relevant for the society of the early 90s. High-frequency reactions to the stimulus word “crisis” such as “economic”, “came”, “power”, “governmental”, “socialism”, “economy”, “disease”, “deep”, “monetary”, “soul”, “long”, “inflation”, “drawn to a head”, etc. were given during an associative experiment (The Associative Thesaurus of the Russian Language, 2002).

The present article describes the results of the research into the stimulus word “crisis” in the framework of psycholinguistic approach implemented by two post-graduate students of the department of practical psychology, Iu. Kobzieva, and Yu. Bondar, from Hryhoriy Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University, under the supervision of I. Gordiienko-Mytrofanova, professor of the department of practical psychology of Hryhoriy Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University.

The aim and objectives of the present paper were to reveal universal and specific features of the verbal behaviour of respondents by means of the psycholinguistic experiment. It also sought to single out various sememes triggered in the course of the experiment by the stimulus word “crisis”, which is a relevant lexeme in the linguistic consciousness of Ukrainian people.

2. Methods

The psycholinguistic experiment was conducted in order to reveal universal and specific features of the verbal behaviour of respondents. The main stage of the psycholinguistic experiments relied on the free association experiment which was

carried out in writing. According to the given instruction, the respondents were to indicate their sex, age, education/job, marital status and write down first five words that occurred to them, associated with the word “crisis”.

The total sample for revealing universal and specific features of the verbal behaviour of respondents against the stimulus word “crisis” comprised 297 respondents: 170 females and 127 males. There were 13 people aged 16 (11 females and 2 males); 68 people aged 17–21 (42 females and 26 males); 103 people aged 22–35 (45 females and 58 males); 90 people aged 36–60 (59 females and 31 males); 20 people aged 61–78 (11 females and 9 males); 3 people who did not indicate their age.

As far as the education criterion is concerned, 93 females and 81 males have a university degree; 11 females and 7 males have received vocational training; 41 females and 5 males have secondary education; 21 females and 33 males have not completed university education; 4 females and 1 male did not indicate their educational background.

864 reactions (as a result of first five reactions) were produced by the respondents against the stimulus word “crisis”, including 646 words and 218 word combinations.

3. Results and Discussion

The results of the free association test were used to build the association field of the stimulus word “crisis” (as a result of first five reactions), where all reactions are arranged in the decreasing order of their frequency. A fragment of the association field is given below, which shows reactions that have frequency of 1 % and higher (the figures in brackets indicate frequency: “*money*” (2.89 %), “*poverty*” (2.78 %), “*economy*” (1.97 %), “*unemployment*” (1.85 %), “*problem*” (1.85 %), “*country*” (1.74 %), “*lack of money*” (1.5 %), “*misery*” (1.5 %), “*being short of money*” (1.27 %), “*depression*” (1.27 %), “*middle-age crisis*” (1.27 %), “*war*” (1.16 %), “*instability*” (1.16 %), “*monetary*” (1.04 %), “*inflation*” (1.04 %), “*politics*” (1.04 %).

A number of chained association reactions deserve close attention. For instance, every subsequent reaction is not triggered by the stimulus word in question (“crisis”) and acts as a stimulus for the reaction that follows. Having analysed the received data, we agreed that it can be explained by the fact that these words appear to be emotionally charged for the respondents and are connected with their jobs, for example: help – divorce – poverty – starvation – death (these are reactions produced by a man, 26, a lawyer, who associates his job with providing assistance in various critical situations, including those caused by divorce, which in its turn apparently leads to poverty, and poverty entails starvation which leads to death).

However, such examples were not very numerous, which was proved by the frequency analysis of the first reaction (see Table 1). Columns 1 and 3 of the table show the results of the frequency analysis (the first and all five reactions respectively). Columns 4 and 5 display the results of the frequency analysis for the female sample (the first and all five reactions respectively). Columns 6 and 7 display the results of the frequency analysis for the male sample (the first and all five

reactions respectively). The table shows reactions with a frequency of 1 % and higher.

Table 1

**Comparative study of the results of the frequency analysis
with the stimulus word “crisis” (the first reaction vs. all five reactions)**

Reactions	297	864	“Female”, 170	“Female”, 412	“Male”, 120	“Male”, 452
	frequency, (%)	frequency, (%)	frequency, (%)	frequency, (%)	frequency, (%)	frequency, (%)
1	2	3	4	5	6	7
disaster	5 (1.68)	7 (0.81)	4 (1.35)	4 (0.46)	1 (0.34)	3 (0.35)
poverty	9 (3.03)	24 (2.78)	4 (1.35)	9 (1.04)	5 (1.68)	15 (1.74)
being short of money	2 (0.67)	11 (1.27)	2 (0.67)	8 (0.93)	0 (0.00)	3 (0.35)
unemployment	7 (2.36)	16 (1.85)	5 (1.68)	8 (0.93)	2 (0.67)	8 (0.93)
pain	1 (0.34)	5 (0.58)	0 (0.00)	2 (0.23)	1 (0.34)	3 (0.35)
power	0 (0.00)	4 (0.46)	0 (0.00)	3 (0.35)	0 (0.00)	1 (0.12)
military and political	2 (0.67)	4 (0.46)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (0.67)	4 (0.46)
military	0 (0.00)	8 (0.93)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (0.93)
opportunity	2 (0.67)	8 (0.93)	1 (0.34)	4 (0.46)	1 (0.34)	4 (0.46)
age	4 (1.35)	6 (0.69)	4 (1.35)	6 (0.69)	0 (0.00)	0 (0.00)
war	1 (0.34)	10 (1.16)	1 (0.34)	4 (0.46)	0 (0.00)	6 (0.69)
way out	1 (0.34)	4 (0.46)	1 (0.34)	3 (0.35)	0 (0.00)	1 (0.12)
starvation	1 (0.34)	7 (0.81)	1 (0.34)	4 (0.46)	0 (0.00)	3 (0.35)
state	2 (0.67)	4 (0.46)	0 (0.00)	1 (0.12)	2 (0.67)	3 (0.35)
monetary	5 (1.68)	9 (1.04)	1 (0.34)	1 (0.12)	4 (1.35)	8 (0.93)
money	17 (5.72)	25 (2.89)	14 (4.71)	18 (2.08)	3 (1.01)	7 (0.81)
depression	4 (1.35)	11 (1.27)	2 (0.67)	6 (0.69)	2 (0.67)	5 (0.58)
deficit	1 (0.34)	6 (0.69)	0 (0.00)	2 (0.23)	1 (0.34)	4 (0.46)
default	3 (1.01)	4 (0.46)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (1.01)	4 (0.46)
dollar	1 (0.34)	7 (0.81)	1 (0.34)	2 (0.23)	0 (0.00)	5 (0.58)
spiritual	2 (0.67)	2 (0.23)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (0.67)	2 (0.23)
<i>obscene word</i>	4 (1.35)	8 (0.93)	2 (0.67)	2 (0.23)	2 (0.67)	6 (0.69)
stagnation	3 (1.01)	4 (0.46)	2 (0.67)	3 (0.35)	1 (0.34)	1 (0.12)
inflation	3 (1.01)	9 (1.04)	1 (0.34)	1 (0.12)	2 (0.67)	8 (0.93)
little money	3 (1.01)	5 (0.58)	3 (1.01)	5 (0.58)	0 (0.00)	0 (0.00)
negative	2 (0.67)	4 (0.46)	1 (0.34)	2 (0.23)	1 (0.34)	2 (0.23)
shortage of money	2 (0.67)	2 (0.23)	2 (0.67)	2 (0.23)	0 (0.00)	0 (0.00)
instability	4 (1.35)	10 (1.16)	3 (1.01)	6 (0.69)	1 (0.34)	4 (0.46)
no money	3 (1.01)	3 (0.35)	3 (1.01)	3 (0.35)	0 (0.00)	0 (0.00)
lack of money	10 (3.37)	13 (1.50)	7 (2.36)	9 (1.04)	3 (1.01)	4 (0.46)
misery	4 (1.35)	13 (1.50)	2 (0.67)	7 (0.81)	2 (0.67)	6 (0.69)
being out of pocket	2 (0.67)	3 (0.35)	0 (0.00)	1 (0.12)	2 (0.67)	2 (0.23)

End of Table 1

panic	2 (0.67)	2 (0.23)	1 (0.34)	1 (0.12)	1 (0.34)	1 (0.12)
bad	4 (1.35)	4 (0.46)	3 (1.01)	3 (0.35)	1 (0.34)	1 (0.12)
politics	1 (0.34)	9 (1.04)	1 (0.34)	6 (0.69)	0 (0.00)	3 (0.35)
political	2 (0.67)	3 (0.35)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (0.67)	3 (0.35)
problem	9 (3.03)	16 (1.85)	5 (1.68)	11 (1.27)	4 (1.35)	5 (0.58)
ruin	1 (0.34)	6 (0.69)	0 (0.00)	2 (0.23)	1 (0.34)	4 (0.46)
difficult situation in the country	2 (0.67)	5 (0.58)	1 (0.34)	4 (0.46)	1 (0.34)	1 (0.12)
middle-age crisis	5 (1.68)	11 (1.27)	4 (1.35)	6 (0.69)	1 (0.34)	5 (0.58)
country	4 (1.35)	15 (1.74)	3 (1.01)	10 (1.16)	1 (0.34)	5 (0.58)
fear	1 (0.34)	5 (0.58)	1 (0.34)	3 (0.35)	0 (0.00)	2 (0.23)
stress	3 (1.01)	4 (0.46)	3 (1.01)	4 (0.46)	0 (0.00)	0 (0.00)
deadlock	2 (0.67)	2 (0.23)	1 (0.34)	1 (0.12)	1 (0.34)	1 (0.12)
difficulties	2 (0.67)	6 (0.69)	2 (0.67)	4 (0.46)	0 (0.00)	2 (0.23)
alarm	4 (1.35)	5 (0.58)	4 (1.35)	5 (0.58)	0 (0.00)	0 (0.00)
Ukraine	2 (0.67)	8 (0.93)	1 (0.34)	6 (0.69)	1 (0.34)	2 (0.23)
regression	2 (0.67)	8 (0.93)	1 (0.34)	3 (0.35)	1 (0.34)	5 (0.58)
financial	1 (0.34)	5 (0.58)	0 (0.00)	1 (0.12)	1 (0.34)	4 (0.46)
chaos	2 (0.67)	7 (0.81)	1 (0.34)	3 (0.35)	1 (0.34)	4 (0.46)
economy	5 (1.68)	17 (1.97)	3 (1.01)	9 (1.04)	2 (0.67)	8 (0.93)
economic	3 (1.01)	7 (0.81)	1 (0.34)	1 (0.12)	2 (0.67)	6 (0.69)

The results did not differ much from what had been anticipated. Subsequently, in order to obtain more objective information about the universal features of the verbal behaviour of the respondents, the produced reactions were subjected to partial semic interpretation. However, this generalisation procedure involved only cognate associates, as well as various nominations of one semantic component by means of different parts of speech (their frequencies were summed up). For example: economy 6, economic 3, economic decline 1, economic problems 1 → *economy 11*.

The analysis of the results produced by the sample does not reveal any changes either in the content or in the nature of the lexemes. All high-frequency reactions (1 % and higher) were distributed among several integrated associates.

The integrated associates, such as “*money*” (20.59 %/ 11.81 %), “*age*” (5.29 %/ 1.57 %), “*economy*” (4.11 %/ 3.15 %), “*country*” (3.53 %/ 3.15 %), “*problem*” (2.94 %/ 3.94 %), “*poverty*” (2.35 %/ 3.94 %), “*unemployment*” (2.94 %/ 1.57 %), “*war*” (1.18 %/ 2.36 %), “*depression*” (1.18 %/ 1.57 %), “*misery*” (1.18 %/ 1.57 %) account for more than 1 % for both males and females in the sample. The figures in the brackets indicate the frequency (%) of associates for female and male samples respectively (here and in what follows). These very associates reflect the universal features of the verbal behaviour of the respondents. Alongside with this, such associates as “*instability*” (2.94 %/ 0.79 %), “*disaster*” (2.35 %/ 0.79 %), “*bad*” (2.35 %/ 0.79 %), “*alarm*” (2.35 %/ 0 %), “*high prices*” (1.18 %/ 0.79 %), “*stagnation*” (1.18 %/ 0.79 %), “*stress*” (1.76 %/ 0 %), “*difficulty*” (1.18 %/

0.79 %) turn out to be highly frequent only because they are frequently produced by females, whereas such associates as “*decline*” (0.3 %/ 2.36 %), “*opportunity*” (0.3 %/ 1.57 %), “*default*” (0 %/ 2.36 %), “*negative*” (0.3 %/ 1.57 %), “*politics*” (0.3 %/ 1.57 %), “*inflation*” (0.3 %/ 1.57 %), “*difficult situation*” (0.3 %/ 1.57 %), “*difficulty*” (0.3 %/ 1.57 %) appear to have frequency over 1 % only because they are more frequently produced by males. However, it is worth mentioning that an utterly negative emotional reaction is represented by use of some obscene words amongst both male and female respondents.

The specific features of the verbal behaviour of respondents are reflected in the peripheral reactions with a frequency lower than 1 %, but higher than 0.3 %: “*being short of money*”, “*military and political*”, “*opportunity*”, “*state*”, “*spiritual*”, “*negative*”, “*shortage of money*”, “*being out of pocket*”, “*panic*”, “*political*”, “*problems*”, “*deadlock*”, “*Ukraine*”, “*regression*”, “*chaos*”.

The generalization of cognate associates made it possible to single out certain specific features that are reflected in the following lexemes: “*bankrupt*”, “*panic*”, “*ruin*”, “*deadlock*”, “*chaos*”, “*Ukraine*”. These are singular reactions produced by male and female samples, meaning that they reflect individual peculiarities and experience, personal ideas and feelings experienced by all the respondents, both males and females.

Some reactions appear to be purely female, such as “*age*”, “*alarm*”, 4, “*stress*”, “*little money*”, “*no money*”, 3, “*shortage of money*” 2, “*rupture*” 1, whereas other reactions turn out to be predominantly male – “*default*”, 3, “*budget*”, 1, “*state*”, “*spiritual*”, “*political*”, 2, the figure after the reaction indicates its frequency.

Among all the responses to the stimulus word “*crisis*”, there are a few ones with positive connotations produced both by males and females of all ages, which is the so-called bright side of “*crisis*”: “*opportunity*” (f., 32, m., 26), “*opportunities and everything connected with them*” (m., 36), “*way out*” (f., 37), “*tapping into one’s inner resources*” (f., 51), “*optimism*” (f., 70), “*rebooting*” (f., 40), “*transition to a new era*” (m., 48), “*development*” (f., 45); “*chance*” (f., 44); “*hopelessness with a prospect for finding a solution to problems*” (f., 43), “*wealth*” (m., 23), “*recovery*” (m., 60), “*changes*” (m., 23), “*help*” (m., 26), “*sunshine*” (m., 27), “*hurray*” (m., 31), “*success*” (m., 53), (the sex and the age of the respondents are indicated in the brackets). All the above mentioned reactions are singular, except “*opportunity*”.

On the whole, however, the respondents show a negative emotional attitude to the stimulus word “*crisis*” and consider it as something negative.

Individual features of the verbal behaviour of respondents are reflected in the following negative emotional reactions: “*pain*” (m., 24), “*mess*” (f., 42), “*mayhem*” (f., 62), “*panic*” (f., 46/ m., 32), “*buttocks covered with cobweb*” (f., 52), “*being screwed up*” (m., 37), “*fear*” (f., 53), “*alarm*” (f., 22, f., 24, f., 26, f., 41), “*mix-up*” (f., 27) with an obvious prevalence of female reactions.

The analysis of peripheral and singular reactions showed that both male and female respondents associate crisis with a state of mental tension, anxiety and fear, which is reflected in such reactions as “*depression*” (1.18 %/ 1.57 %), “*panic*” (0.3 %/ 0.79 %), “*negative*” (0.3 %/ 0.79 %), “*deadlock*” (0.3 %/ 0.79 %), “*bad*”

(1.76 %/ 0.79 %), “alarm” (2.35 %/ 0 %), “stress” (1.76 %/ 0 %), as well as in such singular female reactions as: “fear”, “despair”, “feeling empty inside”, “dissatisfaction” and singular male reactions, such as “hopelessness”, “disbalance”, “disturbance”, “difficult”.

4. Conclusions

A conclusion can be made that rather than being associated with the political crisis in the country, the word "crisis" in the linguistic consciousness of Ukrainian people is associated in the first place, and mainly by women, with lack of money or its acute shortage. It is also associated with age and the economic situation in the country, which is coupled with unemployment, poverty and misery.

The results of our experiment were presented at the Third National Research Conference *Personality under Critical Conditions and Critical Life Circumstances: Psychotechnologies of Personality Changes* held on February 16–17, 2017, where they received approval by practising psychologists who work in counselling. The influence of gender manifests itself in certain negative emotional responses to the stimulus word “crisis”, which were mostly produced by women.

In the course of this research all associative responses to the stimulus word “crisis” were divided into six groups and the following lexemes were singled out: “lack of money”, “unemployment”, “problem”, “age”, “depression”, “opportunity”. The prospective further research into the topic is expected to deal with the description of psycholinguistic meanings of the stimulus word “crisis”.

References

1. Башкова И. Слово «кризис» в русской речевой культуре // *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Science, Supplement*. 2009. С. 19–29.
Bashkova, I. (2009). Slovo “krizis” v russkoy rechevoy culture [The word “crisis” in Russian speech culture]. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Science, Supplement*, 19–29.
2. Ворошилова М. «Алексей Леонидович! Нашупали дно?»: прецедентное имя в политической карикатуре о мировом кризисе // *Политическая лингвистика*. 2010, № 3(33). С. 61–63.
Voroshilova, M. (2010). “Aleksey Leonidovich! Naschupali dno?»: pretsedentnoe imya v politicheskoy karikature o mirovom krizise [“Alexei Leonidovich! Have you found the bottom?»: A precedent name in the political caricature of the world crisis]. *Political Linguistics*, 3(33), 61–63.
3. Ворошилова М. Кризис – ключевое слово текущего периода: история изучения// *Политическая лингвистика*. 2012. № 3(41). С. 200–203.
Voroshilova, M. (2012). Krizis – klyuchevoe slovo tekushego perioda: istoriya izucheniya [Crisis – the key word of the current period: the history of study]. *Political Linguistics*, 3(41), 200–203.
4. Ворошилова М. Кризис сквозь смех: метафорический образ мирового кризиса в русской политической карикатуре. *Политическая лингвистика*. 2010, №1(31). С. 90–94.
Voroshilova, M. (2010). Krizis skvoz smeh: metaforicheskiy obraz mirovogo krizisa v russkoy politicheskoy karikature [Crisis through laughter: a metaphorical image of the world crisis in the Russian political caricature]. *Political Linguistics*, 1(31), 90–94.

5. Ворошилова М. У разбитого корыта: культурный прецедентный текст в политической карикатуре о мировом кризисе // Политическая лингвистика. 2011, №1(35). С. 126–129.
Voroshilova, M. (2011). U razbitogo koryita: kulturnyyi pretsedentnyiy tekst v politicheskoy karikature o mirovom krizise [At the broken trough: the cultural precedent text in the political caricature about the world crisis]. *Political Linguistics*, 1(35), 126–129.
6. Герасина Т., Погорелко А. Метафорическая модель экономического кризиса как продукт национальной культуры// Политическая лингвистика. 2011, №4(38). С. 183–188.
Gerasina, T., Pogorelko, A. (2011). Metaforicheskaya model ekonomicheskogo krizisa kak produkt natsionalnoy kulturyi [The metaphorical model of the economic crisis as a product of national culture]. *Political Linguistics*, 4(38), 183–188.
7. Немирова Н. Современный экономический кризис в зеркале прецедентности: мифы и реальность// Политическая лингвистика. 2010, №2(32). С. 132–138.
Nemirova, N. (2010). Sovremennyiy ekonomicheskiiy krizis v zerkale pretsedentnosti: mify i realnost [Modern economic crisis in the mirror of precedent: myths and reality]. *Political Linguistics*, 2 (32), 132–138.
8. Прокофьева Т. Концепт «кризис» в современном политическом дискурсе: Автореф. дис. ... канд. фил. наук: 10.02.01. Санкт-Петербург, 2006.
Prokofieva, T. (2006). Kontsept “Krizis” v Sovremennom Politicheskom Diskurse [The Concept of “Crisis” in Contemporary Political Discourse]. Extended Abstract of Ph.D. dissertation. S.-Petersburg.
9. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. Под ред. Караулова Ю., Черкасовой Г., Уфимцевой В., Сорокина Ю., Тарасова Е. М.: АСТ-Астрель, 2002.
<http://thesaurus.ru/dict/dict.php>
Russkiy Assotsiativnyi Slovar [The Associative Thesaurus of the Russian Language]. In 2 Volumes (2002). Karaulov, Yu., Cherkasova, G., Ufimtseva, V., Sorokin, Yu., Tarasov, E. (Eds.). Moscow: AST-Astrel. Retrieved from <http://thesaurus.ru/dict/dict.php>
10. Салатова Л. Отражение образов кризиса российскими СМИ // Политическая лингвистика. 2011, № 3(37). С. 162–166.
Salatova, L. (2011). Otrazhenie obrazov krizisa rossiyskimi SMI [Reflecting images of the crisis by Russian media]. *Political Linguistics*, 3(37), 162–166.
11. Слатин А. Значение концепта «кризис» в российском политическом и экономическом дискурсах// Современные научные исследования и инновации. 2016, № 6. <http://web.snauka.ru/issues/2016/06/68072>.
Slatin, A. (2016). Znachenie kontsepta “krizis” v rossiyskom politicheskom i ekonomicheskom diskursah [The meaning of the concept of “crisis” in the Russian political and economic discourses]. *Modern Scientific Research and Innovations*, 6. Retrieved from <http://web.snauka.ru/issues/2016/06/68072>.
12. Цонева Л. Думата криза в медийния дискурс (българско-руски паралели). Велко Търново: ИВИС, 2012.
Tsoneva, L. (2012). *Dumata Kriza v Mediyniya Diskurs (Blgarsko-Ruski Paraleli) [The Word Crisis in the Media Discourse (the Bulgarian-Russian Parallels)]*. Velko Turnovo: IVIS.
13. Шмелева Т. Кризис как ключевое слово текущего момента// Политическая лингвистика. 2009, №2(28). С. 63–67.
Shmeleva, T. (2009). Krizis kak klyuchevoe slovo tekushego momenta [Crisis as the key word of the present moment]. *Political Linguistics*, 2(28), 63–67.

THE SEMANTICS-PRAGMATICS INTERFACE: THE CASE OF THE SINGULAR FEMININE DEMONSTRATIVE IN JORDANIAN ARABIC

Samer Omar Jarbou

sjarbou@sharjah.ac.ae

University of Sharjah, Sharjah, United Arab Emirates

samerjar@just.edu.jo

Jordan University of Science and Technology, Jordan

Received May 7, 2017; Revised June 20, 2017; Accepted June 21, 2017

Abstract. The aim in this study is to investigate the interface between semantics and pragmatics in relation to the use of the indexical demonstrative ‘haay’ ‘this-S.F.’ in Jordanian Arabic (JA)¹. It is argued here that an analysis of meaning in relation to context-sensitivity inherent in the use of ‘haay’ can give evidence to the view that semantic and pragmatic processes can be distinguished from each other. I have found that the meaning of ‘haay’ consists of three distinct levels: linguistic, semantic, and pragmatic meaning. The denotational and conventional senses of ‘haay’ comprise its linguistic meaning, its semantic meaning is generated when any of the variables in the linguistic meaning is selected in relation to ‘narrow context’, the pragmatic meaning depends on relating the semantic meaning to an entity in the physical context of interaction. The results of this study support the view that the boundary between semantics and pragmatics can be distinctively demarcated.

Keywords: *Semantics-pragmatics interface, deixis, demonstratives, Jordanian Arabic*

Джарбо Самер Омар. Кореляція прагматики та семантики на прикладі вказівного займенника однини жіночого роду в йорданському варіанті арабської мови.

Анотація. Метою цього дослідження є вивчення взаємодії семантики та прагматики на прикладі використання вказівного займенника “haay” (“ця”) в йорданському варіанті арабської мови. У статті йдеться про те, що аналіз значення та його зв’язку з контекстною чутливістю, які притаманні використанню “haay”, може свідчити про те, що семантичні та прагматичні процеси можна розмежовувати. Автор стверджує, що значення “haay” складається з трьох чітких рівнів: мовного, семантичного та прагматичного. Денотативне та конвенціональне значення “haay” утворюють його лінгвістичне значення. Семантичне значення формується тоді, коли будь-яка змінна в лінгвістичному значенні вибирається у відношенні до “вужького контексту”, а прагматичне значення залежить від відношення семантичного значення до об’єкта у фізичному контексті взаємодії. Результати цього дослідження засвідчують думку про те, що семантика та прагматика можуть бути чітко розмежовані.

Ключові слова: *кореляція семантики та прагматики, дейксис, вказівні займенники, йорданський варіант арабської мови.*

1. Introduction and Background

Many researchers define pragmatics as, generally, the study of the speaker’s intended meaning in the context of interaction; semantics is defined as the study of

¹ The following symbols have been used to represent sounds and grammatical inflections occurring in JA structures: /ʔ/ a glottal stop, /H/ a voiceless pharyngeal fricative, /kh/ voiceless velar fricative, /3/ voiced pharyngeal fricative, /D/ emphatic voiced dental-alveolar stop, /th/ a voiced interdental fricative, /a/-/aa/ short-long vowel /a/, /i/-/ii/ short-long vowel /i/, /u/-/uu/ short-long vowel /u/, S. (singular), Pl. (plural), M. (masculine), F. (feminine).

propositions, linguistic information, or literality fixed to words or sentences irrespective of context (see Stalnaker, 1972:383; Katz, 1977:14; Gazdar, 1979:4–5; Kempson, 1988:139; Bach, 1997; Recanati, 2002; Grice, 1978; Levinson, 1995). Deictic nominal demonstratives have a semantic content and a pragmatic function¹. In linguistics, semantic content is traditionally taken to be fixed or context-insensitive while pragmatic function is considered changeable and context-sensitive. According to Manning (2001:56), demonstratives like ‘this’ and ‘that’ can be described as ‘indexical denotational’ (following Silverstein, 1976) since they combine semantic and pragmatic properties. The semantic aspect of a deictic demonstrative is represented by its denotational meaning(s) (i.e. senses) while the pragmatic side is represented by indexing (pointing at) actual referents in context. A deictic demonstrative consists of sense and index that complement each other during actual interactive use (see Manning, 2002; Kaplan, 1977).

There are two main views concerning the interface between semantics and pragmatics (see Bach, 1997; Recanati, 2002; Carston, 2008; Cappelen and Lepore, 2005). Linguists and philosophers who represent the first view ‘reduce’ one of the fields to the other (e.g. pragmatics to include semantics) (see Huang, 2007:210–211). The other view maintains that the boundaries between the two fields are distinct since these two have separate processes².

1.1. The Semantic and Sociolinguistic Aspects of the Demonstrative *haay*

In Jordanian Arabic (JA), demonstratives are distinguished according to the gender (male/female) and number (singular/plural) of the referent (see Table 1 below). The demonstrative *haay* ‘this-S.F.’ has more variation concerning features of number and gender than any of the other demonstratives in JA. The classical, unmarked, literal meaning of *haay* in JA is that it is a proximal singular feminine demonstrative (i.e. ‘this-feminine’). Table (1) shows demonstratives that are used in JA along with their equivalents in Standard Arabic (SA) (see Jarbou, 2012 for further details).

Table 1

Demonstratives in JA and SA and their unmarked denotational content

Demonstrative in JA	Equivalent demonstrative in SA	Number	Gender	Meaning
<i>haaD(a)</i>	<i>haatha</i>	singular	M	‘this’
<i>haDaak</i>	<i>thaalika</i>	singular	M	‘that’
<i>haay</i>	<i>haathihi</i>	singular	F	‘this’
<i>haDiik/hathiik</i>	<i>tilka</i>	singular	F	‘that’
<i>haDawl</i>	<i>haa’ula’</i>	dual/plural	M/F	‘these’
<i>haDlak</i>	<i>’ulaa’ika</i>	dual/plural	M/F	‘those’

¹ In general, deixis is reference to any of the elements of the context of an utterance (see Lyons, 1977; Levinson, 2006). The focus in this paper is on *haay* as a deictic demonstrative that is used to refer to objects, people, or other entities in the real world of interactants. For further information on the different uses of demonstratives in JA see Jarbou (2010).

² For a comprehensive introduction to the semantics-pragmatics interface, see Huang (2007:209–224).

However, the demonstrative *haay* has other denotations: it can be used to index a plural feminine or a plural masculine entity. JA has a definite demonstrative that is specifically used to index masculine and feminine plural entities, which is *haDawl* ‘these-Pl.M./F.’ (see Jarbou, 2010). Using *haay*, which is singular and feminine in unmarked use, instead of *haDawl* to refer to masculine or feminine plural entities can be described as set by convention. This usage, however has two aspects: the singular feminine demonstrative can be used to refer to human plural entities or to non-human plural entities. When encoding non-human plural entities, the usage is mostly perceived as the same as using the plural demonstrative *haDawl* ‘these’.

The social perceptions of using *haay* to encode plural human entities are related to the issue that a speaker mostly intends to communicate a further message in addition to the denotative semantic meaning of *haay*. This usage of *haay* is known by members of JA speech community. In JA, the speaker has the option to use either the singular feminine demonstrative *haay* or the plural demonstrative *haDawl* to point to a group of people. When referring to a group of people in a particular context by using *haay*, the speaker usually intends to express particular feelings or attitudes towards the referent such as displeasure, exasperation, sarcasm, and/or astonishment concerning; this represents the marked use of *haay* as in the following examples:

1. *akiid haay hi liDyuuf illi bidha ti3mal Haflih*
‘Sure this-S.F. she guests-M/F which-S.F. wants- S.F. make-S.F. party’
‘Are you sure that these guests can make a party’
2. *haay hi labTaal illi bidha tfuuz ilyuum*
‘this-S.F. she champion-Pl.M wants-S.F. win-S.F. today’
‘Are these the champions who were going to win today (as you’ve told me)’

In (1), the speaker is wondering that the small number of guests who have arrived to a wedding party cannot make a lively, boisterous party; the use of *haay* is intended to communicate the message that he is both frustrated and exasperated. If the speaker used the unmarked plural demonstrative *haDawl*, her utterance will sound more like a question without the added pragmatic meanings. In (2), the speaker is expressing sarcasm and exaggerated depreciation by using *haay*. Of course, using the unmarked plural demonstrative instead of *haay* would not convey the same degree of feelings unless accompanied by extra-linguistic elements such as tone of voice (which would still not be as intense as the perceptions conveyed through using *haay*). It is noticeable also that in all of these utterances where *haay* is used instead of the unmarked plural demonstrative that verbs and adjectives in the sentence would agree in gender and number with the singular feminine *haay* though the referent can be a group of males or a group of females. Verbs and adjectives are inflected for gender and number in JA, and so even though the referent could be plural and masculine, the verbs *bidha*, *ti3mal*, *tfuuz* in (1) and (2) above have singular feminine inflections to agree with the singular feminine *haay* rather than with the plural masculine or feminine referents (see also utterances 3–8 below).

However, the speaker does not intend, nor does the addressee understand, any suggestions of effeminizing the referent in these usages¹. These usages are conventional.

These overt messages in interaction can be looked at as the pragmatic interactive meaning of the demonstrative. The hypothesis in this paper is that the overall meaning of the demonstrative *haay* in contexts that involve plural human referents depends on distinct, though interrelated, semantic and pragmatic processes that can be differentiated based on their level of sensitivity to context. It is assumed here that analyzing the semantic and pragmatic processes involved in generating the meaning of *haay* will add support to the view that semantics and pragmatics are distinct though complimentary subfields of linguistics.

2. Methods

The data for this study have been collected from personal observations of the language spoken to and around the researcher in daily interactions in the Jordanian society over a period of around one and a half years. The data consisted of 71 usages of *haay* in contexts where the referent is a group of humans: 44 involved plural female referents and 27 involved plural male referents.

The utterances, in addition to descriptions of the context of interaction, were recorded in a notebook. These descriptions included information about the interactants, the referents (e.g. gender), location of the interaction, and whether the referent is present in the physical environment of interaction or not (it can be something experienced in the past). Instances where the referent is one feminine entity or is non-human were disregarded since the speaker in these contexts usually does not intend to convey any overt (pragmatic) meanings other than the semantic meaning of the demonstrative. The researcher noticed that in all of these instances of using *haay*, the speaker had assumed that the addressee has enough background information to recognize the referent in context; this information has been of two types: perceptual (usually visual) or cognitive (relating to memory).

This paper focuses on *haay* as a complex demonstrative. Braun (2008:57) defines complex demonstratives as “linguistic expressions of the form ‘that *N*’ or ‘this *N*’, where *N* is a common noun phrase.” In English, singular complex demonstratives of the form ‘this/that *N*’ are distinguished from plural ones of the form ‘these/those *Ns*’ (see Braun, 2008:57; Lepore and Ludwig, 2000).

However, since *haay* can be used as a singular or a plural complex demonstrative, depending on context, it will have the form ‘this *N*’ or ‘this *Ns*’ where *Ns* stands for any feminine or masculine plural entity as in *haay elbanaatt* literally meaning ‘this-S.F. girls’ and *haay liwlaad* literally meaning ‘this-S.F. boys’. The following examples show how *haay* is used in comparison to the other demonstratives in JA:

3. *haay ilbint miin samaHilha tudkhul baitna*

¹ Tracing the historical origin of the plural marked interpretations of *haay* is beyond the scope and space considerations of this paper

‘this-S.F. girl who allowed her to enter our house’

‘who allowed this girl into our house?’

4. *haay ilbanaat mish jaayi tudrus*

‘this-S.F. girls is not come-S.F. to study-S.F.’

‘these girls did not come here to study!’

5. *haDawl ilbanat mish jayaat yudrusu*

‘these-Pl. girls are not come-Pl.F. to study-Pl.’

‘these girls did not come here to study’

6. *haay liawlad mish jaayi tit3alam*

‘this-S.F. boys is not come-S.F. to learn-S.F.’

‘these boys did not come here to study!’

7. *haDawl liwlad mish jaayiin yudrusu*

‘these boys are not come-Pl.M. to study-Pl.M.’

‘these boys did not come here to study!’

8. *haay il3umal miin galha tug3ud huun*

‘this-S.F. worker-Pl.M. who told her to work-S.F. here?’

‘who told those workers to work here!’

The demonstrative *haay* is used to point at a singular feminine entity in utterance (3), at a plural feminine entity in (4) and at a plural masculine entity in (6) and (8). The plural feminine/masculine *haDawl* is used to point at a plural feminine in (3) and at a plural masculine entity in (7). The underlying structure of *haay*, following Braun’s (2008) definition of complex demonstratives, would be [this [CNP]] where ‘CNP’ is a common noun phrase. The underlying structure of *haay* can, thus, be represented as [*haay* [CNP]] where CNP refers to a limited set of mutually exclusive denotational content (i.e. senses) of *haay*. This set is limited because there are constraints on the nouns that can follow *haay* in actual use. These constraints pertain to number and gender of the common noun. The elements within this set are only three: a. a singular feminine entity as in utterance (3), b. a plural feminine entity as in (4), or c. a plural masculine entity as in utterances (2), (6), and (8). Using *haay* to encode a singular, masculine entity is semantically anomalous in JA. Understanding how any of these senses becomes the final meaning of *haay* is taken as the basis for this study of the interface between semantics and pragmatics.

Investigation of the interface between semantics and pragmatics essentially relates to arriving at comprehensive and practical definitions of each of these fields of linguistics (see Ariel, 2002; Bach, 1997; Recanati, 2002, 2004; Giora, 1997, 2002; Levinson, 1995). The search for such definitions has principally focused on the following core aspects: (1) literal and non-literal meaning (see Ariel, 2002; Katz, 1977; Berg, 2002), (2) the minimalist views of semantics and pragmatics (see Carston, 2008; Cappelen and Lepore, 2005; Bach, 1997), (3) arguments focusing on ‘what is said’ and ‘what is implicated’ (see Recanati, 1989, 1993, 1995; Dascal, 1987; Gibbs, 1984, 1994; Sperber and Wilson, 1986; Clark, 1996), and (4) discussions of context-sensitivity such as those relating to ‘narrow’ and ‘broad’ contexts (see Bach, 1997; Carston, 2008).

In response to the issue that there are two main views concerning the semantics-pragmatics interface, the aim in this study is to seek answers to the following questions:

1) What is the role of context in determining the semantic and pragmatic values of *haay*?

2) Are the semantic and pragmatic aspects of the meaning of *haay* distinguishable from each other?

It is not my aim in this study to arrive at new definitions of semantics and pragmatics. However, I believe that investigating the pragmatic and semantic aspects of the demonstrative *haay* can add significant insights research focused on the semantics-pragmatics interface. The issues that seem most relevant and fruitful in this regard relate to understanding literality, conventionality, and context-sensitivity.

3. Results and Discussion

This section discusses the relations between the levels of meaning inherent in using the demonstrative *haay* in relation to different stages of context of use.

3.1. Literality and Contextuality

Literal and non-literal meanings are classically differentiated in line with, among other criteria, context-dependent vs. context-independent, semantic vs. pragmatic meaning, direct vs indirect, entailed vs implicated, linguistic vs. contextual, and sentence meaning vs utterance meaning (see Ariel, 2002; Gibbs, 1984, 1999; Dascal, 1987; Katz, 1977; Sperber and Wilson, 1986; Gibbs and Moise, 1997; Nicolle and Clark, 1999; Vicente, 2002). However, according to Ariel (2002: 364), recent “research has convincingly shown that literal and non-literal meanings” at least as classically defined, “cannot always be distinguished from each other” (see also Rumelhart, 1979; Sperber and Wilson, 1986; Searle, 1978; Lakoff, 1987; and Gibbs, 1994).

Among the three denotational senses of *haay*, the most salient one is that referring to a singular feminine entity. However, this saliency would be diverted or deleted in contexts where the noun following the demonstrative *haay* is plural feminine or plural masculine (see Giora, 1999 and 1997 on ‘salient meaning’). The salient meaning of *haay* is ‘erased’ when *haay* is used to refer to a plural feminine or a plural masculine entity as in examples (2) and (4), respectively. The salient meaning of the demonstrative *haay* is inactivated in favor of less salient meanings according to contextual ‘demands’. I call them ‘demands’ because these marked uses of the demonstrative are required by the speaker in order to convey specific intentions.

Speakers of JA would usually use the non-salient meanings of *haay* to convey feelings and opinions beyond the semantic meaning of the demonstrative. It seems that, in JA, using the singular feminine demonstrative to index a plural entity serves better to intensely express those feelings than simply using the traditional plural demonstratives.

These marked senses of *haay* can be described as metaphorical or non-figurative but, nonetheless, they are still part of the linguistic meaning of the demonstrative; they are not pragmatic in nature. It seems that in one stage during the historical development of the use of demonstratives in JA, the metaphorical uses had been gradually added to the linguistic senses of *haay* to indicate disapproval or surprise. Lee (1990:212), following MacCormac (1985), believes that words “evolve additional meanings” and become polysemous as they progress in history and are frequently used by a language community. Lee (1990) argues that these additional meanings that lead to changing the semantic content of words can come through the metaphorical usage of these words. These metaphorical usages later become part of the lexical entries of words (Lee, 1990:211–212). Ariel believes that words tend to integrate some of their contextually derived meanings (above ‘what is said’) into their linguistic (literal) meaning in the course of their history. Now, such a process must be gradual, and hence the difficulty of teasing apart implicated and semantic meanings (in some cases) (Ariel, 2002:366).

Likewise, we can say that the metaphorical (i.e. marked) meanings of *haay* seem to have been added to the denotational unmarked meaning (i.e. singular feminine) of the demonstrative in latter historical stages. These metaphorical or ‘contextual extensions’ were later conventionalized and became part of the linguistic meaning of *haay* in JA¹. But because these conventionalized meanings have been added to the unmarked meaning of *haay* (i.e. denoting a singular, feminine entity) for specific contexts, they remain marked and non-salient in frequency and occurrence. If we look at these marked conventional uses of *haay* as metaphorical or that they had been metaphorical at an early stage during the development of the semantic repertoire of *haay*, this means that these uses are originally non-literal. We can keep in mind that metaphorical interpretations are traditionally considered non-literal in nature (see Bach, 1994).

The use of singular demonstratives in SA and JA is similar with regard to accord between the gender features of demonstratives and their referents (whether human or non-human). The difference involves demonstratives used to encode plural entities since human entities in SA are referred to using plural demonstratives while non-human entities are encoded with the singular feminine *haathihi* (i.e. equivalent of *haay*) only. In JA, however, plural entities, both human and non-human, can be encoded either with plural demonstratives or with the singular feminine *haay* regardless of gender.

To conclude this section, the three senses of the deictic *haay* cannot be considered as having the traditional features of literal meaning as classically defined. The second and third senses are obviously metaphorical. The speaker expects the addressee to recognize that *haay* is intended to have any of the three senses based on knowing the noun within the CNP in the complex demonstrative structure. Recognizing the entities pointed at by the speaker demands that the addressee be cognitively aware of the physical context surrounding interaction.

¹ See Lee (1990) and Sweetser (1990) on the conventionalization of metaphorical meanings.

These two points make it necessary to investigate the linguistic and actual nature of the context of utterances where *haay* is used.

3.2. Interface and Context: Linguistic, Semantic, and Pragmatic Meanings

Because of the varied definitions of literal meaning and of the many assumptions, controversies and contradictions involved in and concerning these definitions, the term ‘literal meaning’ should not be ‘trusted’ when investigating the distinction between the different levels of the meaning of, at least, indexicals. In this study, I replace it (i.e. literal meaning) with two distinct concepts: linguistic meaning and semantic meaning. These two, in turn, are differentiated with regard to the concept of context-sensitivity.

The major parameter that will be the criterion for this investigation of the interface between semantic and pragmatic processes is context-sensitivity. This would have been an easy task had we been able to easily categorize the various language phenomena as either definitely context-sensitive or insensitive.

Traditionally, semantic information is considered to be context-insensitive while pragmatic propositions are considered to be context-sensitive. However, Ariel (2002) argues that context-dependence versus independence cannot be taken as distinguishing literal from non-literal meaning since context-dependent inferencing works for both what is called literal and non-literal meanings. According to Bach (1997), and taking indexicals into consideration, semantic content can be context-sensitive, though on a limited scale. Bach (1997) distinguishes between ‘narrow context’ and ‘broad context’ in order to investigate the pervasiveness of context in determining the value of what is uttered:

There are two sorts of contextual information, one much more restricted in scope than the other. Information that plays the limited role of combining with linguistic information to determine content (in the sense of fixing it) is restricted to a short list of variables, such as the identity of the speaker and the hearer and the time and place of an utterance. Contextual information in the broad sense is anything that the hearer is to take into account to determine (in the sense of ascertain) the speaker’s communicative intention (Bach, 1997:39).

The concepts of ‘narrow context’ and ‘broad context’ as used in this article are borrowed from Bach (1997). Though not the same as Bach’s concepts these terms, as used here, are generally similar to Bach’s in that ‘narrow context’ is considered as “much more restricted in scope and much more limited in role than broad context” (Huang, 2007:215). The ‘short list’ of variables within what Bach refers to as ‘restricted contextual information’ (i.e. narrow context) in the case of the indexical *haay* consists of three ‘variables’ or senses (discussed above and repeated here for clarity):

- a. reference to a singular feminine entity
- b. reference to a plural feminine entity
- c. reference to a plural masculine entity.

In the case of the two marked variables b. and c., the process of assigning reference makes use of ‘narrow’ context to avoid ambiguity and to emphasize the

use of any of these marked variables. This narrow context is linguistic in origin and is generated by stating the exact noun (i.e. as plural feminine or plural masculine) that represents the referent within the CNP. Thus, in the marked uses, the speaker would say something like *haay liwlad* literally meaning ‘this boys’ or *haay elbanaat* ‘this girls’.

Studying *haay* in context shows that this demonstrative has two different types of referentiality: semantic and pragmatic. The different possible number and gender denotations of *haay* are the ‘short list of variables’ (e.g. singular feminine) determined in context of the NP following *haay* within the complex demonstrative structure; this is narrow (i.e. semantic) context. Next, determining the speaker’s intended referent depends on the addressee’s awareness of ‘broad’ (i.e. pragmatic) context. Therefore, “broad context is taken to be any contextual information that is relevant to the working out of what the speaker overtly intends to mean” (Huang, 2007:215). That is, the initial stage of constructing the interactive meaning of *haay* is to situate it in narrow context to determine which of the three senses the speaker intends; this stage is immediately followed by that of recognizing the indexed referent along with the feelings the speaker intends to convey in broad context. These results confirm the hypothesis in this study that the semantic and pragmatic processes involved in the creation of the intended meaning of *haay* can be distinguished from each other based on different levels of context-sensitivity. Though these processes are distinct from each other, they are, however, sequentially interconnected.

We can perhaps also draw a line between the linguistic meaning of *haay* and its semantic meaning. First, the three different senses of *haay* are abstract and represent its *linguistic meaning*; this is “a meaning level which is unaffected by context, it is obligatory and automatic” (Ariel, 2002:392). Next, once used in narrow context, the speaker intends one and only one of the three possibilities available in the linguistic meaning, and so the selected meaning becomes the *semantic meaning* in (narrow) context. Finally, the third level of meaning is the *pragmatic meaning* comprised of indexing an entity and expressing attitudes towards it in broad (i.e. deictic) context. The first level of meaning (i.e. linguistic meaning) is not inferential while the second and third levels are inferential, though in varying degrees. The pragmatic aspect of this usage is related to broad context concerning the ‘overt’ information that the speaker intends to add to the already selected semantic meaning. This pragmatic meaning can be an expressing of displeasure, sarcasm, and or astonishment regarding the exact referent. Of course, the speaker’s intention here fills a ‘semantic gap’ (Bach, 2012) since it determines the semantic content of the demonstrative (see Stokke, 2010 on the role of intention in semantics).

The different meanings of *haay* as a complex demonstrative depend on the number and gender features of the noun within the NP following the demonstrative. These meanings are selected based on, at least, linguistic context. The demonstrative *haay* does not acquire any of its meanings unless it is placed within a context that includes the NP or referent it points at. This phenomenon is usually investigated as the ‘compositionality’ of words. Compositionality is usually discussed as one of the

components of literality (see Bartsch, 1996). The literal meaning of *haay* is not composed within itself but is rather a product of the interactive process between this demonstrative and the NP standing for the referent within linguistic context.

I avoid calling the final meaning of *haay* as pragmatic since it is partially the result of the (initial) semantic process in narrow context followed by a final pragmatic process in broad context. Instead, the expression ‘interactive meaning’ seems more adequate and is intended here to indicate the interaction between the sequential semantic and pragmatic processes towards the generation of the indexical function of *haay* in context. According to Cappelen and Lepore in *Insensitive Semantics* (2005:143), semantic content is “the content that can be grasped and reported by someone who is ignorant about the relevant characteristics of the context in which an utterance” of a sentence took place. According to Bach (2001:22), pragmatic “information is (extralinguistic) information that arises from an actual act of utterance. Whereas semantic information is encoded in what is uttered, pragmatic information is generated by, or at least made relevant by, the act of uttering it.” The semantic content of *haay* will be any of the three mutually exclusive senses that exist independently of utterance context (i.e. broad context). That is, used within ‘narrow context’, only one of them is selected to be the single semantic value of *haay*. Narrow context can be looked at here as ‘sentential’ context. It is represented by the common noun phrase following *haay*. The three senses cannot be the semantic content of *haay* simultaneously. Once used to index an entity, narrow context activates only one of the three possible meanings which then enters the world of exophoric referentiality concerning the actual world of people, time, and place. This is the world of broad context where a sentence becomes an utterance. Semantic content is denoted by ‘what is said’ while pragmatic value is the product of matching semantic information with the physical context relevant to the utterance.

In their investigation of context sensitivity, and mainly with regard to sentences rather than to single words, Cappelen and Lepore (2005) argue that for a sentence to be context-sensitive, its semantic content has to ‘shift’ from one context to another (Cappelen and Lepore, 2005:104–105; see Doerge, 2010 for different perspectives). In the case of *haay* as a complex demonstrative, its semantic content shifts as a result of the change in both the linguistic and the physical context where it is used. The matter is so because to determine that *haay* has any of its three senses in context depends on the number and gender features of the noun in the NP following it within the complex demonstrative structure.

The semantic content of *haay* does not refer to any actual entities, it is abstract. The “commonsense understanding of deictic acts rests on interactions between schematic (or prefabricated) and local (or emergent) aspects of participant knowledge” (Hanks, 1990:75). The pragmatic potential of *haay*, thus, depends on contexts related to ‘participant knowledge’; these contexts and the entities *haay* can deictically encode are limitless. This type of referentiality, however, seems to be a hybrid of semantics and pragmatics; it is semantic in the sense that the meaning assigned to *haay* is still abstract (i.e. a singular feminine, plural masculine, or plural

feminine entity). It is pragmatic in the sense that the addressee has to recognize the speaker's intention based on the semantic content, features of the complex demonstrative structure, context of interaction. The semantics-pragmatics interface in the case of *haay* is represented by this process of picking out a semantic variable within 'narrow' context which is then followed by recognizing the intended referent in the physical 'broad' context. The interval between the two processes is cognitively distinct.

4. Conclusions and Suggestions for Further Research

Analysis of the semantic and pragmatic aspects of the meaning of the demonstrative *haay* has confirmed the hypothesis that semantics and pragmatics can be distinguished on account of context-sensitivity. The acid test for distinguishing the semantic and pragmatic properties of the complex demonstrative *haay* has been the nature of the relation between meaning and context: whether it is limited (i.e. narrow) relating to the semantic senses of *haay* or pragmatic relating to the attitudes the speaker intends to communicate with regard to a particular referent. The semantic proposition as core meaning needs always to be incremented by the pragmatic anchoring in the immediate context of situation. The interface between the two processes occurs as a result of the pragmatic processes succeeding the semantic ones rather than the two processes being indistinctly merged with each other.

Acknowledgements

I would like to express my gratitude to Jordan University of Science and Technology, Jordan, for funding this research.

References

1. Agha, A. (1996). Schema and superposition in spatial deixis. *Anthropological Linguistics*, 38(4), 643–682.
2. Ariel, M. (2002). The demise of a unique concept of literal meaning. *Journal of Pragmatics*, 34(4), 361–402.
3. Bach, K. (1994). Conversational implicature. *Mind and Language*, 9(2), 124–162.
4. Bach, K. (1997). The semantics-pragmatics distinction: What it is and why it matters, *Linguistische Berichte*, 8, 33–50.
5. Bach, K. (2001). You don't say? *Synthese*, 128(1), 15–44.
6. Bach, K. (2012). Context dependence. In: *The Continuum Companion to the Philosophy of Language*, (pp. 153–184). M. García-Carpintero & M. Kölbel (eds.). New York: Continuum International.
7. Bartsch, R. (1996). The myth of literal meaning. In: *Language Structure and Language Use: Proceedings of the International Conference on Lexicology and Lexical Semantics*. Munster, 1994, (pp. 3–16). E. Weigand and F. Hundsnurscher (eds.). Tübingen: Niemeyer.
8. Berg, J. (2002). Is semantics still possible? *Journal of Pragmatics*, 34(4), 349–59.
9. Braun, D. (2008). Complex demonstratives and their singular contents. *Linguistics and Philosophy*, 31(1), 57–99.
10. Cappelen, H. & Lepore, E. (2005). *Insensitive Semantics: A Defense of Semantic Minimalism and Speech Act Pluralism*. Oxford: Blackwell

11. Carston, R. (2008). Linguistic communication and the semantics-pragmatics distinction. *Synthese*, 165(3), 321–345.
12. Clark, H. (1996). *Using Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
13. Dascal, M. (1987). Defending Literal Meaning. *Cognitive Science*, 11(3), 259–281.
14. Doerge, C. F. (2010). The collapse of insensitive semantics. *Linguistics and Philosophy*, 33(2), 117–140.
15. Gazdar, G. (1979). *Pragmatics: Implicature, Presupposition, and Logical Form*. New York: Academic Press.
16. Gibbs, R. W. (1984). Literal meaning and psychological theory. *Cognitive Science*, 8(3), 275–304.
17. Gibbs, R. W. (1994). *The Poetics of Mind*. Cambridge: Cambridge University Press.
18. Gibbs, R.W. (1999). Speakers' intuitions and pragmatic theory. *Cognition*, 69(3), 355–359.
19. Gibbs, R. W. & Moise, J. F. (1997). Pragmatics in understanding what is said. *Cognition*, 62(1), 51–74.
20. Giora, R., (1997). Understanding figurative and literal language: the graded salience hypothesis. *Cognitive Linguistics*, 8(3), 183–206.
21. Giora, R. (1999). On the priority of salient meanings: studies of literal and figurative language. *Journal of Pragmatics*, 31(7), 919–929.
22. Giora, R. (2002). Literal vs. figurative language: different or equal? *Journal of Pragmatics*, 34(4), 487–506.
23. Grice, H.P. (1978). Further notes on logic and conversation. In: *Syntax and Semantics*, 9, P. Cole (ed.). (pp.113–127). New York: Academic Press; reprinted in H.P. Grice (1989). *Studies in the Way of Words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
24. Hanks, W. (1990). *Referential practice: Language and lived space among the Maya*. Chicago: The University of Chicago Press.
25. Huang, Y. (2007). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
26. Jarbou, S. O. (2010). Accessibility vs. physical proximity: An analysis of exophoric demonstrative practice in Spoken Jordanian Arabic. *Journal of Pragmatics*, 42(11), 3078–3097.
27. Jarbou, S. O. (2012). Medial deictic demonstratives in Arabic: Fact or fallacy. *Pragmatics*, 22(1), 103–118.
28. Kaplan, D. (1977). Demonstratives. In: *Themes from Kaplan*, J. Almog, J. Perry, and H. Wettstein (eds.). (pp. 481–563). New York: Oxford University Press.
29. Katz, J. J. (1977). *Propositional structure and Illocutionary Force*. New York: Thomas Y. Crowell.
30. Kempson, R. (1988). Grammar and conversational principles. In: *Linguistics*, F. Newmeyer (ed.). The Cambridge Survey, Vol. II (pp. 139–163). Cambridge: Cambridge University Press.
31. Lakoff, G. (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago: University of Chicago Press.
32. Lee, C. J. (1990). Some hypotheses concerning the evolution of polysemous words. *Journal of Psycholinguistic Research*, 19, 211–219.
33. Lepore, E., & Ludwig, K. (2000). The semantics and pragmatics of complex demonstratives. *Mind*, 109(434), 199–240.
34. Levinson, S.C. (1995). Three levels of Meaning. In: *Grammar and meaning. Essays in Honour of Sir John Lyons*, (pp. 90–115). F.R. Palmer (ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
35. Levinson, S. C. (2006). Deixis and pragmatics. In: *The Handbook of Pragmatics*. (pp. 97–121), L. Horn and G. Ward (eds.). Malden, MA: Blackwell Publishing.

36. MacCormac, E. R. (1985). *A Cognitive Theory of Metaphor*. Cambridge, MA: MIT Press.
37. Manning, P. (2001). On social deixis. *Anthropological Linguistics*, 43(1), 54–100.
38. Nicolle, S. & Clark, B. (1999). Experimental pragmatics and what is said: a response to Gibbs and Moise. *Cognition*, 69(3), 337–354.
39. Recanati, F. (1989). The pragmatics of what is said. *Mind and Language*, 4(4), 295–329.
40. Recanati, F. (1993). *Direct Reference: From Language to Thought*. Blackwell, Oxford.
41. Recanati, F. (1995). The alleged priority of literal interpretation'. *Cognitive Science*, 19, 207–232.
42. Recanati, R. (2002). Unarticulated constituents. *Linguistics and Philosophy*, 25(3), 299–345.
43. Recanati, F. (2004). *Literal meaning*. Cambridge: Cambridge University Press.
44. Rumelhart, D., E. (1979). Some problems with the notion of literal meaning. In: *Metaphor and thought*, A. Ortony (ed.). (pp. 78-90). Cambridge: Cambridge University Press.
45. Searle, J. R., (1978). Literal meaning. *Erkenntnis*, 13(1), 207–224.
46. Silverstein, M. (1976). Shifters, linguistic categories, and cultural description. In: *Meaning in Anthropology*, K. Basso, & H.A. Selby (eds.). (pp. 11–56). Albuquerque: School of American Research, University of New Mexico Press.
47. Sperber, D. and Wilson D. (1986). Loose talk. *Proceedings of the Aristotelian Society* 86 (1985-6), 153–171.
48. Stalnaker, R. (1972). Pragmatics. In: *Semantics for Natural Language*, D. Davidson and G. Harman (eds.). (pp. 380–97). Dordrecht: Reidel.
49. Stokke, A. (2010). Intention-sensitive semantics. *Synthese* 175, 383–404.
50. Sweetser, E. (1990). *From Etymology to Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
51. Vicente, B. (2002). What pragmatics can tell us about (literal) meaning: A critical note on Kent Bach's theory of implicature. *Journal of Pragmatics*, 34(4), 403–421.

ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ НЕГАТИВНОЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ОПОНЕНТІВ ЯК МАРКЕРИ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ СТИЛІВ ДЖ. БУША МОЛ. І Б. ОБАМИ

Діана Каліщук

diana_kalischuk@ukr.net

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Received May 12, 2017; Revised June 7, 2017; Accepted June 15, 2017

Анотація. У статті розглянуті мовленнєві маніпуляції як інструментальне вираження персуазивності у мовленні. Маніпуляцію розглядають як особливу комунікативно-мовленнєву стратегію здійснення впливу в політичному дискурсі, яка реалізується через низку тактик. Вибір тактик зазнає впливу концептуального стилю автора політичного дискурсу. У статті проаналізовані тактики реалізації стратегії негативної презентації «інших», зокрема, тактики «Надгенералізація» та «Екземпліфікація», як маркери концептуальних стилів президентів США Дж. Буша мол. та Б. Обами. Доведено, що особливості мовлення носіїв різних стилів зумовлюють вищу частотність певних тактик та, відповідно, нижчу частотність інших тактик. Тактика «Екземпліфікація» – це перенесення рис, що притаманні певній етнічній (чи іншій) групі загалом на конкретну подію чи особу. Ця тактика може вважатися типовою для дискурсу Дж. Буша мол., концептуальний стиль якого є аналітичним, що пояснюється дедуктивністю мовлення носіїв аналітичного стилю та їх схильністю до надмірного використання ярликів. Індуктивність мовлення Б. Обами, який є носієм реляційного концептуального стилю, пояснює вищу частотність тактики «Надгенералізація» у його дискурсі. «Надгенералізація» – це узагальнення одиничної моделі, певних аспектів часткового досвіду до загальної групової схеми.

Ключові слова: маніпуляція, стратегія, тактика, концептуальний стиль, «Надгенералізація», «Екземпліфікація».

Kalishchuk, Diana. Means of Implementing Negative Representation of “Others” Strategy as Markers of G. Bush Jr. and B. Obama’s Conceptual Styles.

Abstract. The article deals with the speech manipulation as a means of expression of persuasiveness in discourse. Manipulation is treated as a peculiar communicative-speech strategy to influence the addressee in the political discourse, which is implemented through a set of tactics. The selection of tactics is greatly affected by the conceptual style of the author of political discourse. The article deals with the analysis of the tactics, through which the strategy of negative presentation of “others” is realized, namely, the tactics of “Super-Generality” and “Exemplification”. These tactics are treated as the markers of conceptual styles of the USA Presidents G. Bush Jr. and B. Obama. It has been proved that the speech peculiarities of persons with different conceptual styles predetermine higher frequency of some tactics and, consequently, lower frequency of other tactics. The tactics of “Exemplification” consists in transferring the features, which generally characterize some specific ethnic (or other) group onto the certain individual or the single event. This tactics may be considered to be typical for the discourse of G. Bush Jr., whose conceptual style is analytical. It is caused by such characteristics of the speech of persons with analytical style as deductiveness and the tendency to the abundant use of labels. Inductiveness of B. Obama’s speech whose conceptual style is relational, explains higher frequency of the tactics of “Super-Generality” in his discourse. The tactics of “Super-Generality” consists in generalizing some unitary model, some aspects of unitary experience to some group scheme.

Keywords: *manipulation, strategy, tactics, conceptual style, “Super-Generality”, “Exemplification”*.

1. Вступ

У політичному дискурсі представлені абсолютно всі реєстри персуазивного використання мови. Мовні засоби, взяті окремо, не володіють персуазивним значенням. Вони володіють лише персуазивним потенціалом, який може (або не може) розкритись лише у системі тексту відповідно до комунікативної інтенції адресанта. Навіть у найнейтральнішій одиниці, яка включена до тексту, можливі семантичні природування. Персуазивність розглядають як сукупність прийомів і засобів, спрямованих на посилення аргументів у процесі комунікації (Berezhanska, 2014:39) і є невід’ємною ознакою політичного дискурсу (Ishenko, 2013; Kalyta, 2012; Serazhym, 2002). Різноманітність засобів, через які вона реалізується, варіюється від особливостей вибору номінації, структурування контексту до наповнення та актуалізації базових концептів. Мовленнєві маніпуляції є інструментальним вираженням персуазивності у мовленнєвому висловленні / тексті, вони спрямовані на зміну (посилення чи послаблення) певної соціально-індивідуальної позиції. При цьому характер вербальних і невербальних дій адресата прогнозується та моделюється у потрібному для відправника повідомлення напрямку. Для цього задіяно дуже широкий спектр лінгвістичних засобів (Chernyavskaya, 2006:29; Golodnov, 2003).

2. Методи дослідження

Для аналізу маніпулятивних стратегій і тактик у політичному дискурсі Дж. Буша мол. і Б. Обама ми послуговувались методами контекстуального аналізу, який використано для детального аналізу лінгвальних і позамовних чинників впливу на специфіку вербальної поведінки політика; дискурсивного аналізу, котрий застосовували для аналізу лексичних значень одиниць, що вживаються в дискурсі (сукупність імплікацій, інтрадискурсивних відношень); елементами кількісного аналізу; критичного дискурс-аналізу, який дає змогу розкрити вплив дискурсивних структур на ментальні репрезентації.

3. Процедура дослідження

Маніпуляцію розглядають як особливу комунікативно-мовленнєву стратегію, яка спрямована на неявне, приховане спонукання адресата до виконання певних дій; на приховане впровадження у його психіку бажань, установок, оцінок, які слугують для здійснення інтересів адресанта та необов’язково співпадають із інтересами адресата (Dotsenko, 2004; Chernyavskaya, 2006:19). Мета мовленнєвої маніпуляції полягає в тому, щоб адресат приймав певні висловлення за істинні, не враховуючи усіх аргументів. Це може бути розглянуто як варіативна реалізація загальної персуазивної стратегії у межах глобальної дискурсивної стратегії здійснення впливу.

При маніпулюванні наявне особливе мовленнєве формулювання, яке використовує можливості мови для прихованого впливу (Dotsenko, 2004). Для

здійснення маніпулятивного впливу суб'єкт вибирає певні прийоми та тактики і використовує певні мовні засоби. Мовленнєву стратегію розуміємо як сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на вирішення загального комунікативного завдання мовця (Dijk, 2013). Мовленнєва тактика є окремим інструментом реалізації мовленнєвої стратегії і може бути визначена як типовий інваріантний набір мовних засобів, які використовують для вирішення конкретних задач в процесі досягнення глобальної стратегічної цілі (Molodychenko, 2010).

Хоча практично всі відомі тактики реалізації маніпулятивної стратегії можуть бути виокремлені у дискурсі будь-якого політика, проте концептуальний стиль, (далі КС), все ж впливає на те, якими тактиками політик найчастіше послуговується. КС розуміємо як складний конструкт, який інкорпорує когнітивні стилі особистості, принципи відбору мовних засобів, організацію мовлення, ставлення до себе та навколишнього середовища (Cohen, 1969:832) і виокремлюємо два основні КС – аналітичний та реляційний. Аналіз емпіричного матеріалу засвідчив, що Дж. Буш мол. є носієм аналітичного КС, Б. Обама – реляційного КС.

Стратегії негативної презентації використовуються мовцем для окреслення кола «чужі» та відмежування його від кола «свої». Негативна презентація іншої сторони в політичному дискурсі – це не просто опис «поганих хлопців», а політично доречний підбір та виділення релевантних на поточний момент рис, які необхідно виявити у дискурсі (Dijk, 2013:245). Стратегії негативної презентації опонентів реалізовано через низку тактик, серед яких ми виокремили тактики «Екземпліфікація» та «Надгенералізація» як такі, що найбільше зазнають впливу КС автора. Наш аналіз дає змогу стверджувати, що тактика «Екземпліфікація» може вважатись типовою для дискурсу Дж. Буша мол., а тактика «Надгенералізація» може вважатись типовою для дискурсу Б. Обама, що зумовлене певними особливостями їх КС.

4. Обговорення результатів

Тактика «Екземпліфікація» (*Exemplification*) (термін «екземпліфікація» запропонований нами) полягає в такому: властивості, що загалом характерні для конкретної етнічної групи або її «типового» представника, перенесено на окремий випадок – на людину чи подію (Zasiekina & Zasiekin, 2008:66). Ця тактика частіше зафіксована в дискурсі Дж. Буша мол. Це зумовлено низкою причин. По-перше, схильністю Дж. Буша мол. до надмірного використання ярликів, які дають змогу перенести закладені в лексемі-ярлику негативні риси певної ідеологічної чи етнічної групи на окрему людину чи подію. По-друге, дедуктивністю як загальною характеристикою мовлення осіб із аналітичним КС. Дж. Буш мол. більше схильний переходити від загальних тверджень до висновків про окреме явище чи подію.

У розглянутому нижче прикладі промови Дж. Буша мол. риси *killing and terrorizing Americans*, що загалом характерні для терористів, уособленням яких

для американців уже давно стала *AlQaeda*, переносяться на інші угруповання *The Shi'a and Sunni*, до яких він прикріплює ярлик *extremists*:

In the mind of the terrorists, this war began well before September 11 and will not end until their radical vision is fulfilled. ... Al Qaeda and its followers are Sunni extremists possessed by hatred and commanded by a harsh and narrow ideology. ... By killing and terrorizing Americans, they want to force our country to retreat from the world and abandon the cause of liberty. ... terrorists like Hezbollah – a group second only to Al Qaeda ... The Shi'a and Sunni extremists are different faces of the same totalitarian threat (16).

Належність угруповань *The Shi'a and Sunni extremists* до кола *terrorists* разом із організаціями *AlQaeda, Hezbollah* мовець описує через використання прикметника *same*.

У нижченаведеному фрагменті Дж. Буш мол. знову використовує ярлик у вигляді лексеми *terrorists*, яким він приписує відповідальність за смерть американців – жертв подій, що відбулися 11 вересня 2001 року і не тільки, наприклад:

The battle of Iraq is one victory in a war of terror that began on September the 11th, 2001 and still goes on. ... We have not forgotten the victims of September the 11th, the last phone calls, the cold murder of children, the searches in the rubble. With those attacks, the terrorists and their supporters declared war on the United States. ... Any person involved in committing or planning terrorists attacks against the American people becomes an enemy of this country ... Any person, organization or government that supports, protects or harbors terrorists is complicit in the murder of the innocent and equally guilty of terrorist crimes (12).

Описані події Дж. Буш мол. називає початком війни проти Америки – *a war of terror that began on September the 11th, 2001 and still goes on*, яка призводить до жертв – *the victims* та наслідками якої є явища, названі через використання виразів *the cold murder of children, the murder of the innocent*. Будь-яку особу, організацію чи уряд, які об'єднані в одне коло шляхом вживання універсального квантифікатора *Any* – *Any person, organization or government* – на яких мовець перенесе ці загальні характеристики тероризму, можна буде зробити однаково винним та причетним до злочинів проти американців, що підкреслено лексемою *equally* у виразі *equally guilty of terrorist crimes*.

Загальні характеристики тероризму, описані лексичними одиницями *aggression and terror, lawless and violent*, Дж. Буш мол. переносить на політичну партію *Hamas* – палестинський ісламістський рух, одразу ж прикріплюючи до назви ярлик *Hamas radicals*, як у наступному прикладі:

The past five years have also brought developments far too familiar in the recent history of the region. Confronted with the prospect of peace, extremists have responded with acts of aggression and terror. In Gaza, Hamas radicals betrayed Palestinian people with a lawless and violent takeover. By its actions, Hamas has demonstrated beyond all doubt that it is more devoted to extremism and murder than to serving the Palestinian people. ... The alternatives before the Palestinian

people are stark. There is **the vision of Hamas** ... By following this path, the Palestinian people would guarantee **chaos, and suffering, and the endless perpetuation of grievance**. ... There's another option, and that's **a hopeful option**. It is **the vision of President Abbas and Prime Minister Fayyad** (13).

За допомогою контрасту у вигляді протиставлення виразів *the vision of Hamas – the vision of President Abbas and Prime Minister Fayyad*, перший з яких передбачає такі явища як *chaos, suffering, grievance*, а другий, відповідно, характеризується як *a hopeful option*, мовець переконує аудиторію у правильності вибору на користь політичних суперників руху Хамас.

Використання тактики «Екземпліфікація» зафіксоване і в дискурсі Б. Обама. У наведеному нижче фрагменті його промови негативні якості партії Республіканців, які описані через їхню політику у сфері економіки як таку, що призвела до загострення економічної кризи, перенесено на кандидата у президенти від цієї партії (*Republicans in Congress have found a nominee for President*), що дає змогу мовцю без будь-яких додаткових пояснень чи обґрунтувань викликати у адресата негативне ставлення до свого політичного опонента та його неприйняття, наприклад:

*This time, they want to give banks and insurance companies even more power to do as they please. And now, after a long and spirited primary, **Republicans in Congress have found a nominee for President** who has promised to rubber-stamp this agenda if he gets the chance. ... Ohio, I tell you what: **we cannot** give him that chance. Not now. Not with so much at stake. This is not just another election. This is a make-or-break moment for the middle class, and **we've been through too much to turn back now*** (14).

У цьому уривку для досягнення поставленої цілі Б. Обама використовує компаратив *even more* без жодної вказівки на те, з чим це порівнюється. Надважливість рішення підкреслюється через використання авторської ідіоми *make-or-break moment*, яка виконує функцію інтенсифікатора. Політик приєднує аудиторію до свого кола через інклюзивне *we* та програмує на протидію своєму опонентові через модальний оператор *cannot*, підсилюючи його дію кількаразовим повторенням, одночасно негативно оцінюючи інших та позитивно презентуючи себе.

У проаналізованому нижче прикладі застосовується та сама тактика стосовно зовнішньої політики, яку вів Джордж Буш мол. та його адміністрація разом із партією Республіканців, а саме:

*Our Iran policy is a **complete failure right now**, and that is the policy that **John McCain** is running on right now. He has nothing to offer except the naive and irresponsible belief that tough talk from Washington will somehow cause Iran to give up its nuclear program and support for terrorism. I'm running for President to **change course, not to continue George Bush's course*** (18).

Оскільки військові дії на Близькому Сході піддаються жорсткій критиці з боку американців, то апеляція до цих подій у контексті невдачі попереднього уряду – *Iran policy is a complete failure right now* у поєднанні з іменем свого політичного опонента Дж. Маккейна у виразі *that is the policy that John McCain*

is running on right now та ствердженням того, що він є наступником цих традицій (без жодних логічних доказів) дає змогу Б. Обамі однозначно отримати підтримку аудиторії, оскільки себе він позиціонує як противника обраного курсу – *I’m running for President to change course, not to continue George Bush’s course*, який приніс Америці стільки розчарувань, за допомогою лексеми *change*. Негативно заряджені лексеми *nuclear program, terrorism*, особливо у поєднанні з універсальним квантифікатором *nothing* при оцінці мовцем діяльності опонента задають негативну оцінку опонента адресатом.

Частотність використання тактики «Екземпліфікація» у дискурсах різних політиків, як засвідчив наш аналіз, певною мірою залежить від їх КС. Особливості аналітичного КС, носієм якого є Дж. Буш мол., спричинили вищу частотність використання ним цієї тактики порівняно із КС Б. Обами.

Тактика «Надгенералізація» (*Super-generality*) (термін «надгенералізація» запропонований нами) – один із ефективних засобів маніпулятивного впливу в політичному дискурсі. Ця тактика полягає у тому, що описують якісь аспекти одиничного (часткового) досвіду, одинична модель, але, для того, щоб підсилити вагомість та когнітивну користь оцінок, таку модель узагальнено до більш загальної групової схеми. Властивості окремих осіб та подій накладають на характеристики всіх членів певної етнічної, соціальної чи іншої групи або ж усіх етнічно чи політично маркованих соціальних ситуацій. Варто, однак, зазначити, що тактики «Надгенералізація» та «Екземпліфікація» застосовують тільки щодо негативних ознак. Для упередженого мислення характерне те, що такі тактики не використовують для характеристики позитивних якостей.

Проаналізуємо приклади фрагментів дискурсу Б. Обами, у яких він послуговується тактикою «Надгенералізація»:

*Now, there’s no question that some regulations are outdated, unnecessary, or too costly. In fact, I’ve approved fewer regulations in the first three years of my presidency than my **Republican predecessor** did in his (17).*

У наведеному уривку попередник описаний як **Republican predecessor**, що імплікує його негативну оцінку через негативно заряджені лексеми *outdated, unnecessary, costly*. Ця оцінка переноситься на партію Республіканців загалом, що підкреслено лексемою **Republican**.

Проаналізуємо ще один приклад, який ілюструє використання цієї тактики Б. Обамою:

*... the President **did something that presidents don’t do** – and that is **launch a political attack targeted toward the domestic market in front of a foreign delegation**. On a day when were supposed to be celebrating the anniversary of Israel’s independence, he accused **me and other Democrats** of wanting to negotiate with terrorists, and said we were **appeasers** no different form people who appeased Adolf Hitler. ... Now that was frustrating enough, but then John McCain gives a speech. ... And then not an hour later, he turned around and embraced George Bush’s attacks on **Democrats**. ... I want to be perfectly clear with George Bush and*

John McCain and with the people of South Dakota. ... because George Bush and John McCain have a lot to answer for (18).

У проаналізованих вище прикладах негативна оцінка політиком свого попередника на посту президента, підсилена описом його конкретних дій, які визнаються як неприпустимі в конкретних ситуаціях, переноситься на усіх представників партії Республіканців, їхні дії у будь-яких ситуаціях та, відповідно, їх прихильників (у цьому випадку йдеться про політично марковану групу – *Republicans*), що, відповідно, дозволяє протиставити їм свою політично марковану групу – *Democrats* з її позитивною оцінкою. Для більшого ефекту Б. Обама використовує лексему *appeasers*, яка у його висловленні стає пейоративною, набуває функції ярлика та підсилює традиційне для американського політичного простору протиставлення *Republicans* – *Democrats*.

Б. Обама доволі часто послуговується тактикою «Надгенералізація», застосовуючи різноманітні мовні засоби для її реалізації, наприклад:

So it is not possible for these separatists to function the way they're functioning, to have the equipment they have – set aside what's happened with respect to the Malaysian Airlines – a group of separatists can't shoot down military transport planes, or they claim, shoot down fighter jets without sophisticated equipment and sophisticated training. And that is coming from Russia. ... obviously we are beginning to draw some conclusions given the nature of the shot that was fired. ... We have increasing confidence that it came from areas controlled by the separatists. ... what we do know is, is that the violence that's taking place there is facilitated in part – in large part – because of Russian support. And they the ability to move those separatists in a different direction. If Mr. Putin makes a decision ... then it will stop (15).

У наведеному фрагменті на основі одиничного випадку *the Malaysian Airlines* Б. Обама робить висновок, що особи, яких він називає *the separatists*, не в змозі скоїти такий злочин без того, що він описує через використання одиниць *without sophisticated equipment and sophisticated training*. Оскільки обладнання і зброя, впевненість у чому мовець передає за допомогою виразу *We have increasing confidence*, надходить із Росії, про що він стверджує шляхом використання лексичних одиниць *And that is coming from Russia*, то Росія і її президент Путін – *Mr. Putin* – відповідальні за усе насилля, яке відбувається на сході України.

Оскільки тактика розгортання дискурсу в мовців із реляційним КС характеризується як індуктивна (Cohen, 1969), то перехід від одиничних спостережень до загальних умовиводів є більш характерним для Б. Обама як носія реляційного КС. Саме тому тактика «Надгенералізація» є більш властивою для дискурсу Б. Обама, порівняно із дискурсом Дж. Буша мол.

5. Висновки

Здійснений аналіз дає змогу стверджувати, що тактики «Надгенералізація» та «Екземпліфікація» можуть вважатися маркерами концептуальних стилів

президентів США Дж. Буша мол. і Б. Обама, оскільки їх частотність зумовлена особливостями їх концептуальних стилів. Дедуктивність мовлення Дж. Буша мол. як носія аналітичного стилю та його схильність до надмірного вживання ярликів пояснюють високу частотність тактики «Екземпліфікація» у його дискурсі, яка може вважатися типовою для нього. Натомість, тактика «Надгенералізація» може вважатись типовою для дискурсу Б. Обама, оскільки її частотність є значно вищою, порівняно з дискурсом Дж. Буша мол. Це зумовлено індуктивністю мовлення Б. Обама, концептуальний стиль якого є реляційним.

Література

References

1. Бережанська Ю. В. Лінгвостилістичні особливості персуазивного медичного дискурсу, присвяченого проблемі евтаназії // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»: зб. наук. праць. 2014. Вип. 44. С. 39–41.
Berezhanska, Yu. (2014). Lihvostylistychni osoblyvosti persvazyvnoho medychnoho dyskursu, prysvyachenoho problemi evtanasii [Linguo-stylistic peculiarities of medical discourse dedicated to the issue of eutanasia]. *Naukovi Zapysky Natsionalnoho Universytetu "Ostroz'ka Academia"*, 44, 39–41.
2. Голоднов А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы). Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. СПб., 2003.
Golodnov, A. V. (2003) Lingvopragmaticheskiye osbennosti persvazivnoy kommunikatsii (na primere sovremmennoy nemetsoyazychnoy reklamy) [Lingvopragmatic peculiarities of persuasive communication (based on the German-speaking advertisements)]. Extended Abstarct of Ph.D. dissertation. St. Petersburg.
3. Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации/ Т. А. ван Дейк ; [пер. с англ.]. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013.
Dijk, T. van. (2013). Diskurs i Vlast': Rerezentatsiya Domimirovaniya v Yazyke i Kommunikatsiyi [Discourse and Power: Representation of Dominance in the Language and Communication]. Moscow: Librokom.
4. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб.: Речь, 2004.
Dotsenko, Ye. (2004). Psikhologiya manipuliatsiyi: fenomeny, mekhanizmy i zashchita [Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms and protection]. St. Petersburg: Rech'.
5. Засєкіна Л. В., Засєкін С. В. Психолінгвістична діагностика. Луцьк: РВВ «Вежа», 2008.
Zasiekina, L., Zasiakin, S. (2008). Psycholihvistychna Diahnostyka [Psycholinguistic Diagnostics]. Lutsk: Vezha.
6. Ильченко М. Л. Метакоммуникативные тактики доминирования в американском электоральном дискурсе (на материале предвыборных теледебатов) // Проблемы лингвистики и лингводидактики. Вып. 1. Под ред. С. А. Моисеевой, Л. Г. Петровой. Белгород: ИПЦ „ПОЛИТЕРРА», 2013. С. 88–96.
Ichenko, M. (2013). Metakommunikativnyie taktiki dominirovaniya v amerakanskom electoralnom diskurse (na material predvybornykh teledebatov) [Metacommunicative

- tactics of domination in American electoral discourse (based on pre-election debates)]. *Problemy Lingvistiki i Lingvodidaktiki*, 1, 88–96.
7. Калита А. А., Тараненко Л. И. Речевая манипуляция: определение, функция, механизм реализации // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов». 2012. № 1022. Вип. 71. С. 10–19.
Kalyta, A., Taranenko, L. (2012). Rechevaya manipulyatsiya: opredeleniye, funktsiya, mekhanizm realizatsii [Speech manipulation: definition, function, mechanisms of realisation]. *Bulletin of V. Karazin National University of Kharkiv*, 71(1022), 10–19.
 8. Молодыченко Е. Н. Создание образа врага как персуазивная стратегия американского политического дискурса: когнитивный и лингвопрагматический анализ: на материале публичных речей политических деятелей 1960–2008 гг.: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. С.-Петербург, 2010.
Molodychenko, Ye. (2010). *Sozdaniye obraza vraga kak persuazivnaya strategiia amerikanskogo politicheskogo diskursa: kognitivnyy i lingvopragsmaticheskii analiz: na material publichnykh rechev politicheskikh deyateley 1960–2008* [Enemy Image Creation as Persuasive Strategy of American Political Discourse: Cognitive and Lingual-Pragmatic Analysis: Based on Public Speeches of Politicians of 1960–2008]. Extended Abstract of Ph.D. dissertation. St. Petersburg.
 9. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики): монографія / за ред. В. Рівуна]. Київ, 2002.
Serazhym, K. (2002). *Dyskurs Yak Sotsiolinhvalne Yavyshche: Metodolohiya, Arkhitektonika, Variatyvnist' (Na Materialakh Suchasnoii Hazetnoii Publitsystyky) [Discourse as Sociolinguistic Phenomenon: Methodology, Archirectonics, Variability (Based on Modern Newspaper Discourse)]*, V. Rizun, ed. Kyiv.
 10. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2006.
Chernyavskaya, V. (2006). *Diskurs Vlasti i Vlast' Diskursa: Problemy Rechevogo Vozdeystviya* [Discourse of Power and Power of Discourse: Issues of Speech Influence]. Moscow: Flinta; Nauka.
 11. Cohen, R. (1969). Conceptual styles, culture conflict, and nonverbal tests of intelligence. *American Anthropologist*, 71(5), 828–856.

Sources

12. Nation and World. Transcript of President George W. Bush's «Mission Accomplished» Speech. Retrieved from: <http://pix11.com/2013/04/30/transcript-of-president-george-w-bushs-mission-accomplished-speech/#axzz2k5GVjca0>
13. President Bush Discusses the Middle East. July 16, 2007. Retrieved from: <https://2001-2009.state.gov/p/nea/rls/rm/2007/88506.htm>
14. President Obama's Full Campaign Kickoff Speech. May 05, 2012. Retrieved from: <http://articles.latimes.com/2012/may/05/news/la-pn-transcript-obama-campaign-kickoff-20120505>
15. Statement by the President on Ukraine. July 18, 2014. Retrieved from: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/07/18/statement-president-ukraine>
16. State of the Union Address. January 23, 2007. Retrieved from : <http://millercenter.org/president/speeches/detail/4455>
17. State of the Union 2012: Obama Speech Transcript. January 25, 2012. Retrieved from: http://www.washingtonpost.com/politics/state-of-the-union-2012-obama-speech-excerpts/2012/01/24/gIQA9D3QOQ_story.html

18. War and Appeasement. Barack Obama Speech on Bush, McCain, War and Appeasement in Watertown, South Dakota. 2008. Retrieved from: <http://irregulartimes.com/index.php/archives/2008/05/16/text-transcript-of-barack-obama-speech-on-bush-mccain-war-and-appeasement-in-watertown-south-dakota-on-may-16-2008/>

ДИСКУРСИВНИЙ ВПЛИВ ЯК СПОСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНО-МОВЛЕННЕВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПСИХОЛОГА

Георгій Калмиков

kalmykov_gv@ukr.net

Донбаський державний педагогічний університет, Україна

Received April 21, 2017; Revised June 24, 2017; Accepted June 25, 2017

Анотація. Стаття присвячена психолінгвістичній проблематиці: сфері психологічної діяльності, що має переважно дискурсивний характер і побудована на використанні різних способів мовленнєвого впливу, конструюванні дискурсів як реалізації прикладних потреб психолога в його професійно-мовленнєвій діяльності; висвітленню можливостей дискурсивного впливу, пов'язаного з різними аспектами його побудови й отриманими ефектами, конкретними видами дискурсів у тих чи тих умовах роботи психотерапевта й психоконсультанта. Описується можливість зміни свідомості й поведінки особистості людини під впливом потенціалу психологічного дискурсу та спроможність його здійснювати мовленнєве втручання в психічні регулятори життєдіяльності особистості, буття й психокомунікативної взаємодії в соціальному просторі; визначається дискурс як породжений психологом концепт, що конституює соціальні стосунки, образ «Я» й «Інших», формує соціальну ідентичність, уявлення, судження, настанови, перетворює неадаптивні й недоречні патерни поведінки та ригідні стереотипи свідомості людини на адаптивні й творчі, кардинально змінюючи старі й формуючи в неї нові смисли; подаються виокремлені автором статті приклади різних видів дискурсів, а саме: дискурс-роз'яснення, дискурс-імперфект, дискурс-перенос, дискурс-генетичне витлумачення, дискурс-перетлумачення, Я-дискурс, дискурс-перезавантаження, дискурс-переототожнення, дискурс-самовираження почуттів тут-і-зараз.

Ключові слова: дискурс, дискурсивний вплив, професійно-мовленнєва діяльність, різновиди дискурсу.

Kalmykov, George. Discursive Influence in the Professional Speech Activity of an Individual Psychologist.

Abstract. The study is focused on such psycholinguistic issues as sphere of psychological activity that is predominantly of discursive nature and is based on the use of speech influence methods, design of discourses as implementation of applied psychologist's needs in his/her professional speech activity. Another focus is on discursive impact related to various aspects of its organization and effects, specific types of discourses in certain operating conditions of the therapist and counselor. The discourse can change consciousness and behavior of individual h intervention in mental regulators of life, existence and interaction with others in the social space. The discourse is regarded as a concept created by a psychologist that states social relations, image of "I" and "Others", forms the social identity, perceptions, judgments, instructions, converts not adaptive and inappropriate patterns of behavior, rigid stereotypes of human consciousness to adaptive and creative ones radically changing the old and forming the new meanings. The author gives examples of different types of discourses, in particular, discourse explanation, imperfect discourse, transfer discourse, genetic interpretation discourse, reinterpretation discourse, I-discourse, restart discourse, reidentification discourse, discourse of self-expression of feelings here and now.

Keywords: discourse, discursive impact, professional-speech activity, different types of discourse.

1. Вступ

Психолінгвістична сфера психологічної діяльності має переважно дискурсивний характер, а кожний з видів дискурсу – свою специфіку й характерну тільки для того чи іншого його різновиду мету, спрямовану на реалізацію потреб і проблем клієнтів, які потребують психологічної допомоги. Кожний вид дискурсу, продукований в різних ситуаціях, – це певний мовленнєвий-дискурсивний вплив на почуття, свідомість і поведінку клієнтів. Своєрідність різновидів психотерапевтичних і психоконсультативних дискурсів визначається багатьма чинниками, зокрема його мовленнєвою мотивацією (смыслопороджувальною), інтенціональними засадами, усвідомленою метою, особливостями випадку, психостаном клієнта та багатьма іншими складовими.

На сучасному рівні психолінгвістичного знання мають вирішуватися питання зумовленості структури й змісту дискурсів, їх одиниць (психолінгвістичних, мовних і психологічних) особливостями випадку, а також питання ефективності та результативності дискурсивного впливу. Важливими аспектами цієї проблематики залишаються й специфіка та потенційні можливості використання дискурсів у різних ситуаціях й умовах роботи психолога з клієнтами. Проте аналіз психологічної та психолінгвістичної наукової бази даних засвідчує, що питання продукування дискурсів і дискурсивного впливу не знайшли належного, зумовленого потребами й тенденціями сучасного соціуму, відображення в психологічній науці. Тому виникає важливе завдання: вивчати феномен «дискурсивний вплив», який є як процесом, так і результатом психотерапевтичної та психоконсультативної практики, що сформувалася протягом останніх років.

Мета статті – описати виявлені в процесі аналізу матеріалів психотерапевтичних сесій і психологічних консультацій різновиди природних форм дискурсів; систематизувати й номінувати їх з урахуванням мети продукування кожного виду дискурсу, виниклих інтенцій та передбачуваного ефекту дискурсивного впливу на клієнтів.

2. Методи дослідження

Методика – виокремлення видів психологічних дискурсів за психолінгвістичними одиницями (блоками породження й сприймання мовлення) та встановлення можливостей дискурсивного впливу на клієнта за інтенційними й цільовими параметрами, створюваних психологом дискурсів; б) *методи* – *теоретичні* (аналіз психологічної літератури, синтез, систематизація й узагальнення отриманих даних і результатів аналізу, класифікація й номінація психологічних дискурсів); *емпіричні* (дискурс-аналіз, якісні інтерпретативні методи психолінгвістичного аналізу, контент-аналіз, збір емпіричних даних).

Аналіз попередніх досліджень засвідчує, що проблема дискурсивного впливу посідає центральне місце в наукових дослідженнях сучасної комунікативної психолінгвістики, дискурсивної психології та в окремих наукових аспектах психотерапії й психології особистості. Поняття «дискурс» має різні інтерпретації: від ототожнення з текстом до розуміння його як реально здійснюваного мовленнєвого процесу й результату впливу на іншу людину, як зовнішнього прояву внутрішньої мовленнєво-мисленнєвої активності. Великий унесок у розвиток усвідомлення цього мовленнєвого феномену зробили такі науковці: Н. Д. Арутюнова, Т. ван Дейк, Ю. М. Караулов, А. О. Кибрик, В. В. Красних, Н. Д. Павлова, Р. Харре, Дж. Поттер, Д. Едванс та ін., хоча джерела теорії дискурсу закладені великою мірою в роботах Б. Ф. Ломова, А. А. Бодальова, Н. І. Жинкіна, Дж. Остіна, Дж. Серль, І. О. Зимньої, В. Дреслера, М. М. Бахтіна, В. Кінга, О. Леонтєва, Т. Н. Ушакової та ін.

Новітні дослідження дискурсу представлені різноаспектною дискурсивною проблематикою, зокрема «*політичним дискурсом*» (Н. Д. Павлова) і його інтенційним простором; повсякденним «*побутовим дискурсом*» у сімейному спілкуванні, «*дитячим дискурсом*» з його віковими особливостями та «*педагогічним шкільним дискурсом*» (І. А. Зачесова); «*науковим дискурсом*» і проявом у ньому інтенцій самопрезентації суб'єкта та «*дискурсом психологічного консультування*» (Т. А. Кубрак); «*проявом у дискурсі мотивації суб'єкта*» (Н. А. Алмаєв); «*дискурсом особистості*» в дискурсивних стратегіях міжкультурної взаємодії (В. В. Латинов); специфікою «*наукового дискурсу*» (Н. Б. Горюнова) в дослідженнях пізнавальних здібностей; «*функціонуванням метафори в дискурсі*» (К. І. Алексєєв) тощо (Дискурс..., 2011).

Піднімається важливе для тематики цієї статті питання «*дискурсивної компетенції*», необхідної, щоб включатися в мовленнєве спілкування й здійснювати «*дискурсивний вплив*» (Павлова, 2011). Окремі результати досліджень власне психологічного дискурсу представлені в різних розвідках. Наприклад, Т. І. Кубрак в своєму дослідженні презентувала інтенційний аспект дискурсивного впливу у зв'язку з самопрезентацією суб'єкта у вербальній комунікації (Кубрак, 2009); Н. Д. Павлова, всебічно досліджуючи комунікативну функцію мовлення людини, довела, що першочергову важливість у вивченні дискурсу набуває процес інтеракції та категорії інтенціональності – наміри, потреби, бажання, що спрямовують дії учасників і їхнє входження в розмову (Павлова, 2000); О. С. Калмикова і Е. Мергенталлер, розглядаючи функції наративу пацієнта в психотерапевтичному процесі, найважливішою з них вважають функцію самопредставлення себе розповідачем, а власне психотерапевтичний наратив однією із специфічних форм психотерапевтичного дискурсу (Калмикова, Мергенталлер, 1998). Guasíhoff вважає, що наративи створюються з метою здійснення впливу на слухача й отримання від нього реакції, ментальної чи поведінкової (Guasíhoff,

1980). Е. Т. Соколова і Н. С. Бурлакова розробили метод діалогічного аналізу випадку, що дозволяє прослідковувати в процесі психотерапевтичної комунікації пацієнта і терапевта перебіг породження смислів (Соколова, Бурлакова, 1997).

Н. Ф. Каліна, довела, що терапевту для аналізу психотерапевтичного дискурсу необхідне уміння визначати неусвідомлювані основи особистісних концептів і моделей та розуміння лінгвістичних і семантичних механізмів продукування висловлювань, що відображають психологічні проблеми; виокремила принципи суб'єктності, згідно з яким через терапевтичну розмову здійснюється втручання, вплив на клієнта (Каліна, 2000, 2001). А. В. Россохіна і М. Б. Петровська розкрили можливості комп'ютерного підходу для виявлення імпліцитного змісту мовленнєвої взаємодії під час психоаналітичних сесій (Россохіна, Петровская, 2001).

3. Процедура дослідження

Ідея автора статті виокремити, класифікувати й номінувати представлені в психолінгвістичній літературі психотерапевтичні та психоконсультаційні дискурси – прагматична. Вона зумовлена прикладними завданнями підготовки майбутніх психологів до успішного виконання функцій психотерапевта й психоконсультанта. Адже ні для кого не є секретом те, що в сучасних практикуючих психологів і студентів, які навчаються за спеціальністю 053 «Психологія», відсутні або майже відсутні знання з психолінгвістики. Зокрема, вони не обізнані в тому, що їх професія має передусім мовленнєвий, комунікативний характер, що мовлення є знаряддям їхньої психологічної практики, а мова в ній виступає засобом реалізації професійно-мовленнєвої діяльності.

Як буде продукована зовнішня (дискурсивна) фаза в процесі реалізації цієї діяльності, в якій формі буде побудований дискурс і, які мовні засоби будуть використані психологом, – залежатиме насамперед від психолінгвістичної (дискурсивної) підготовки й набутої компетентності майбутнього фахівця. Виходячи з цих міркувань, нами реалізована мета, поставлена в статті, в таких положеннях:

1. Підстав для виокремлення та класифікації психологічних дискурсів може бути кілька: функціонально смислові типи мовлення, психотехніки, види вербальних втручань тощо.

2. В основу класифікації, представлених у статті дискурсів, лягли типи психологічних впливів: вплив на емоції й почуття, вплив на свідомість, вплив на поведінку.

Запропонована класифікація дискурсів подана в *таблиці 1*. Інші види дискурсів, виокремлених і номінованих нами відповідно до зазначеної класифікації, містяться в публікаціях (Калмиков, 2016; Калмиков, 2017).

Таблиця 1

Класифікація дискурсів за типами психологічних впливів

Типи впливу	Вплив на емоції і почуття	Вплив на свідомість	Вплив на поведінку
Види та підвиди дискурсів	Я-дискурс (дискурс-самовираження почуттів тут і зараз). Дискурс-перезавантаження.	Дискурс-роз'яснення (дискурс-імперфект, дискурс-інтерпретація, дискурс-перенос, дискурс-генетичне витлумачення, дискурс припущення). Дискурс-перетлумачення.	Дискурс-опис.

Опишемо кожний вид дискурсу за його цільовими й інтенційними характеристиками.

Дискурс-роз'яснення – це пояснення неусвідомлюваних клієнтом детермінант його поведінки, а саме: їх тлумачення; інтерпретація існуючих поведінкових структур і моделей; повідомлення клієнтові дещо нового про його внутрішнє життя або професійні дії; доведення того, що стереотипи поведінки або погляди пацієнта не зовсім ефективні й доречні, а також обґрунтування цього факту; передбачення та альтернативні гіпотези – в якості можливого додаткового смислу до вже висловленого клієнтом значення ситуації. Мета продукування цього різновиду дискурсу різнопланова й багатоаспектна, зокрема: а) *надання* нового сенсу внутрішнім переживанням або зовнішнім подіям у житті клієнта, задоволення потреби зв'язати один з одним різні елементи його досвіду, що сприяє розширенню сфери самосвідомості клієнта (Ягнюк, 2014); б) *узагальнення* представленого клієнтом матеріалу з урахуванням необхідності зробити на його основі змістовні висновки (Коттлер, 2002); в) *досягнення* інсайтів у клієнта стосовно себе й власної поведінки (Orlinsky et al., 1994); г) *зміни в уявленнях* клієнта про самого себе, реструктуризація його досвіду й модифікація поведінки, допомога у відмові від старих звичок, а також у набутті здатності думати, відчувати й діяти по-новому, подання йому своєрідного критичного узагальнення (Вайнер, 2002); г) *розкриття клієнту змісту* його ситуації за принципом: «на доповнення, а не замість» (Gray, 1994); д) *роз'яснення запропонованої альтернативи*, але ні в якому разі не в формі категоричного ствердження, «єдино істинного» (Вайнер, 2002); е) *досягнення конструктивної взаємодії та взаємодовіри*, коли клієнт приймає пояснення, розуміє його доречність і використовує як стимул до подальшого самопізнання, самоудосконалення, сприймає зміст тлумачень як частину свого Я, знайшовши підтвердження змісту дискурсу в своєму минулому та зрозумівши його значення для свого теперішнього й майбутнього життя (Вайнер, 2002); є) *актуалізація асоціацій* клієнта, які явно або опосередковано підтверджують ефективність змісту впливу. *Дискурси-роз'яснення* стимулюють звернення клієнта до власного внутрішнього світу й вираження раніше прихованих почуттів, думок і бажань,

появу в свідомості нових спогадів або фантазій (Ягнюк, 2014). Прикладом дискурсу-роз'яснення є наступні зразки:

«Судячи з вашої розповіді, справа не стільки в тому, що вас використовують, скільки в тому, що ви завжди йдете на поводу в інших людей, не говорячи про свої бажання й устремління. Іншими словами, ви не пасивна жертва дій інших людей,— ви не висловлюєте свою думку й не намагаєтеся впливати на вже прийняті рішення, і саме ваша нерішучість примушує інших приймати рішення за вас» (Вайнер, 2002). Поданий приклад це – завершений дискурс-роз'яснення, під час якого пацієнт залишається пасивним слухачем.

Інший варіант розгортання й розвитку дискурсу-роз'яснення, тобто дискурсу-імперфекту, може бути таким, який передбачає самостійне відкриття пацієнтом у собі чогось нового, коли він сам доходить висновку, наприклад: «Що ви про це думаєте, чи може бути так?» [Звернений до клієнта заклик відмежувати Я, яке він спостерігає, від переживань стосовно того, що його використовують, для вивчення цього переживання разом з психотерапевтом]. «Тобто ви не пасивна жертва». [Звернення до клієнта розглянути вірогідність того, що причина його труднощів криється в ньому самому, а не в інших людях, як він вважав раніше]» (Вайнер, 2002). Зазначений дискурс є незавершеним дискурсом-роз'ясненням, скороченим і незакінченим. Цей недоконаний варіант дискурсу необхідні для того, щоб активізувати клієнта самостійно завершити його.

Дискурси-роз'яснення як своєрідні інтерпретації можуть нерідко негативно впливати на клієнта, змушуючи переживати відчуття дискомфорту. Навіть делікатні інтерпретації, як зазначає І. Вайнер, є для клієнта випробуванням, вони знижують його самооцінку й мобілізують захисні механізми (Вайнер, 2002).

Дискурси-роз'яснення створюють як в негативному, так і в позитивному плані. Варіантом протилежних різновидів дискурсів може слугувати таке порівняння:

«Як вбачається, ви моделюєте свої проблеми у стосунках з дружиною, як раніше робили це із своєю матір'ю». «Ви відчуваєте себе в пастці, проте не схоже, що ви хочете з неї викарабкатися» (Коттлер, 2002).

«Мені здається, що у вашому ставленні до дружини й матері є певна схожість».

«Одна частина вас дійсно хоче змінитися на краще, в той час як другу влаштовує існуюче положення речей» (Коттлер, 2002).

Дискурси-роз'яснення будують по-різному, залежно від ступеня володіння психотерапевтом змістом випадку:

а) переконлива впевненість психотерапевта у фактах
б) невпевненість у правильності пояснення при наявності певних засад для свого висловлювання
в) перевірка нечітких здогадів і припущень, не підкріплених переконливими аргументами

«Відтепер здається очевидним, що ви були...»

«Вірогідно...», «Мені здається, що...»

«Чи існує вірогідність того, що ...?», «Мені прийшла в голову одна думка, яку я хотів би з вами обговорити» (Вайнер, 2002).

Як різновиди *дискурсів-роз'яснень*, виокремлюємо такі: 1) *дискурс-перенесення* і 2) *дискурс-генетичне витлумачення*. Прикладами першого різновиду дискурсів є такі:

«Звісно, сексуальність – це важлива частина будь-яких інтимних стосунків. Але чи можливо, що частково причиною того, чому ви стаєте дуже зосередженим на сексуальному питанні, є ваш страх близькості з вашою дружиною».

«Ви так багато часу проводите на роботі. Мені цікаво, чи не є це способом уникнення нестерпного відчуття смутку, яке є неминучою частиною вашого розлучення з подругою» (Ягнюк, 2014).

Прикладом другого різновиду *дискурс-роз'яснення* є наступне висловлювання психотерапевта у формі можливого висновку: «Таким чином, ви, доросла жінка, відчуваєте себе неповноцінною перед чоловіками, оскільки все ще відчуваєте себе маленькою дівчинкою й сприймаєте чоловіків так же як свого тата, як людей, вище за вас» (Вайнер, 2002).

1. *«Ми обидва знаємо, що ви, як дорослий, зможете впоратися з моєю відсутністю. Проте ви можете відчувати, що, як я насправді зрозумів, означає для дитини всередині вас моя довготривала відсутність, то я б не зміг поїхати» (Кейсмент, 2005)* – висловлювання психотерапевта перед довгою літньою перервою в роботі з клієнтом.

2. *«Мені здається, є схожість у тому, як ви гніваєтесь на мене та на вашу дружину, підозрюючи нас у тому, що ми чекаємо від вас чогось такого, що не можна виконати. Це змушує мене згадати ті давні часи, коли вам, судячи з ваших слів, ніяк не вдавалося догодити матері, такій вимогливій і нездатній оцінити ваші зусилля» (Стренгс, 2000).*

Мета цих і подібних дискурсів – об'єднати з минулим ті чи ті прояви в реальному поточному житті клієнта або в конкретній терапевтичній ситуації.

Дискурси-роз'яснення завжди спрямовані на неусвідомлювані сфери психіки індивіда, тоді як *дискурси-описи* (Калмиков, 2017) завжди стосуються характеристик поведінки, очевидної для пацієнта реальності, спостережень над нею й достовірних фактів. Клієнту, як зазначає К. В. Ягнюк, легше прийняти інтерпретації як припущення, коли йому дозволяють відхилити їх (Ягнюк, 2014). Саме тому І. Вайнер вважає за необхідне розглядати інтерпретації як альтернативні гіпотези, а не вирок, отже, клієнти мають бути партнерами з дослідницької роботи, а не студентами, присутніми на лекції (Вайнер, 2002). Ураховуючи ці положення, доцільно виокремити ще й такий вид дискурсу, як *дискурс-припущення*.

Дискурс-перетлумачення – це повторне витлумачення, формулювання випадку по-іншому з метою надання нового сенсу переживанням і поведінці клієнта, приведення спотвореного світосприйняття клієнта в норму, полегшення адаптації, тобто зміна клієнтом негативного сприйняття себе на позитивне, створення в його свідомості незвичайної перспективи, своєрідний заклик до альтернативи – конструктивного для клієнта сприйняття ситуації,

що викликає в нього негативні переживання, або зміни способу реагування на цю ситуацію.

Приклад комунікації з клієнтом, який страждає на депресію, виокремлюємо в праці (Соммерз-Фланаган, Соммерз-Фланаган, 2006) за типом *дискурсу-перетлумачення* з позитивною інтерпретацією: «Коли ви робите помилку, ви схильні розглядати її як свідчення невдачі, але ви можете розглядати її і як свідчення ваших зусиль і просування до кінцевого успіху. Фактично, більшість успішних людей перед тим як досягти мети, терплять багаточисленні невдачі».

Прикладом *дискурсу-перетлумачення*, спрямованого на конструктивне тлумачення поведінки клієнта в позитивно забарвлених тонах, зміну його негативного сприймання себе, ригідних переконань відповідно на позитивне й динамічне, є виокремлений в книзі (Енрайт, 1994) діалог:

Клієнт: Я випиваю забагато і, здається, не можу зупинитися.

Терапевт: Це гарно, ви не залишаєтеся, як більшість тих, хто п'є, без усвідомлення. Ви вже розумієте проблему, більше того, ви вже зробили кроки, аби запобігти цьому, а не просто пасивно усвідомлюєте свій недолік.

Клієнт: Я вже близький до того, щоб здатися.

Терапевт: Так, ви дійсно готові пережити відчай, розповідаючи про нього тут.

Клієнт: Однак це зруйнує мою родину.

Терапевт: Отже, вами рухає не тільки турбота про себе, а й турбота про вашу родину.

Клієнт: Те, як я поводжу себе, часто не створює враження великої любові.

Терапевт: У своїй турботі ви готові розглядати навіть можливість того, що ви їх не любите».

Я-дискурс – це висловлювання терапевта, спрямоване на розкриття клієнту свого досвіду, схожого з його професійним або особистісним досвідом; способів вирішення аналогічної з клієнтом проблеми; вираження своїх почуттів з приводу клієнта або стосунків з ним. *Я-дискурс* передбачає розкриття в явному або неявному вигляді інформації про себе, розділення з клієнтами власних почуттів, думок, бажань. Це своєрідний професійно-мовленнєвий вплив, який демонструє й доводить клієнтові, що перед ним, як зазначають Хилл і О'Брайен, не тільки експерт, людина в ролі професіонала, на яких клієнт зможе покласти у вирішенні власних проблем, а й, передусім, особистість, інша людина, яка має схожі проблеми, негаразди людського життя (Hill, O'Brien, 1999). Зокрема, К. Роджерс і Д. Б'юдженталь вважають, що терапевт має бути реальним і справжнім у стосунках з клієнтами (Роджерс, 2012; Б'юдженталь, 2011). У терапевтичних взаєминах терапевт має поставати перед клієнтом «конгруентною, автентичною, інтегрованою особистістю», яка «залишається до глибини сама собою», «з повним усвідомленням себе» (Роджерс, 2012). Саморозкриття терапевта – робота з перенесенням – у

терапевтичних стосунках спричиняє максимальну участь клієнта в досягненні стану інсайту, як наприклад:

«Клієнт: Я відчуваю себе ідіотом, я не повинен був дозволяти своїм тривогам настільки вийти з-під контролю, щоб я не міг навіть чути дружину.

Терапевт: Гм-гм, по собі я знаю, що, дійсно, важко сприймати щось, коли тобі страшно. Тоді для чогось іншого залишається мало місця» (Джонсон, 2013).

Різновидом *Я-дискурсу* є, як номінуємо його, *дискурс-перезавантаження* або *дискурс-переототожнення*. Створення цих дискурсів зумовлено необхідністю переконати клієнта, що він не один у своїх проблемах, почуттях, нещасті, не тільки в нього одного бувають загрозливі неприємності, такі що лякають думки, уявлення, фантазії. Ці дискурси спрямовані на те, щоб допомогти клієнту усунути загострене почуття власної унікальності; переконати, що його переживання – це своєрідні універсалії, притаманні багатьом людям, незалежно від віку, статусу, національності; що почуття, пережиті ним, мають універсальний характер, відтак заспокоївши й гармонізувавши клієнта.

Приклад такого дискурсу виокремлюємо в книзі (Сомерз-Фланаган, Сомерз-Фланаган, 2006): «Ви занадто вимогливі до себе. Всі люди сумніваються в собі. Я не знаю жодної людини, яка була б повністю впевнена в собі».

Щоб підкреслити важливість і необхідність продукування такого роду дискурсів, достатньо послатися на доречну й влучну думку з цього приводу. І. Ялом, зазначає, що у повсякденному житті клієнти не тільки залишаються в невіданні стосовно аналогічних почуттів і переживань інших людей, а й не користуються можливістю довіритися оточуючим, а відтак бути оціненими й прийнятими (Ялом, 2002).

Дискурс-самовираження почуттів тут-і-зараз – висловлювання, спрямоване на те, щоб поділитися з клієнтом своїми почуттями й сприйманнями його дій, вчинків, станів, які терапевт переживає, спілкуючись з ним. Цей різновид дискурсів відноситься до *Я-дискурсів*. У змісті *дискурсів-самовираження* почуттів терапевт розкриває свої спостереження над клієнтом і свої почуття щодо взаємодії з ним саме «тут і тепер», демонструючи йому не адаптивні паттерни його поведінки на зразок ворожості, дистанційності, не аргументованості, несприйнятливості, зайвої полохливості та ін., що стають перепорою в терапевтичних стосунках, але є важливим показником стосовно того, як клієнт *сприймається в міжособистісних стосунках*. Засобами відвертого вираження почуттів і доцільно вибудованим дискурсом терапевт забезпечує клієнта новим досвідом взаємодії в близьких стосунках, стає для нього еталоном з метою ідентифікації й навчання через спостереження. Свої миттєві почуття й спостереження після усвідомлення їх терапевт виражає через дискурс, ділиться ними з клієнтом, наприклад у такій формі: «Я почуваюся некомфортно від того, що ви постійно незадоволені й ніколи не дозволяєте собі інших почуттів» (Ялом, 2005). Щойно згаданий автор досить

влучно зазначає: якщо ви протягом сеансу відчуваєте один з стійких варіантів поведінки, можливих між людьми, тоді це і є інформація, цінна інформація», вітайте її й шукайте спосіб, щоб перетворити її в терапевтичну перевагу (Ялом, 2005). Приклад *дискурсу-самовираження* почуттів «тут і тепер» виокремлюємо в книзі (Ялом, 2005): «Мері, дозвольте мені сказати. В останні кілька хвилин я помітив, що відчуваю себе ізольованим від вас, частково дистанційованим. Я не впевнений, чому це відбувається. Але знаю, що відчуваю себе інакше, ніж на початку сеансу, коли ви описували свої емоції, стверджуючи, що не отримуєте від мене всього того, що б хотіли, й на останньому сеансі, коли ви значно більше говорили від усього серця. Цікаво, на якому рівні знаходиться ваш зв'язок зі мною сьогодні? Чи близькі ваші почуття до моїх. Давайте спробуємо розібратися в тому, що відбувається».

Якщо у зазначеному дискурсі терапевт намагається створити передумови для того, щоб бути ближче з клієнтом і звертається до його почуттів, то в наступному дискурсі терапевт завершальними запитаннями, спрямованими на його почуття, ніби переміщує фокус, увагу на клієнта: «Тед, я прекрасно усвідомлюю, що ви завжди уникаєте мого погляду. Звичайно ж, я не знаю, чому ви дивитесь убік, проте знаю, що це змушує мене говорити з вами дуже обережно, так як ніби ви дуже тендітні, і відчуття вашої тендітності змушує мене уважно зважувати все, що я говорю. Я впевнений, що ця обережність заважає мені бути з вами спонтанним і відчувати себе ближче до вас. Мої слова дивують вас? Ви чули щось подібне раніше?» (Ялом, 2005).

4. Обговорення результатів

Дискурси, проаналізовані в статті, є результатом вивчення соціальної – дискурсивної практики, що склалася в різних сферах психологічної діяльності психоаналітиків, психотерапевтів, психоконсультантів і відображена в стенограмах психотерапевтичних сесій, психологічних консультацій і даних психоаналізу випадків. Ці матеріали є «живими» автентичними прикладами професійно-мовленнєвої діяльності психолога, зокрема його зовнішнього дискурсивного вияву. За результатами дискурс-аналізу окремих видів психологічного дискурсу встановлюється взаємозв'язок інтенційних і цільових характеристик дискурсів психолога, а також їх потенційних можливостей здійснювати той чи той вплив на клієнтів. Простежується детермінація психологічного потенціалу дискурсивного впливу й можливості прояву, пов'язаних з ним, нових у клієнта соціальних уявлень, паттернів поведінки, поглядів, образів ситуацій, ставлень, стосунків, психостанів тощо. Ефективність дискурсивного впливу, здійснюваного різними видами дискурсів, залежатиме від того, наскільки сприйняте висловлювання психолога спричинить оцінний характер позитивних роздумів клієнта з огляду на подані в ньому аргументи, доводи, факти тощо, наскільки створені дискурси безпосередньо зорієнтовані на зміну саме смислових конотацій, аттиюдів та поведінки суб'єкта, на якого спрямований конструктивний вплив.

Доцільний вибір того чи іншого виду дискурсу, який обов'язково має здійснити психолог, передбачає можливість висловити один і той же смисл чи описати певну ситуацію різними способами, – насамперед такими, що будуть слугувати інтересам позитивного впливу психолога на клієнта.

5. Висновки

Дискурс і дискурсивний вплив на клієнта стає особливою проблематикою психолінгвістики, що розвивається як у напрямку результативності впливу, його соціальних ефектів, так і особливостей побудови різних видів дискурсу з опорою на інтенційні й цільові чинники породжуваного мовленнєвого процесу.

Дискурс – це зовнішньомовленнєва фаза творення мовлення, поверхневий, зовнішній етап і компонент професійно-мовленнєвої діяльності (у разі цілеспрямованості мовлення) або/і професійно-мовленнєвої активності чи поведінки (у разі спонтанності висловлювання). Будь-який вид дискурсу здійснює психологічний вплив, тому він має назву «дискурсивний».

Мета продукування будь-якого психологічного дискурсу – допомога у вирішенні психологічних проблем, які виникають у людини чи групи індивідів.

Врахування специфіки (інтенційної, смислової, семантичної, мовно-стилістичної тощо) того чи того різновиду дискурсу забезпечує ефективність впливу, можливість гідної самопрезентації психолога. Під дискурсивним впливом розуміємо таку професійно-мовленнєву активність психолога, який має як метою, так і наслідком позитивну зміну емоційно-вольової, когнітивної, психодинамічної, комунікаційної сфер психіки інших людей, зокрема клієнта, та їхньої поведінки й стилів оптимістично-конструктивної життєдіяльності.

Доцільною є класифікація дискурсів за типами психологічного впливу на клієнта, а саме: вплив на емоції і почуття, вплив на свідомість, вплив на поведінку. Запропонована класифікація охоплює можливості впливу на всі сфери психіки людини завдяки високому рівню узагальнення параметрів систематизації. Підставами для класифікації є особливості психологічних впливів, цільові й інтенційні характеристики дискурсів психологів.

Запропонована систематика психологічних дискурсів не є остаточною й незмінною. Можливі інваріанти класифікацій, які будуть відображати інші аспекти: або творення дискурсів, або дискурсивних впливів, або окремі сторони діяльності психологів тощо.

Подальші дослідження пов'язуватимуться з вивченням довіри клієнта психологу як провідного компонента психологічної продуктивності дискурсивного втручання в психічний світ людини та впливу на її поведінку й психіку в цілому з метою гармонізації її внутрішнього стану.

Література

References

1. Бьюдженталь Д. Искусство психотерапевта. М.: Издательство «Корвет», 2011.

- Bugental, J. (2011). *Iskusstvo Psihoterapevta [The Art of the Psychotherapist]*. Moscow: Korvet.
2. Вайнер И. Основы психотерапии. Пер. с англ. Е. Антоновой, В. Белоусова. СПб.: Питер, 2002.
Weiner, I. (2002). *Osnovy Psihoterapii [Principles of Psychotherapy]*. S.-Petersburg: Piter.
3. Gray P. Ego and Analysis of Defense. Aronson, Jason Inc., 1994.
4. Gray, P. (1994). Ego and Analysis of Defense. Aronson, Jason Inc.
5. Hill C. & O'Brien K. (1989). *Helping Skills: Facilitating Exploration, Insight and Action*. Washington, DC: American Psychological Association.
6. Джонсон С. Практика эмоционально-фокусированной супружеской терапии. Создание связей. М.: Научный мир, 2013.
Johnson, S. (2013). *Praktika Emotsionalno-Fokusirovannoy Supruzheskoy Terapii. Sozdanie Svyazey. [Practice of Emotionally Focused Conjugal Therapy. Creating Links]*. Moscow: Nauchnyiy Mir.
7. Дискурс в современном мире. Психологические исследования / под. ред. Н. Д. Павловой и Н. А. Зачесовой. М.: Издательство «Институт психологи РАН», 2011.
Discurs v Sovremennom Mire. Psihologicheskiye Issledivaniya [Discourse in Modern World. Psychological Studies]. (2011). D. Pavlova, N. Zachosova, (Eds). Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences.
8. Калина Н. Ф. Анализ дискурса в психотерапии// Психологический журнал. 2000. Т. 21, №2. С. 100–107.
Kalina, N.F. (2000). Analiz diskursa v psihoterapii [Discourse analysis in psychotherapy]. *Psihologicheskiy zhurnal*, 2(21), 100–107.
9. Калина Н.Ф. Основы психоанализа. К.: Реф-бук-Ваклер, 2001.
Kalina, N.F. (2001). *Osnovy Psihoanaliza [The Foundations of Psychoanalysis]*. Kyiv: Refl-buk.
10. Калмыкова Е. С., Мергенталлер Э. Нарратив в психотерапии: рассказы пациентов о личной истории // Психологический журнал. 1998, №5. С. 97–104.
Kalmykova, E. S. & Mergentaller, E. (1998). Narrativ v psihoterapii: rasskazyi patsientov o lichnoy istorii [Narrative in psychotherapy: stories of patients about personal history]. *Psihologicheskiy Zhurnal*, 5, 97–104.
11. Калмиков Г.В. Дискурсивні практики як компоненти професійно-мовленнєвої діяльності психологів// Психолінгвістика. Психолінгвістика. Psycholinguistics: [зб. наук. праць ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»]. Переяслав-Хмельницький: ФОП Домбровська Я. М. 2016. Вип. 20(1). С. 98–111.
Kalmykov, G. V. (2016). Diskursivni praktiki yak komponenti profesiyno-movlennevoyi diyalnosti psihologiv. [Discursive practices as components of psychologists' professional speech activity]. *Psiholingvistika*, 20(1), 98–111.
12. Калмиков Г. В. Дискурс як мовленнєвий вплив// Психолінгвістика. Психолінгвістика. Psycholinguistics: [зб. наук. праць ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»]. Переяслав-Хмельницький: ФОП Домбровська Я. М. 2017. Вип. 21(1). С. 112–128.
Kalmykov, G. V. (2017). Dyskurs yak movlennjevyi vplyv [Discourse as a speech influence]. *Psyholingvistyka*, 21(1), 112–128.
13. Кейсмент П. Обучение на наших ошибках. Алматы: Дарын, 2005.
Keysment, P. (2005). Obuchenie na Nashih Oshibkah [Learning from Our Mistakes]. Almaty: Daryn.
14. Коттлер Д. Совершенный психотерапевт. Работа с трудными клиентами. СПб.: Питер, 2002.

- Kottler, D. (2002). *Sovershennyi Psihoterapevt. Rabota s Trudnyimi Klientami* [The Perfect Psychotherapist. Working with Difficult Clients]. S.-Petersburg: Piter.
15. Кубрак Т. А. Интенция самопрезентации субъекта в вербальной коммуникации: Автореф. дис... канд. психол наук: 19.00.01. М, 2009.
 16. Kubrak, T.A. (2009). *Intentsiya samoprezentatsii sub'ekta v verbalnoy kommunikatsii* [The intention of the subject of self-presentation in verbal communication]. *Extended abstract of Ph.D. dissertation*. Moscow.
 17. Orlinsky, D. E., Grawe, K., & Parks, B. K. (1994). Process and Outcome in Psychotherapy. In: *Handbook of Psychotherapy and Behavior Change*, (pp. 270–378). A. E. Bergin & S. L. Garfield (Eds.), New York: Wiley.
 18. Павлова Н.Д. Коммуникативная функция речи: интенциональная и интерактивная составляющие: Автореф. дис... д. психол. наук. М., 2000.
Pavlova, N. D. (2000). *Kommunikativnaya funktsiya rechi: intentsionalnaya i interaktivnaya sostavlyayuschie* [The communicative function of speech: intentional and interactive components]. *Extended abstract of Doctoral dissertation*. Moscow.
 19. Роджерс К. Необходимые и достаточные условия терапевтических личностных изменений / К. Роджерс // Журнал практического психолога. 2012, №1. С. 8–25.
Rogers, K. (2012). *Neobhodimyye i dostatochnyye usloviya terapevticheskikh lichnostnykh izmeneniy* [Necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change]. *Zhurnal Prakticheskogo Psihologa*, 1, 8–25.
 20. Россохин А. В., Петровская М. Б. ИмPLICITНЫЕ содержания психоаналитического диалога: экспертные возможности компьютерной психолингвистики// Психологический журнал. 2001. Т. 22, №6. С. 77–86.
 21. Rossohin, A.V. & Petrovskaya, M.B. (2001). *Implitsitnyie sodержaniya psihoanaliticheskogo dialoga: ekspertnyie vozmozhnosti kompyuternoy psiholingvistiki* [The implicit contents of psychoanalytic dialogue: the expert possibilities of computer psycholinguistics]. *Psihologicheskii Zhurnal*, 6(22), 77–86.
 22. Соколова Е. Т., Бурлакова Н. С. К обоснованию метода диалогического анализа случая // Вопросы психологии. 1997, №2. С. 61–76.
 23. Sokolova, E. T. & Burlakova, N. S. (1997). *K obosnovaniyu metoda dialogicheskogo analiza sluchaya* [The substantiation of the method of dialogical analysis of the case]. *Voprosy Psihologii*, 2, 61–76.
 24. Sommerz-Фланаган Д., Sommerz-Фланаган Р. Клиническое интервьюирование. 3-е изд. М.: Диалектика. 2006.
 25. Sommerz-Flanagan, D. & Sommerz-Flanagan, R. (2006). *Klinicheskoe Intervyuirovaniye* [Clinical Interviewing]. Moscow: Dialektika.
 26. Стренгс Д. Интерпретативные треугольники Давенлу в работе с образом Бога // Консультативная психология и психотерапия. 2000., №2. С. 155–171.
 27. Strenge, D. (2000). *Interpretativnyie treugolniki Davenlu v rabote s obrazom* [Terpretive triangles Davanloo in working with the image of God]. *Konsultativnaya psihologiya i Psihoterapiya*, 2, 155–171.
 28. Энрайт Д. Гештальт, ведущий к просветлению. СПб.: Центр гуманистических технологий «Человек», 1994.
 29. Enright, J. (1994). *Geshtalt, Veduschiy k Prosvetleniyu* [Enlightening Gestalt]. S.-Petersburg: Shelovek.
 30. Ягнюк К. В. Анатомия терапевтической коммуникации. Базовые навыки и техники : учебное пособие. М.: Когито-Центр. 2014.
Yagnyuk, K. V. (2014). *Anatomiya Terapevticheskoy Kommunikatsii. Bazovyye Navyki i Tehniki* [Anatomy of Therapeutic Communication. Basic Skills and Techniques]. Moscow: Kogito-Tsentr.
 31. Ялом И. Дар психотерапии. М.: Изд-во Эксмо, 2005.

- Yalom, I. (2002). *Mamochka i Smysl Zhizni: Psihoterapevticheskie Istorii* [*Momma and the Meaning of Life: Tales of Psychotherapy*]. Moscow: Eksmo.
32. Ялом И. Мамочка и смысл жизни: психотерапевтические истории. М.: ЭКСМО-Пресс, 2002.
- Yalom, I. (2005). *Dar Psihoterapii* [*The Gift of Psychotherapy*]. Moscow: Eksmo-Press.

“PARNO SAR PAPIN – WHITE AS A SWAN”, OR HOW METAPHORS HELP ROMA CHILDREN TO ACQUIRE GRAMMATICAL CATEGORIES IN ROMANI

Hristo Kyuchukov

hkyuchukov@gmail.com

Magdeburg – Stendal University of Applied Sciences, Germany

Received June 9, 2017; Revised June 26, 2017; Accepted June 27, 2017

Abstract. The paper presents the process of language socialization and acquisition of grammatical categories through the Roma oral culture in which metaphors are extensively used. Roma children who grow up in extended Roma families and community learn the language through communication with speakers of different registers. Research with 22 Roma children between three and six years of age from Croatia was carried in order to find out what grammatical categories are learned in this period of the life of children. The children were tested with a specially designed language assessment test in Romani (Kyuchukov & de Villiers, 2014b). The results show that Roma boys perform the test much better than Roma girls. Boys learn Romani from folkloristic genres which are rich in metaphors and this helps them to acquire complex grammatical categories.

Keywords: *metaphors, Romani, language assessment, grammatical categories.*

Кючук Хрїсто. “Parno sar papin – бїлий як лебїдь”, або яким чином метафори допомагають дїтям ромїв опанувати граматичнї категорїї ромськї мови.

Анотація. У статтї досліджує автор процес мовної соціалїзацїї та опанування граматичних категорїй через ромську усну культуру, в якї поширено використання метафор. Дослїдник стверджує, що дїти ромїв, якї виховуються у великих ромських сїм’ях та громадах, вивчають мову через спїлкування з мовцями рївних соціальних прошаркїв. У статтї представлено дослідження, в якому взяло участь 22 дитини ромїв у вїцї від трьох до шести рокїв з Хорватїї, проведене з метою з’ясування того, якї граматичнї категорїї вивчають у цей перїод життє дїти. Дїти пройшли тестування зї спеціально розробленим іспитом з оцїнювання ромськї мови (Kyuchukov & de Villiers, 2014b). Результати показали, що ромськї хлопцї виконують тест набагато краще, нїж ромськї дївчата. Хлопцї вивчають ромську з фольклорних жанрїв, багатих на метафори, і це допомагає їм опанувати складнї граматичнї категорїї.

Ключовї слова: *метафори, ромська мова, оцїнка рївня володїння мови, граматичнї категорїї.*

1. Introduction

1.1. Adult-child interaction in cultural context

In their classical work Ervin and Miller (1972) show the influence of culture on the language development of young children. The language of children casts light on adult views of children’s language system. The development of language is not simply a transformation of culture, but it influences a child’s activities in the process of socialization (Elbers et al., 1992.). Bloom et al. (1996) proved that regardless of cultural specificities, already in their second year children use new words learned from conversations with mothers in different contexts. Black and Logan (1995) found that not only culture but also social status and communication patterns in mother-child, father-child and child-peer interactions influence children’s language and cognitive development.

It is known that “the input does not influence the acquisition sequence of grammatical constructs, it is nonetheless assumed that when a child does not have a ‘critical amount’ of input, initially he or she can acquire at most only part of the relevant language structures or will experience a delay in acquiring them” (Beller, 2008, p. 7). Research with bilingual children shows that children learn certain structures earlier in the more frequently used language and a positive relationship “between the quantity of language input by parents and educators and the grammatical development of the children” is found (Beller, 2008:7). The use of complex sentences by parents and educators has a positive effect on their grammar and semantics. In general, the quantity of the language input plays an important role in the acquisition of vocabulary, and verbal interaction between parents and children in particular has a strong influence on children’s language development (Beller, 2008).

Rondal (1985), however, turns the attention to “children’s selective concentration on particular aspects of the language heard and on their variation over time. This selectivity in children as to what they attend to in the input received and when they do so cannot obviously be explained by adult linguistic intervention” (Rondal, 1985, p. 168). It is obvious that children’s cognitive development plays a role in the language acquisition process, and thanks to their experiences and language input they can select and be creative using language and acquiring different grammatical categories.

Roma culture is an oral culture and the process of language acquisition among young children is in a way different in comparison to Western cultures. The strategies used by Roma parents are more connected to the Roma oral tradition: singing, teasing, making jokes, telling fairytales, and there is no so much children books reading, for example. Roma children grow up as bilinguals/multilinguals (Kyuchukov, 2014; Kubanik, 2016; Kyuchukov, Kaleja, Samko, 2016). Earlier studies by Reger & Gleason (1991), Gleason (1992) and Reger (1999), and more recent ones by Kyuchukov (2014a,b, 2011, 2010) and Kyuchukov & de Villiers (2009, 2014a,b) prove that Roma children go through all stages of language development like any normally developing children learning any language. The children acquire basic linguistic competence at a relatively early age – four or five years, but language socialization is carried out through meaningful social adult-child interaction (Penalosa, 1981). Publications on first language acquisition (Hoff, 2003; Macwhinney, 2001; Haslett, 1989) show the stages through which children acquire language: *prelinguistic*: vocalizing, babbling, single words and *linguistic*: simple sentences, three-term sentences, sentences of greater complexity. Later comes communicative competence and it is a part of the culture of the community. Hoff (2003:182) says that in the process of language learning an important role is played by cultural learning. “Cultural learning involves imitating others, but it is not uncomprehending mimicry. Rather, cultural learning consists of learning to reproduce the behavior of others for the purpose of achieving the same goal or performing the same function that the learner understands to have been the goal or intended function when that behavior was produced by another.”

The language used to children plays an important role in their socialization. And as Ochs and Schieffelin (1995) say, the acquisition of language affects the process of becoming a member of a society, and in order to become a member of a society a child

should learn to use the language in communication. Language plays an important role in human development and particularly in early socialization (Blount, 1995; Haslett, 1989; Ochs and Schieffelin, 1983).

1.2. Metaphors in Romani and how they are learned

According to *An Encyclopedic Dictionary of Language and Languages* (Crystal, 1992:249) a metaphor is “a semantic mapping from one conceptual domain to another, often using anomalous or deviant language”. Bowdle (1998) says that metaphors create new word meanings when “lexical extensions are due to stable projections of conceptual structures and corresponding vocabulary items from one typically concrete domain of experience to another typically abstract domain of experience” (Bowdle, 1998:301). Metaphorical structures have coherence with the fundamental values in a culture (Lakoff & Johnson, 1980). And, as we know, cultural values differ from society to society, which means that one and the same metaphor in different cultures can have different meanings.

Children start to learn metaphors by the age of two to three years from communication with adults. Ozcaliskan (2014) summarizes the metaphors which children learn as two types: *perceptual* and *structural*. “Children begin to understand and produce similarity metaphors shortly after they begin to speak and these abilities improve with age. Two- to three-year-old children can produce simple perceptual metaphors in spontaneous speech to compare objects that look alike or are functionally similar to one another” (Ozcaliskan, 2014:374).

According to Winner (1988) in the preschool years the children use words which they did not hear from parents and caregivers. The author call them overextensions. For example the child sees a dog and calls it “baw-baw” and after that all the animals are referred by the child with the same word “bow-baw”. Often this kind of words are confused with metaphors. The author considers as metaphors those utterances which satisfy one of the following conditions: “1. either in prior use or immediately following the renaming, and the renamed object is called by its literal name; 2. an object is transformed through pretended gesture and is renamed according to what is suggested by the gesture” (Winner, 1988:93). Winner’s observations show that the children use mainly nouns for metaphors, because they “majority of children’s early vocabulary words are nouns” and she categorizes the metaphors in two types: “*symbolic play* metaphors, which grew out of pretend action transformations; and *sensory metaphors* which arose out of a perceived physical similarity, without the support of pretense (Winner, 1988:94). The children learn the metaphors from the adults and the children’s metaphors differ from adult ones. The differences come from the lack of knowledge of the children and lack of experiences and direct perceptions.

It seems that the monolingual children have difficulties with understanding and correctly using the metaphors till the age of 10, or so. Studies on metaphor comprehension and interpretation by children (Bokus & Garstka, 2009; Dryll, 2009) show that for the interpretation of the metaphors is needed a shared meaning between the participants in the discourse. Often the studies are done in an artificial environment where the children are asked to finish or to interpret a sentence with metaphors and

between the speakers there is no comprehension of that mutual/ shared meaning (Dryll, 2009). This can be one of the reasons why the children do not comprehend the metaphors to such a late age.

Romani being a new-Indian language, closely related to Hindi, it is a highly metaphoric language. Granquist (2012) makes a classification of the metaphors in Finnish Romani and divides them into: metaphors translated from Finnish and Romani-based metaphors. However, for the time being there is no complete study of metaphors in Romani. Being a language with many dialects spread all over Europe, the Americas and Australia, in a way it is difficult to study the metaphors and how children acquire them in Romani.

My longitudinal study with four Roma children from Bulgaria, between the ages of one and three years, shows that mainly oral strategies are used for language socialization of young children in Romani culture: jokes, folkloric genres such as lullabies, songs and fairytales, teasing, short oral poems, riddles, proverbs... The rich oral culture of Roma, the different registers which Roma children are exposed to in their everyday life, speaking with members of extended families or playing with siblings and children of neighbors, influence the language development of Roma children and by the age of four they can tell fairytales, sing songs, tell stories, they know riddles and proverbs in Romani. All the oral folkloric genres such as fairytales, riddles, proverbs, lullabies are extremely rich in metaphors and Roma children grow up with such a language environment which helps them to master the language (Samko & Kapallkova, 2014; Racova & Samko, 2015).

Below are some examples of metaphors which are very popular and come from songs, fairytales, oral poems, riddles and proverbs:

I čhaj sas parni sar papin [The girl was beautiful like a swan] (from a fairytale)

Šuk isi la čerhenjate [She is beautiful like a star] (from a song)

Romani čhaj kalori sar phabaj si gudlori [Black Roma girl sweet as an apple] (from a song)

I lači godi si maj šukar katar o galbeno [Good advice is worth more than gold] (proverb)

Lake jakha sar duj kale draka [Her eyes are black like two black grapes] (from a song)

Ov si sar sap [He is like a snake] (from a fairytale)

Sijan sar her [You are like a donkey] (from a riddle)

The comprehension of metaphors and their correct use show that a child's language is developed on a higher abstract level. It is an important base for the acquisition of more complex grammatical structures in Romani and from here comes the following hypothesis:

H: Children who understand and use metaphors by the age of three to four years are able easily to acquire more complex grammatical categories in their mother tongue.

In order to prove the hypothesis, I conducted a study with Roma children between three and six year olds involving comprehension and production of Romani grammatical categories. Roma children learn Romani in their home environment and when they enter kindergarten their knowledge of their mother tongue is not considered to be an asset, but exactly the opposite – it is considered to be a deficit. In the educational systems of many countries, Roma children entering primary school are given a psychological test performed in the official language of the country, and if the child does not understand the official language and does not show good results in the tests, it is considered to be mentally retarded and he or she is sent to a special school for children with mental retardation. The testing is organized by committees of teachers and psychologists but there are no Roma representatives to test the children's knowledge in Romani language. Normally the children are tested with tests translated from English and the cultural differences of the children are not taken into account. Most of the tests are culturally inappropriate for Roma children. According to developmental psycholinguistics, normally developing children from all nations, speakers of different languages, already know quite a lot from the grammar of their mother tongue by the age of five. They can use relative clauses, they can tell or retell a story, and they can create a story looking at pictures. All these language activities show that children have developed high-level cognitive skills, but in most cases Roma children's knowledge of their mother tongue grammar is not appreciated.

With the present study I answer the following research questions:

1. *How the Roma children learn metaphors in their mother tongue – Romani?*
2. *To find out the children's knowledge of different grammatical categories in Romani as their mother tongue.*
3. *To carry out interviews with the parents about the children's language use at home.*

2. Methods

A longitudinal study of spontaneous acquisition of Romani with 4 Roma children between 1; 0-3; 0 years old from Bulgaria was carried out. In this study we do observe how the Roma children learn and use metaphors from the communication with parents and members of extended family/community members in their everyday life

A second study for language assessment in Romani was carried out with a specially designed test which takes into account the peculiarities of Romani grammar (Kyuchukov & de Villiers, 2014b). The test had two characteristics: 1) to check the children's knowledge of different grammatical categories and 2) to predict the children's ability to apply old knowledge to a new phenomenon from the same category.

Twenty-two Roma children from the Romani settlement in Zagreb, Croatia were tested with the Romani Language Assessment Test. The Roma settlement includes a community kindergarten organized in a private house, and there is a mini-bus which brings the children to the kindergarten from different parts of the settlement.

In the kindergarten there is a native Croatian teacher and a Roma mediator. The conditions in the kindergarten are poor: there is no computer, limited access to books,

no sports facilities. The children speak poor Croatian. They know Romani but Romani is not used for communication. The parents use it as a secret language. In most cases the children understand and to some extent speak Romani but they get fluent in it around the age of four to five years. The language is learned in the community from communication with community members.

An interview about language use in the family and community was conducted with parents.

Children from the following age groups were tested:

Group 1: 3; 0–3; 11 years old – 6 children

Group 2: 4; 0– 4; 11 years old – 8 children

Group 3: 5; 0– 6; 0 years old – 8 children

The children were tested with the following tests:

Test 1 – Wh-questions: These test whether children give exhaustive answers to questions such as “who slept where”?

Test 2 – Wh-complements: This test asks whether children can successfully comprehend a “long distance” wh-question such as “What did mother tell the boy to buy” with nonfinite and finite tensed complements.

Test 3 – Passives: A comprehension test with two forms of passive, action verbs (hit, kick) and stative verbs (frighten, love).

Test 4 – Sentence repetition task with relative clause structures.

Test 5 – Possessives: In Romani, both the gender/ number of the possessor and the gender/number of the possessed dictate the possessive morphology. Known and novel nouns were used to tap expression in a wug-type test.

Test 6 – Tense: Novel verbs were used to tap tense production in a wug-type test

Test 7 – Aspect: Comprehension of ongoing versus completed aspect was tested.

3. Results

Study 1 Spontaneous acquisition of metaphors

The study was conducted within four Roma families in Bulgaria the natural conversations and dialogs between children and parents were audio recorded by a Roma woman, member of the Roma community, and she was trained how to collect the data. The speakers to four children are parents, grandparents, siblings, relatives and neighbors and they use different registers. Different pragmatic approaches are used in the conversations with children: language plays, singing song, learning a fairytales, teasing, jocks. The metaphors used in the adult language towards children can be categorized in the following two categories:

A. *symbolic play* metaphors (pretend action transformations)

1.) *Mother: Ake kavka si o mikrofoni. Hayde te giljabas!*

[Here this is the microphone. Let us sing!]

(The mother gives to the child a spoon to use it as microphone and to sing the song they learned together)

Child (2:4) Mikofoni?

[Microphone?]

2.) *Father: Tu sijan o ruv* [you are the wolf]
me sijom o loveci [I am the hunter]
 (Role play between the father and the son from the fairytale “Red Riding Hood”)

Child (2;6) Me sijom o ruv
 [I am the wolf]

B. *sensory metaphors* which arose out of a perceived physical similarity

3.) *Adult: Sani sar rovli* [Thin as a stick]
Maškar i čhar si kovli [between the grass goes oily]
manušes te dandavela [when she bites the man]
sigo ov merela [soon he is dead]

So si avka? [What is that?]

Child (2;10) i sap [a snake]

4.) *Adult: Drakh drakhatar dikela* [the grape sees from a grape]
oj da barjola [and it grows up]

Child (2;8) barjola [grows up]

Study 2 Acquisition of grammatical categories

In Test 1 (wh-questions) the children were shown pictures and asked questions who, where does something. For example: *Who sleeps where?* or *Who drives where?* The results from the first test are shown in Figure 1.

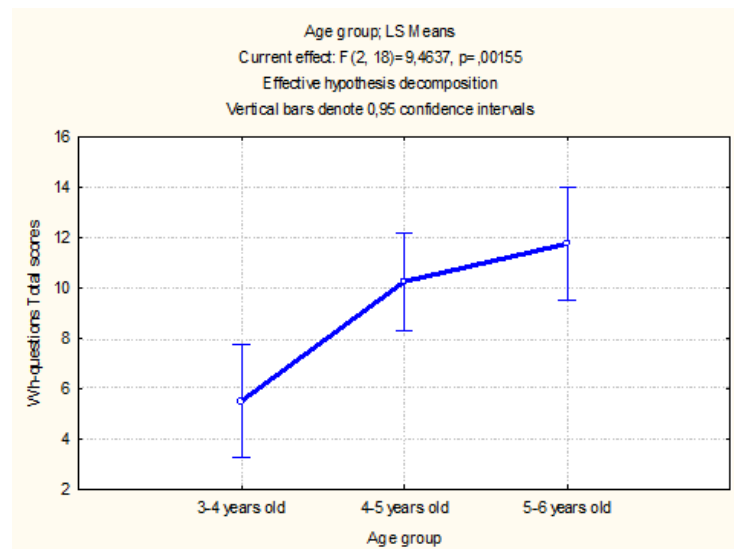


Fig. 1. Wh-questions: Total score as a function of age group

The figure shows that the children performed this test successfully. With the growth of age, the children’s knowledge grows as well and the differences between age groups are statistically significant ($F(2, 18) = 9,4637, p = .00155$). However, there are gender differences between the groups. Boys perform the test much better than girls. The differences between the two groups are statistically significant ($F(2, 18) = 4,9382, p = .01951$).

Figure 2 shows the influence of age on the performance of Test 2 (wh-complements). This test contains questions such as: *”The mother said/told her son*

to get her a big pot, but he got her a big glass instead. What did the mother say/tell her son to get?”. The performance of this test is shown in Figure 2.

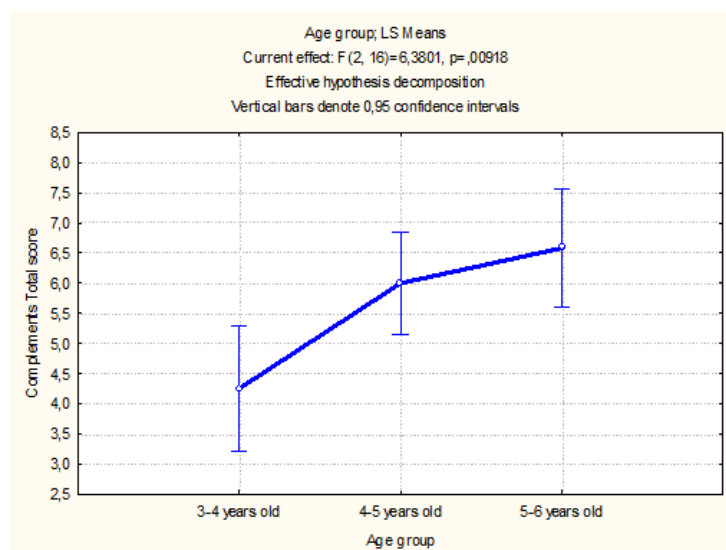


Fig. 2. Complements: Total score as a function of age group

As one can see from the figure, the groups show progress with increasing age. The differences between the groups are statistically significant ($F(2,16) = 6,3801$, $p = .00918$). So, children by the age of five to six answer this type of question correctly more often than three- to four-year-olds. Again, boys do much better than girls. The differences between boys and girls are statistically significant ($F(1,16)=13,635$, $p=.00197$).

Test 3 concerned the children’s knowledge of passive verbs. The children were shown pictures with multiple choices and were given sentences such as: *The horse was kicked by the dog*. The results are presented in Figure 3 showing the influence of age.

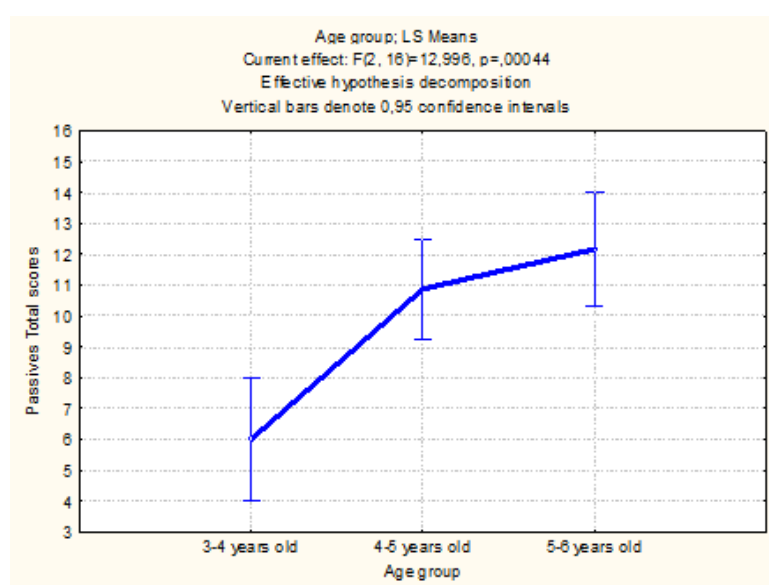


Fig. 3. Passive verbs: Total score as a function of age group

Here also, as age increases, so does the children's knowledge on this grammatical category – passive verbs. Again, older children obtain better results than younger children. The differences between the groups are statistically significant ($F(2,16)=12,996$, $p = .00044$). In the performance of this test, again boys do better than girls, and the statistical differences between girls and boys are significant ($F(2,16)=6,6899$, $p=.00774$). Boys understand passive verbs better.

In the next test, Repetition of Sentences, the children have the task of repeating simple and complex sentences in Romani. The results are shown in Figure 4.

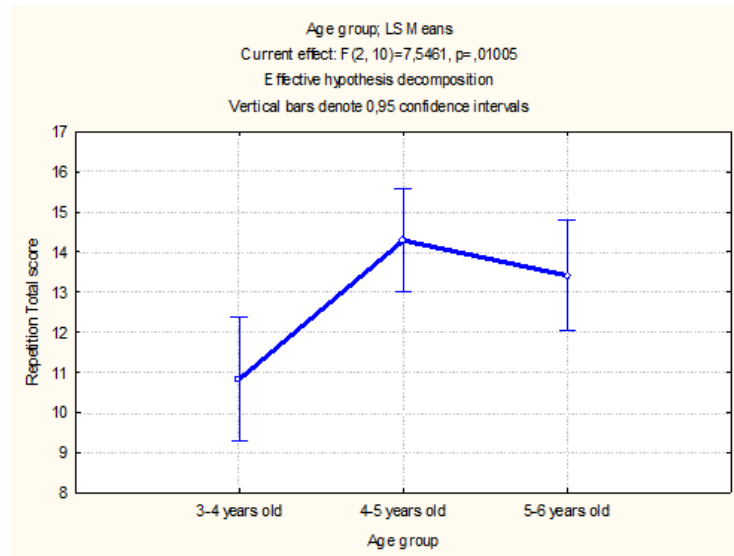


Fig. 4. Repetition: Total score as a function of age group

The figure shows that the differences between the groups are statistically significant, and older children repeat the sentences much better than younger children ($F(2,10) = 7,5461$, $p=.01005$). Again, boys do much better than girls and the differences between the gender groups are statistically significant ($F(1,10) = 14,678$, $p= .00331$). Boys can repeat the sentences much better. Complex sentences form a large part of the series of sentences. In order to be able to repeat the sentences, children have to have these structures developed and use them in their communication.

In the next test – Possessives – the children have to transfer old knowledge to new objects and subjects. For example, to produce the expression *The horse's balloon* looking at a picture is easy for children, but what happens if we have an unknown subject and object, for example *Boko* as a subject and *suki* as an object? *Boko* and *suki* are made-up words that do not exist in the Romani language. Do the children know how to use the known grammatical rules of possessiveness and to apply them to new words they do not know? The results show that the children can do this successfully and there are no statistical differences between the age groups. All the groups of children perform this test equally well, but comparing the results of boys and girls one can see that again boys do better than girls. The differences between boys and girls are statistically significant ($F(1,16) = 30,748$, $p = .00004$). This is shown in Figure 5.

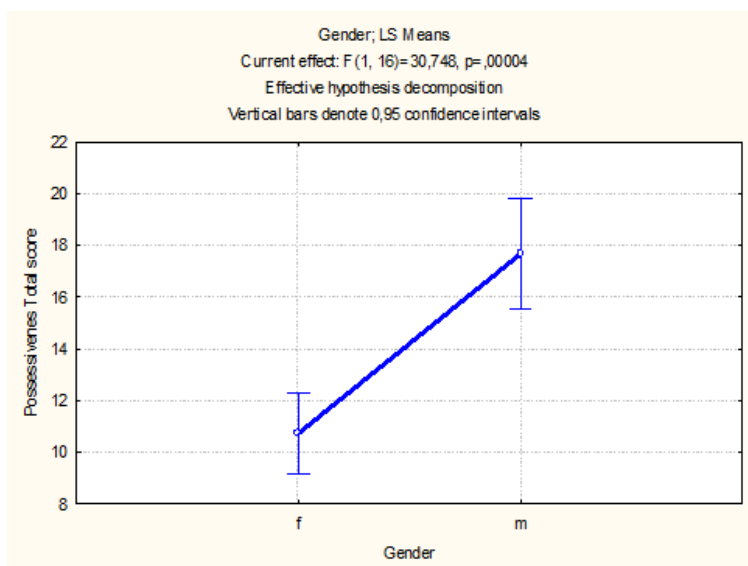


Fig. 5. Possessiveness: Total score as a function of gender

The Tense test shows that the children know and correctly use the Present, Future and Past tenses. Here also, as in the previous test, there were made-up verbs which do not exist in Romani, and the children were tested to see if they can apply the grammatical rules for the three tenses to verbs unknown to them. The results show that the children perform the test successfully and there are statistically significant differences between groups ($F(2,16) = 5,0837, p = .01954$). This is shown in Figure 6. Again, boys are much better at performing this test. The differences between the results of boys and girls are statistically significant ($F(1,16)= 40,930, p = .00001$).

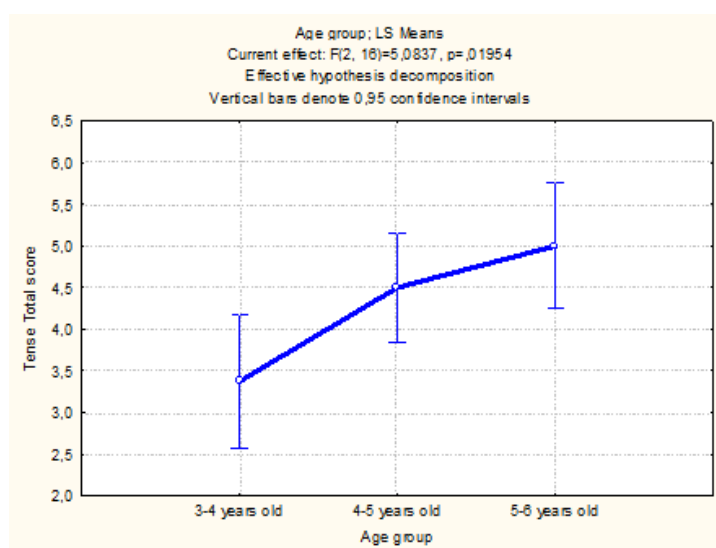


Fig. 6. Tense: Total score as a function of age group

The Aspect test measures the children’s knowledge about the aspect of a verb. In Romani, as in many Slavic languages, there are two aspects: complete and incomplete. One and the same verb can show both actions, depending on the suffixes used. However, the children were given made-up verbs and were tested for

their ability to apply the grammatical rules of using different suffixes to unknown verbs. The results are given in Figure 7.

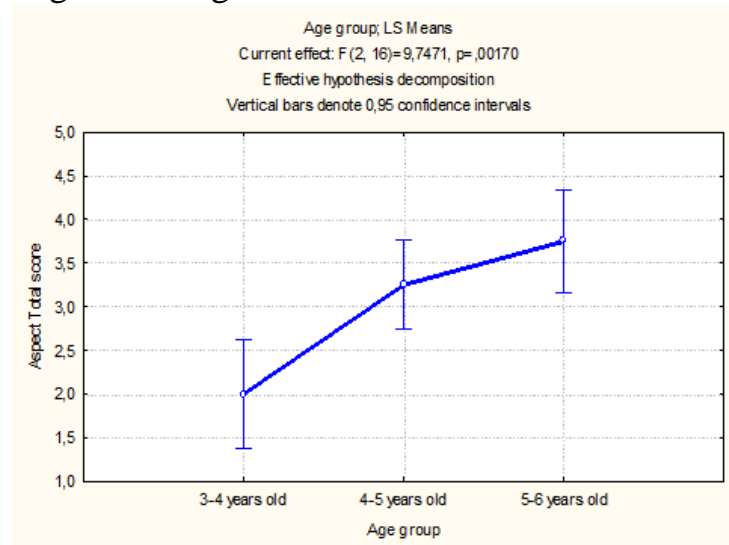


Fig. 7. Aspect: Total score as a function of age group

The differences between the groups are statistically significant ($F(2,16)=9,7471, p = .00170$). Older children are much better at applying the suffixes to unknown verbs than younger children. Boys again do much better than girls and the differences are statistically significant ($F(1,18) =27,826, p=.00008$).

Study 3 Interviews with parents

Parents of children from the kindergarten were asked for an interview on their children's language use and language knowledge. The interview had 15 questions and was an adapted version of a parents' interview developed at the University of Delaware, United States. The answers of the parents are discussed below. Usually Roma families are extended and there is not just one caregiver. In a way, taking care of children is a responsibility of the whole family/whole community. Very often children are left for the whole day with older siblings in the house or with adult relatives. In this way they have access to different registers and different styles of communication.

Eighty percent of the mothers are illiterate, and 20 percent have a primary school education. Actually the fathers are those who have a better education – basic school education. But the parents do not have books or children's books at home and they do not read books to their children. Knowledge about the world is provided orally by the parents and/or elderly members of the family.

Thirty-three percent of the families do not have a TV at home and the children do not have access to TV programs. In the families that do have a TV at home, the children watch programs maximum 30 minutes per day, because the parents involve the children in different family activities and watching TV is considered to be a waste of time.

None of the families have a computer at home. None of the children have any smartphones or iPads or any other electronic devices. There is no computer at the

kindergarten, either. The children do not have any experiences with electronic devices.

The languages used at home are Croatian and Romani. Thirty-three percent of the parents say they use mainly Albanian at home with their children. These are Roma families who emigrated from Kosovo. The Croatian spoken in the houses of the Roma and in the whole community is not the standard Croatian but an ethnolect, created by the Roma in their communication among themselves.

Between siblings and in the community, in communication with children or community members, mixed Croatian and Romani is used. The use of Romani is more with fathers and elderly male representatives of the community. The mothers usually speak more Croatian.

This small questionnaire actually gives a lot of information about the language situation of the children and families. So if we have to summarize the situation in this particular community, the trends are clear: most of the parents are illiterate or with low education, the children do not have access to any children's books at home, they do not have the possibility to watch TV more than 30 minutes a day, no access to computers or other electronic devices. The languages used at home and in the community are an ethnolect of Croatian and Romani.

4. Discussion and Conclusions

The research with the children and the interviews with the parents show that the children mainly learn their mother tongue through oral communication with parents and community members. Through different genres of oral culture which still exist in the Roma community, the children acquire the Romani language. The lack of computers and other electronic devices, as well as the lack of children's books at home show that the children learn the language only through oral communication at home and in the community.

The Roma children who grow up in a language environment rich of metaphors not only learn the grammatical structures of the language, but also its semantics. This helps them to acquire the complex grammatical categories in their mother tongue from a very early age.

In most of the studies on child language development, girls are those who have better language skills than boys. But as we see in this study, actually boys performed all the tests better than girls. This means that the boys have better developed grammar. But why is this? Why do boys have better language skills in Romani and not girls? In general, in this particular community the language used for communication is an ethnolect of Croatian. The Roma developed among themselves a variety of Croatian which is different from the standard Croatian and different from the dialects spoken by Croats. Any native speaker of Croatian can hear that Croatian spoken by Roma has an accent that makes it very different from Croatian spoken by Croats. Girls are usually kept at home and their task is to help their mothers with taking care of younger brothers and all household chores, and usually the mothers speak an ethnolect of Croatian to them. Boys are more actively involved with their fathers in activities outside the community, and the fathers communicate

with them in Romani, because Romani outside the community serves as a secret language. So due to the fact that boys are more often with their fathers, who speak Romani to them, they learn Romani better than girls, who stay at home and the mothers speak the ethnolect of Croatian to them.

Normally developing Roma children's knowledge on different grammatical categories in Romani grows with increasing age. Boys, who are considered to be the future fathers in the community and on whom lies the responsibility of raising a family, i.e. bringing in money for the families by working outside the community, are actually much better equipped with Romani grammar skills than girls. Romani outside the community serves as a secret language.

References

1. Beller, S. (2008). *Fostering Language Acquisition in Daycare Settings*. The Hague: Bernard van Leer Foundation.
2. Black, B. & Logan, A. (1995). Links between communication patterns in mother-child, father-child, and child-peer interactions and children's social status. *Child Development*, 66, 255–271.
3. Bloom, L. et al. (1996). Early conversations and word learning: contributions from child and adult. *Child Development*, 67, 3154–3175.
4. Blount, B. (1995). Parental speech and language acquisition: an anthropological perspective. In: *Language, Culture, and Society. A book of Readings. Second edition*, (pp. 551–566). B. Blount (ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press.
5. Bokus, B. & Garstka, T. (2009). Toward a shared metaphoric meaning in children's discourse. The role of argumentation. *Polish Psychological Bulletin*, 40(4), 193–203.
6. Bowdle, B. (1998) Alignment and Abstraction in Metaphor. In: *Advances in Analogy Research: Integration of Theory and Data from the Cognitive, Computational and Neural Sciences*, (pp. 300–307). K. Holyok, D. Gentner & K. Kokinov (Eds.). Sofia: New Bulgarian University.
7. Crystal, D. (1992). *An Encyclopedic Dictionary of Language and Languages*. London: Penguin
8. Dryll, E. (2009). Changes in metaphor comprehension in children. *Polish Psychological Bulletin*, 40(4), 204 – 212.
9. Elbers, E., Maier, R., Hoekstra, T., Hoogsteder, M. (1992) Internalization and adult-child interaction. *Learning and Instruction*, 2, 101–118.
10. Ervin, S. & Miller, W. (1972). Language Development. In: *Readings in the Sociology of Language*, (pp. 68–98). J. Fishman (ed.). The Hague: Mouton.
11. Gleason, J. Berko (1992). *Language Acquisition and Socialization. University Lecture*. Boston: Boston University Press.
12. Granquist, K. (2012). Metaphors of Finish Roma in Finish and Romani. In: *Endangered Metaphors*, (pp. 293–313). A. Idstrom, T. Falzett, E. Piirainen (eds.). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
13. Haslett, B. (1989). Communication and language acquisition within a cultural context. In: *Language, Communication and Culture. Current Directions*, (pp. 19–34). S. Ting-Toomey & F. Korzenny (eds.). Newbury Park, CA: SAGE Publications.
14. Hoff, E. (2003). Language development in childhood. In: *Handbook of Psychology. Vol. 6. Developmental Psychology*, (pp. 171– 193). R. Lerner, M.A. Easterbrooks, J. Mistry (eds.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

15. Kubanik, P. (2016). Using Romani in language socialization in a Czech family. In: *Roma: Past, Present, Future*, (pp. 238–249). H. Kyuchukov, E. Marushiakova & V. Popov (eds). Munich: Lincom,
16. Kyuchukov, H. (2014a). Acquisition of Romani in a bilingual context. *Psychology of Language and Communication*, 18, 211–225.
17. Kyuchukov, H. (2014b). Romani language assessment of Roma children. *Journal of Language and Cultural Education*, 2, 52–64.
18. Kyuchukov, H. (2010). Romani language competence. In: *Situation of Roma Minority in Czech, Hungary, Poland and Slovakia*, (pp. 427–465). J. Balvin and L. Kwadrants (eds.). Wrocław: Prom.
19. Kyuchukov, H. & de Villiers, J. (2014a). Roma children’s knowledge on Romani. *Journal of Psycholinguistics*, 19, 58–65.
20. Kyuchukov, H. & de Villiers, J. (2014b) Addressing the rights of Roma children for a language assessment in their native language of Romani. Poster presented at the 35th Annual Symposium on Research in Child Language Disorders. Madison, Wisconsin June 12–14.
21. Kyuchukov, H., Kaleja, M. & Samko, M. (2016). Roma parents as educators of their children. *Intercultural Education*, 26, 444–448.
22. Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press.
23. Macwhinney, B. (2001) First language acquisition. In: *The Handbook of Linguistics*, (pp. 466–489). M. Aronoff & J. Rees-Miller (eds.). Oxford: Blackwell Publisher.
24. Ochs, E. & Schieffelin, B. (1983). *Acquiring Conversational Competence*. London: Routledge & Kegan Paul.
25. Ochs, E. & Schieffelin, B. (1995). Language acquisition and Socialization: Three developmental stories and their implications. In: *Language, Culture, and Society. A book of Readings. Second edition*, (pp. 470–512). B. Blount (ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press.
26. Ozcaliskan, S. (2014). Development of metaphor. In: *Encyclopedia of language development*, (pp. 374–375). P. Brookse, V. Kempe, & G.J. Golson (eds.). NY: Sage Publishers.
27. Penalosa, F. (1981). *Introduction to the sociology of language*. Rowley, MA: Newbury House Publishers.
28. Rácová, A. & Samko, M. (2015). Structural Patterns and Functions of Reduplicative Constructions in Slovak Romani. *Asian and African Studies*, 24, 165–189.
29. Reger, Z. & Gleason, J. Berko (1991). Romani child-directed speech and children’s language among Gypsies in Hungary. *Language in Society*, 20(4), 601–617.
30. Reger, Z. (1999). Teasing in the linguistic socialization of Gypsy children in Hungary. *Acta Linguistica Hungarica*, 46(3–4), 289–315.
31. Rondal, J. (1985). *Adult-Child Interaction and the Process of Language Acquisition*. New York: Praeger Publishers.
32. Samko, M. & Kapalková, S. (2014). Analýza naratívnej schopnosti rómskeho dieťaťa v rómčine a slovenčine. *Psychológia a Patopsychológia Dieťaťa*, 48, 372–384.
33. Winner, E. (1988). *The Point of Words. Children’s Understanding of Metaphor and Irony*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ПЕРЕКЛАДУ У МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Юлія Крилова-Грек

doca123@ukr.net

Державний університет телекомунікацій, Україна

Received April 14, 2017; Revised June 5, 2017; Accepted June 17, 2017

Анотація. У статті розглянуто маніпулятивний переклад як одну з технологій контролю над свідомістю реципієнтів. Ми зазначаємо, що такий переклад є допоміжним засобом впливу на аудиторію, яка є споживачем єдиного інформаційного поля, яке характеризується мовною, національною та територіальною належністю. У праці проаналізовано переклади, що стосуються основних політичних новин у світі та в Україні. Автором було проаналізовано вітчизняні та зарубіжні інформаційні повідомлення. Шляхом наукового аналізу ми зіставили першоджерела та перекладені версії однієї й тієї самої новини, що дало змогу зробити висновок, що маніпулятивний переклад здійснюється за допомогою певних прийомів. Автор виокремила п'ять прийомів маніпулятивного перекладу. Наведено приклади їхнього вживання та показано, як маніпулятивний переклад викривляє вихідну інформацію. У статті також окреслено роль семантичних одиниць у перекладі, зокрема як заміна семантичної одиниці на синонімічну, але з відмінним центральним ключовим словом цього семантичного поля, дає змогу «майстерно» маніпулювати вихідною інформацією. У роботі продемонстровано, що прийоми перекладацьких маніпуляцій в медіапросторі є потужним інструментом пропаганди.

Ключові слова: маніпулятивний переклад, свідомість аудиторії, новини, медіа, прийоми маніпуляції.

Krylova-Grek, Yulia. Psycholinguistic Aspects of Manipulative Translation in Media.

Abstract. This article covers the issue of manipulative translation as one of the techniques to control the consciousness of the audience. The author indicates that such a type of translation is a supplement tool for influencing the people who are consumers of common media space characterized by the common language, national and territorial belonging. In the article, the text translation concerning the current political issues and news which took place in the world and in Ukraine, are analyzed. Among the main sources were national and international news reports. Using scientific analysis the original source and its translation variants were compared. As a result, the author drew a conclusion that for the manipulative translation the same techniques are used, five of them being viewed as techniques of manipulative translation. The examples of their implementation show how the manipulative translation misrepresents the source information. Our understanding is that the manipulative translation in combination with other manipulation techniques works as savvy propaganda.

Keywords: manipulative translation, consciousness of the audience, news, media, manipulation techniques.

1. Вступ

Процеси глобалізації впливають на розвиток людства загалом, і мова в цих процесах не є винятком. Розвиток мови прийнято порівнювати з живим організмом, якому притаманні зміни і на рівні лексики, і на рівні смислів:

семантичні одиниці наповнюються новими сенсами, змінюються поля їх значень; в залежності від контексту, вони змінюють свою функціональну роль. Сучасна мова поповнюється новими семантичними одиницями, що переходять із інших мов, зберігаючи або змінюючи свої семантичні поля.

Сучасні медіа постійно мають справу з перетіканням інформації з однієї мови в іншу шляхом перекладу. У цьому контексті потрібно зауважити, що сьогодні питання перекладу давно вийшло за межі лінгвістичної компетенції і більш валідні результати можна отримати аналізуючи питання перекладу в міжгалузевому полі. У цій роботі увагу зосереджено на питаннях, пов'язаних із відповідною передачею сенсу при перекладі та впливом медійної інформації на свідомість.

У розрізі політичної комунікації переклад нерідко використовують як механізм впливу на свідомість аудиторії, яка перебуває під дією певного інформаційного поля. У контексті сучасних подій це питання набуло особистої актуальності. Аналіз психолінгвістичних особливостей функціонування маніпулятивного перекладу є одним із засобів медіаосвіти, завдання якої полягає у забезпеченні протидії інформаційно-комунікаційному впливу на населення своєї країни. Більш того, розгляд цього питання має важливе практичне значення, оскільки вчасне виявлення та відповідь на подібні маніпулятивні переклади – одна з умов інформаційної безпеки країни, що й зумовлює актуальність нашого дослідження.

Аналіз літературних джерел показав, що наукові дослідження, присвячені пов'язаним із політичним дискурсом або роботою медіа питанням, здійснювались на матеріалах репрезентованих однією мовою. Наприклад, висвітлювалися проблеми, пов'язані із соціальною комунікацією (О. Т. Барішполець, В. П. Конецька, Р. Димблбі і Г. Бертон), особливістю функціонування масової комунікації та її вплив на особистість (О. В. Волошенюк, О. С. Хоменок, Т. В. Іванова, Л. М. Кульчинська). У межах філологічних наук здійснювались дослідження медіатексту в політичній комунікації (Кіру К. В.) та мовної маніпуляції (Кучеренко К. В.). Зв'язок мови з соціальним контекстом і свідомістю аналізували в працях Ю. Н. Караулов, Н. В. Уфимцева, Є. Ф. Тарасов та ін. Дослідженню комунікативної діяльності особистості, функціонального призначення мови та мовлення присвячені праці Л. С. Виготського і С. Л. Рубінштейна; питанням вираження сенсу через мову займалися І. О. Зимня, Т. М. Дрідзе, Є. Ф. Тарасов, Ю. О. Сорокін, О. М. Шахнарович та ін. У психології дослідження стосовно репутації особистості у соціально-політичній комунікації виконували О. Ю. Трубецької, О. Б. Перелигіна, рекламну комунікацію вивчали В. П. Белянін, О. М. Лебедев. У той же час питання порівняльного аналізу вихідної та перекладеної інформації з вираженим політичним відтінком не розглядали в працях вітчизняні та зарубіжні дослідники.

Відтак, аналіз літературних джерел показав, що з погляду психолінгвістики, переклад як засіб маніпуляції в сучасному інформаційному

просторі спеціально не вивчали сучасні науковці, що й зумовило тему нашого дослідження.

2. Методи дослідження

Оскільки мета нашого дослідження – вивчення прийомів маніпуляції свідомістю через медіапростір за допомогою перекладу, то для вивчення питання ми використовували такі загальнонаукові методи: збір даних, вивчення праць суміжних дисциплін за темою дослідження, контент-аналіз відібраного матеріалу, інтент-аналіз вихідного та перекладеного текстів, порівняльний аналіз кількох інформаційних джерел. Зазначені методи розроблені, апробовані і дають змогу одержати валідні дані.

Для дослідження було обрано тексти з вітчизняних та зарубіжних видань. Ми аналізували спосіб репрезентації події в перекладеному варіанті та порівнювали з першоджерелом. Психолінгвістичний підхід дав змогу надати оцінку інтенціям, засобам і технікам, що використовують у маніпулятивному перекладі, та виокремити прийоми маніпулятивного перекладу.

3. Процедура дослідження

У дослідженні автором запропоновано поняття «маніпулятивного перекладу», що означає переклад, зумовлений соціально-політичним контекстом, який призводить до свідомого невідповідного розшифрування кодів іншої мови та навмисного викривлення змісту, в результаті чого відбувається зміна чуттєво-інтуїтивного відображення вихідної реальності та підміна вихідної інформації.

Психолінгвістичний аналіз перекладу передбачає комплексний аналіз змісту тексту, розглядає види контекстів закладені в ньому, аналізує інтенцію вихідного тексту та залучає процеси обрання відповідного варіанту перекладу (Крилова-Грек, 2007).

Підаючи обрані тексти ретельному контент-аналізу та порівнюючи смисли, за допомогою інтент-аналізу досліджено, які техніки маніпуляції використовуються при перекладі, а потім – на підставі порівняння смислових відтінків оригіналу та перекладу – особливу увагу зосереджено на виокремлених прийомах маніпулятивного перекладу, проаналізованих на прикладах з інформаційних медійних джерел. Дослідження показало, як саме маніпулятивний переклад спотворює інформаційну картину світу, формуючи таким чином хибні уявлення про реальність у аудиторії, що потрапляє під дію такого інформаційного простору.

Ми розглядали ситуації, в яких переклад використовували в політичних цілях, як механізм впливу на свідомість. Зазначений механізм дає змогу маніпулювати уявленнями про подію, балансує на відмінностях різних мов та висвітлювати факт, посиляючись на респектабельне іноземне джерело. Спекуляція на неточностях перекладу перетворилась на засіб перекручування смислів, оскільки система понять, слів (імен), через які людина сприймає світ та суспільство, є найголовнішим засобом підкорення (С. Кара-Мурза, 2007).

4. Обговорення результатів

Існує думка, що будь який медіа-продукт – це сконструйована реальність, яка відбиває не реальний світ, а деякі відібрані та суб'єктивні уявлення про нього, і, як сказав канадський соціолог Гарольд Інніс, усі медіа не об'єктивні через те, що переслідують цілі контролю простору та часу (Tremblay, 2014).

Серед загальних технік маніпуляцій, які застосовуються при перекладі виокремлюємо покликання на авторитетні іноземні джерела та покликання на автора, який є «неупередженим експертом».

Що стосується маніпулятивного перекладу, то при роботі з першоджерелом перекладач або медіа-фахівець працює, перш за все, зі смислами та їх корекцією, у відповідності до поставлених завдань. Нами було виокремлено такі прийоми маніпулятивного перекладу:

1. *Навмисне додавання або упуцнення семантичних одиниць або частин повідомлення.*

До прикладу наведемо уривок з інформаційного повідомлення видання Forbes, представлене агентством новин «Новостное агентство Харьков». Під час перекладу було проігноровано фразу, що загалом суттєво вплинуло на зміст висловлювання.

Оригінал виглядає так:

“Bad behavior by Putin to be sure, and unjustified. But no one has clean hands, least of all the U.S., which bombs, invades, occupies, and divides other nations as it sees fit without concern for other nations’ interests, international law dictates, or likely consequences”.

Наведене означає, що ніхто, в тому числі США, не має незаплямованої репутації (Doug Vandow, 2016). Водночас, на сторінці видавництва ми читаємо таке: *«Особенно испачканы руки у США, которые бомбят, вторгаются и разделяют другие страны так, как считают удобным, совершенно не учитывая интересы этих стран и нормы международного права»*, що абсолютно не відповідає змісту вихідного висловлювання (Forbes: *Украине пора перестать*, 2016). Як бачимо, упуцнення частини фрази *“but no one has clean hands”* докорінно змінило сенс тексту і перетворилося на маніпулятивно-оцінне судження.

2. *Зміна одних семантичних одиниць на синонімічні, які мають відмінне семантичне поле та викривляють зміст першоджерела.*

Ці переклади є доволі поширеними, тому що такі маніпуляції завжди легше пояснити звичайним мовним непорозумінням. Наприклад, після інциденту зі знищенням російського військового літака СУ-24 над територією Туреччини, президент Ердоган скерував листа російській стороні, переклад якого був розміщений на сайті МЗС Росії (Кремль изменил цитату, 2016).

Переклад відрізнявся від тексту вихідної мови лише однією семантичною одиницею «вибачте», але це настільки змінило тон та зміст повідомлення, що речнику турецького президента Ібрахіму Каліну довелося зробити уточнення та зазначити, що президент Туреччини не вибачався, а лише висловив

співчуття родичам загиблого та висловив сподівання на продовження дружніх стосунків (From Berezovsky to Erdogan, 2017).

Вихідний текст у перекладі на англійську звучав так: “*I say do not feel offended*”, що означає «*Прошу не ображатися*», що має зовсім інше значення на відміну від “Excuse us” чи “I’m sorry”.

Прикладом може слугувати також і так званий договір Вайтангі, підписаний між племенами маорі та британською короною у 1840 році. Різниця між англійським варіантом та перекладом на мову маорі полягала у відмінності лише кількох слів, унаслідок чого зміст набув іншого значення. У тексті на мові майорі сказано, що місцеві жителі погоджуються з перебуванням підданих королеви на острові в обмін на захист з боку імперії.

Доленосними для розвитку майбутніх стосунків між аборигенами та колоністами стали семантичні одиниці, що виражали ідеї суверенітету та незалежності.

У англійському варіанті договору зазначено: “*give absolutely to the Queen of England forever the complete sovereignty over their land*”. Термін маорською “*kāwanatanga*” (governorship) був використаний у значенні «повна незалежність». Фахівці вважають, що доречніше було б вжити семантичну одиницю “*mana*”, яка означає «влада», «авторитет» та були зрозумілими для маорі, оскільки на той час маорі не мали поняття про державний суверенітет і, як вважають дослідники цього питання, не зовсім розуміли зміст документа який підписували (Paul Meredith, Rawinia Higgins *Kāwanatanga*, 2017).

Фактично вживання синонімічної семантичної одиниці з іншим центральним ключовим словом у конкретному семантичному полі перетворило острів на британську колонію.

3. *Зміна послідовності подачі інформаційного повідомлення у першоджерелі.*

При наданні інформації таким чином порушується єдність змістового поля, причинно-наслідковий зв’язок, у результаті в ефір потрапляє інформаційний колаж, який хоч і виглядає як цілісний фрагмент, в дійсності є сукупністю, що використовується для формування певного уявлення про подію.

На практиці трапляються ситуації, коли в одному інформаційному повідомленні застосовано кілька прийомів маніпулятивного перекладу. Наприклад, переклад «РІА Новости» інформаційного повідомлення FT Tony Barber від 2 червня 2015 року стосовно призначення М. Саакашвілі на посаду губернатора Одеської області, вихідне повідомлення виглядало так: “*Odessa appointment raises questions over Poroshenko’s judgement*”, але в перекладі отримало такий вигляд: «*Назначение обладающего сомнительной репутацией Михаила Саакашвили губернатором Одесской области ставит под сомнение здравомыслие президента Украины Петра Порошенко, а само политическое решение может стать началом больших проблем, считает Тони Барбер, обозреватель Financial Times*». Семантична одиниця “*judgement*” (розсудливість, думка) має семантичне ядро, що в цьому контексті істотно

відрізняється від «здравомыслия» (здоровий глузд) (Tony Barber, 2015; Николай Лазаренко, 2015).

Фразу “*Russian-backed separatism in the Donbass region*”, було поставлено в іншу частину тексту і, вона звучить так: «Порошенко назначил Саакашвили, чтобы тот помог осуществлять борьбу с тремя вызовами, которые в данный момент стоят перед Украиной, – *экономический коллапс, институциональная коррупция и борьба с ополченцами Донбасса*», в якому випущена інформація про «*сепаратистів Донбасу, за якими стоїть Росія*» (Tony Barber, 2015; Николай Лазаренко, 2015).

Повідомлення завершує фраза, узятя з середини вихідного тексту, яка також піддалася змінам шляхом упущення частини інформації: «*Также Барбер указывает на стратегическую важность Одесской области, расположенной между Крымом, отошедшим к России по итогам референдума в 2014 году, и Приднестровской Молдавской Республикой*» замість “*One should also keep in mind the strategic importance of the Odessa region, located between Crimea – annexed last year by Russia – and the Russian-supported region of Transnistria in Moldova*”, де фраза “*Crimea annexed last year by Russia*” («Крим анексований в минулому році Росією») була викреслена із контексту (Tony Barber, 2015; Николай Лазаренко, 2015).

Як бачимо, в одному інформаційному повідомленні можуть бути поєднані кілька прийомів маніпулятивного перекладу.

4. *Ігнорування відповідності передачі сенсу при перекладі безеквівалентної лексики (фразеологічні звороти, ідіоми тощо).*

Навмисний переклад фразеологічної одиниці як словосполучення призводить не тільки до помилок у перекладі, але й призводить до втрати змістового навантаження та викривляє думку в цілому. Подана таким чином інформація відповідає заздалегідь поставленим завданням. Наприклад, подати події в непривабливому світлі, підкреслити загрозу або висвітлити ситуацію у вирашному світлі. Прикладом може слугувати ідіома “*tough cookie*”, яку Дональд Трамп сказав про В.Путіна в інтерв’ю, яке він дав виданню “*Fox News Channel*” (Jon Snow, 2017). Дослівний переклад ідіоми «тверде печиво» замайорів в більшості назв українських ЗМІ, виставляючи президента недружньої нам держави у непривабливому вигляді. У той же час російські ЗМІ з гордістю надали більш відповідний переклад «крепкий орешек» (Трамп назвав Путіна, 2017; Мария Бондаренко, 2017).

5. *Прийом «вільної суб’єктивної трактовки», коли перекладач переформулює вихідне повідомлення відповідно до поставлених завдань.*

Така ситуація чітко прослідковується при перекладі промови Джо Байдена, яку він виголосив 9 грудня з трибуни Верховної Ради. Переклад російського інтернет видання «*Expert Online*» виглядає так: «В мире нет ни одной другой страны, где коррупция процветает так, как в Украине» (Вице-президент США, 2015). Вихідний текст не містить потрібної інформації і звучить як “*But I can tell you, you cannot name me a single democracy in the world where the cancer of corruption is prevalent*”. Українською це звучить: «Я хочу сказати, що ви не зможете назвати жодної демократичної країни, у якій процвітає корупція». Як бачимо, в тексті не міститься ніяких прямих посилань на Україну (Remarks by

Vice President, 2015). Важливо відзначити, що у оригінальному повідомленні акцент робиться на слові “democracy” (демократія), водночас в українському перекладі наголошується на зв’язці «корупція-Україна».

Висновки

Отже, нами було виокремлено п’ять прийомів маніпулятивного перекладу:

1) навмисне додавання або упущення семантичних одиниць або частин повідомлення; 2) зміна одних семантичних одиниць на синонімічні, які мають відмінне семантичне поле та викривляють зміст першоджерела; 3) зміна послідовності подачі інформаційного повідомлення у першоджерелі; 4) ігнорування відповідності передачі сенсу при перекладі безеквівалентної лексики (фразеологічні звороти, ідіоми тощо); 5) прийом вільної суб’єктивної трактовки.

Вищезазначені прийоми маніпулятивного перекладу працюють у тандемі із загальними прийомами і техніками маніпуляції та в сукупності створюють враження достовірності та вагомості інформації на яку посилаються медіа. Оскільки більшість учасників інформаційного поля обмежена мовними бар’єрами, браком часу для аналізу різних джерел або низьким рівнем критичного мислення, то, на нашу думку, що така форма подання інформації може справляти істотний сугестивний вплив на реципієнта.

Література

References

1. Крилова-Грек Ю. М. Психолінгвістичні особливості перекладу семантичних одиниць: Дис.... канд. психол. наук: 19.00.01. Київ, 2007.
Krylova-Grek, Y.M. (2007). Psycholinguistic peculiarities of translation of semantic units [The psycholinguistic peculiarities of semantic units]. Ph.D. dissertation. Kyiv.
2. Кара-Мурза С. Г. (2007), Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2007.
Kara-Murza, S. G. (2007). Manipuliaciya Soznanie [Consciousness Manipulation]. Moscow: Eksmo.
3. Шмелев И. В. Историческая ретроспектива договора Вайтанги // Вопросы современной юриспруденции: Сб. ст. по матер. V междунар. науч.-практ. конф. № 5. Новосибирск: СибАК, 2011. Режим доступа: <https://sibac.info/conf/law/v/37958>.
Shmelov, I.V. (2011). Istoricheskaya retrospektiva dogovora Waitangi [The historical retrospective of Waitangi treaty]. *Voprosy Sovremennoy Yurysprudentsyy. Conference Proceedings*, 5. Retrieved from: <https://sibac.info/conf/law/v/37958>.
4. Tremblay, G. (2014). From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From the global village to the world empire. *Canadian Journal of Communication*, 37(4).

Sources

1. Вице-президент США назвал Украину самой коррумпированной страной в мире. (2015, Апрель 11). Expert Online Vice-prezident ssha nazval ukrainu samoi korrumpirovannoi stranoi v mire. (2015, April 11). Retrieved from: <http://expert.ru/2015/12/8/vitse-prezident-ssha-nazval-ukrainu-samoj-korrumpirovannoj-stranoj-v-mire/>
2. Forbes: Украине пора перестать строить из себя принцессу, ожидающую рыцаря. (2016, Март 27). Новостное агентство Харьков.

- Forbes: Ukraine pora perestat stroit iz sebya princessu, ozhidayushhuyu rycarya. (2016, Mart 27). Novostnoe agentstvo Kharkov. Retrieved from: <https://nahnews.org/657737-forbes-ukraine-pora-perestat-stroit-princessu-v-ozhidanii-rycarya-na-belom-kone>.
3. Николай Лазаренко (2015, Червень 2). FT: назначение Саакашвили – начало больших проблем Порошенко.
Nikolai Lazarenko (2015, June 2). FT: naznachenie saakashvili – nachalo bolshix problem poroshenko. Retrieved from: <https://ria.ru/world/20150602/1067801366.html>
 4. Трамп назвал Путина “твердым печивом”. (2017, Березень 19). ЦензорНет.
Trump nazvav Putina “tverdym pechivom”. (2017, Berezen’ 19). TsenzorNet Retrieved from: http://ua.censor.net.ua/news/43_2556/trump_nazvav_putina_tverdym_pechivom.
 5. Мария Бондаренко (2017, Март 19). Трамп назвал Путина «крепким орешком».
Mariya Bondarenko (2017, Mart 19). Trump nazval putina «krepkim oreshkom». Retrieved from: <http://www.rbc.ru/society/19/03/2017/58cde8f49a794717c2202ef4>
 6. “Уточнение перевода”: Кремль изменил цитату из письма Эрдогана к Путину. (2016, Червень 28). Інформаційна агенція УНІАН.
 7. “Utochnenie perevoda”: Kreml izmenil citatu iz pisma erdogana k putinu. (2016, Cherven’ 28). Informatsiyana ahentsiya UNIAN. Retrieved from: <https://www.unian.net/world/1390007-kreml-izmenil-tsitatu-iz-pisma-erdogana-k-putinu.html>.
 8. Doug Bandow (2016, March 25) Busted Fantasies In Kiev: America And Europe Won’t Save Ukrainian Maiden In Distress. *Forbes*. Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/dougbandow/2016/03/25/busted-fantasies-in-kiev-america-and-europe-wont-save-the-ukrainian-maiden-in-distress/3/#4243b00e6166>
 9. From Berezovsky to Erdogan: who and what were apologizing for Putin. (2017, February 7). *FreeNews English*. Retrieved from: <http://freenews-en.tk/2017/02/07/from-berezovsky-to-erdogan-who-and-what-were-apologizing-for-putin/>
 10. Jon Snow [The Viral Network]. (2017, March 19). Trump: “Putin Is One Tough Cookie” (19.03.2017). Retrieved from: https://www.youtube.com/watch?v=glVY2afl_d4
 11. Paul Meredith, Rawinia Higgins Kāwanatanga. Māori engagement with the state / Paul Meredith, Rawinia Higgins Kāwanatanga. Retrieved from: <http://www.teara.govt.nz/en/kawanatanga-maori-engagement-with-the-state/page-1#2>
 12. Remarks by Vice President Joe Biden to The Ukrainian Rada. (2015, December 9). The White House, Office of the Vice President. Retrieved from: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2015/12/09/remarks-vice-president-joe-biden-ukrainian-rada>.
 13. Tony Barber (2015, June 2). Odessa appointment raises questions over Poroshenko’s judgement. *Financial Times*. Retrieved from: <https://www.ft.com/content/1751c125-d923-3755-88e7-c5378a952578>

COMMUNICATIVE TYPES OF SELF-DISCLOSURE IN PUBLIC SPEAKING SETTING

Larysa Kyrychuk
ky-la-my@ukr.net

Lesya Ukrainka Eastern European National University, Ukraine

Received March 23, 2017; Revised June 21, 2017; Accepted June 24, 2017

Abstract. The present paper focuses on the study of the communicative nature of self-disclosure as a technique of verbal influence on people. The phenomenon of self-disclosure is interpreted as the process of divulging private information to others. The aim of the study is to determine the specific features of self-disclosure in a public speaking context. The paper discusses the communicative conventions and parameters of the public speaking scenario as the factors that determine a certain manner of self-disclosing. The key assumption of the study is that public self-disclosure should be viewed as a tactic of self-presentation that promotes the speaker's image building. In order to indicate the verbal forms that speakers use while disclosing private information in public the discourse and lexical-grammatical analyses of eight celebrity interview texts are conducted. The results of the research demonstrate that the speakers use recurrently certain verbal patterns which are identified as statements of self-description (it includes statements of self-confirmation, self-assurance, personal preferences and personal aspirations), self-narrative and attitude statements. The study also shows which types of the statements are used more frequently than the others, particularly, the statements of self-confirmation, personal aspirations and self-narratives are apparently preferred by the speakers as tactics of public self-disclosure. The paper highlights the fact that the self-disclosure tactics are employed by public speakers selectively and that their choice is motivated by the speakers' strategic goal of impression management.

Keywords: *self-disclosure, self-presentation, public speaking, communicative tactic, private information, verbal pattern.*

Киричук Лариса. Комунікативні типи саморозкриття в ситуації публічного мовлення.

Анотація. Статтю присвячено вивченню комунікативної природи саморозкриття як методу вербального впливу на людей. Явище само-розкриття визначається як процес розголошення приватної інформації про себе. Мета дослідження – визначити специфіку саморозкриття у ситуації публічного мовлення. У статті проаналізовано умови й параметри сценарію публічного мовлення як чинники, що зумовлюють певну манеру саморозкриття. Базовою позицією дослідження є трактування само-розкриття як тактики самопрезентації, що сприяє створенню іміджу мовця. Для визначення вербальних форм, які використовують мовці, розголошуючи приватну інформацію про себе, було здійснено дискурсивний та лексико-граматичний аналіз 8 текстів інтерв'ю зі знаменитостями. Результати дослідження засвідчили те, що мовці постійно використовують певні вербальні моделі, які визначаються як висловлювання автохарактеризації (до цієї групи належать висловлювання самоствердження, самопереконавання, особистих уподобань та особистих прагнень), автонаративу та висловлювання особистої позиції. Дослідження також продемонструвало, які саме типи висловлювань використовують частіше, ніж інші, зокрема, висловлюванням само-ствердження, особистих прагнень та автонаративу як тактикам саморозкриття надається очевидна перевага. Стаття акцентує вибірковість застосування мовцем тактики

саморозкриття, оскільки їх вибір є мотивованим стратегічною метою мовця здійснювати контроль за створенням враження.

Ключові слова: саморозкриття, самопрезентація, публічне мовлення, комунікативна тактика, приватна інформація, вербальна модель.

1. Introduction

In recent years the scholars' interests have focused on conversational techniques used by an individual in different types of discourse. Specifically, there is a growing body of literature that recognizes the importance of the study of communicative tactics, their intentional aspects and functions in an interaction. One of the conversational tactics speakers frequently resort to is self-disclosure.

Self-disclosure is interpreted as both the conscious and subconscious act of revealing a person's inner being to others or an interaction between at least two individuals where one intends to deliberately divulge something personal to another. This may include thoughts, plans, goals, dreams, aspirations, emotions, likes, dislikes, failures, successes, etc. (Cozby, 1973; Derlega et al., 1993).

Before sharing private information, whether it is personal experience or a life story or attitudes and values, the speaker is likely to be aware of its potential risks in a certain situation; on considering the situation s/he may proceed with disclosing either high risk or low risk information. Consequently, the research of self-disclosure should also include an overview of the situational context in which self-disclosure is taking place.

The phenomenon of self-disclosure has been studied by scholars as the process of relational development and as a conversational tactic in different types of discourse. The research to date, in particular, has tended to focus on the interactional role of self-disclosure in interpersonal, and/or intimate, and/or on-line communication. However, little researchers' attention has been paid to defining its distinguishing features in a public speaking context.

The objective of the present paper is to examine the specific features of self-disclosure in a public speaking situation in order to define its typical verbal patterns employed by public actors while disclosing private information. The study of the communicative types of self-disclosure in a public context seeks to indicate the regular tactics used by the speaker to influence the process of impression management. In this light, the analysis undertaken within this project may eventually contribute to our understanding of some mechanisms of public image building.

1.1. Background

Self-disclosure has been studied within the framework of psycholinguistics, sociolinguistics and psychology and the scholars have worked out a few theories and approaches within the self-disclosure studied.

Social penetration theory argues that the process of relationship development occurs primarily through self-disclosure which increases in breadth (the range of topics discussed) and in depth (sharing sensitive information) as a relationship

progresses (Altman & Taylor, 1973). The theory offers an ‘onion’ approach to self-disclosure stating that in most relationships people gradually reveal the layers of their personality like we peel the layers from an onion.

Social comparison theory states that people evaluate themselves in comparison with others (Hargie, 2011). More precisely, disclosing information about their intellectual aptitude helps them decide whether they are superior or inferior to others or whether they are the same or different from others. Disclosing about abilities or talents can also lead to self-validation (if the addressee reacts positively). Hargie O. points out four main categories of self-disclosure that include 1) observations (of what one has done and experienced), 2) thoughts (one’s judgements about one’s experience), 3) feelings (expressing an emotion, e.g., ‘I am happy’), 4) needs (that are communicated as variations of the prototypical statement ‘I want/need to do’).

The Johary window theory suggests that parts of oneself are open, hidden, blind and unknown, and that in a relational context the amount of information the speaker discloses fluctuates depending on what the listener knows about him/her (Luft & Ingham, 1969). Bringing information from one of the ‘windows’ of self to the open in an interaction with others helps the speaker form or modify his/her self-concept and determines the trajectory of the relationship. Hence, the Johary window theory is referred to as a disclosure model of self-awareness.

S. Jourard (1971) defines self-disclosure as making oneself ‘transparent’ to others through communication, i.e. when one tells others things about him/herself which help them see his/her uniqueness as a human being. Jourard S. believes that self-disclosure fosters openness, healthy relationships and an enthusiasm to grow within the personal and social sphere.

The brief overview of the approaches to the self-disclosure research makes possible to highlight the following positions that our further analysis will be based upon:

1. Self-disclosure can serve as a tool to establish relationship between the speaker and others, so that it would ensure favorable atmosphere for communicating one’s message as well as influencing others.

2. Self-disclosure is a process through which a person is constructing his/herself or validating his/her image. This occurs by setting up a balance between privacy and publicness in an interaction.

3. Self-disclosure is situationally bound, that is the amount, breadth and depth of information disclosed is monitored by the speaker depending on the contextual variabilities. In fact, the process of self-disclosure involves many speaker’s decisions including what, when, where and how to disclose. All these decisions may vary by context as people follow different patterns of self-disclosure in different types of discourse – academic, or professional, or personal, or public, etc.

2. Methods

The method used in our research to process the data is discourse analysis, which is traditionally applied to interpretation of linguistic occurrences in newspaper reports and media interviews. According to this qualitative approach the cases of

self-disclosure are treated as forms of social practice which are employed to reflect social realities. The macro-analytical approach to the study of the public speaking situation makes it possible to trace how broader social processes determine the choice of a self-disclosure pattern in a certain interactional context, while the details of verbal expressions are examined on the micro-analytical level. Thus, following the methodology of discourse analysis we outline the distinguishing features of the public speaking context in which self-disclosure is occurring and then we index the speakers' system of verbal structures of self-disclosure that are recurrently used. The study, thus, involves lexical-grammatical analysis of the texts of eight interviews with outstanding personalities – Oprah Winfrey, Daniel Pink, Thich Nhat Hanh, JK Rowling, Tina Fey, Ellen De Generes, Jay-Z and Barak Obama. Identifying the linguistic features of speakers' self-disclosure allows us to point out the typical self-disclosure patterns which are categorized as the self-disclosure types, namely, self-description, self-narrative and attitude statements. The lexical-grammatical analysis of the self-description "I structures", in particular, results in indicating the following types of self-description: the statements of self-confirmation, self-assurance, personal preferences and personal aspirations.

3. The study

3.1. Self-disclosure in public speaking situations.

Public speaking is traditionally viewed as an oral presentation of one's knowledge, thoughts, ideas, feelings, etc. in which the speaker addresses an audience. The speaker's performance style is conditioned and limited by the situational factors, such as social significance of the topic(s), the demographical, psychological and multicultural parameters of the audience and the social status and transparency of the speaker. In this research we focus on the extemporaneous type of public speaking which occurs when the speaker is asked to talk about a particular topic without prior notice.

Among the communicative contexts (interpersonal, intimate, small-group, organizational, mass-mediated, computer-mediated communication, etc.) the public speaking one is characterized by the direct/indirect contact with the audience, in other words, the speaker is aware of the audience's attitudes, expectations, preferences and, thus, s/he tries to follow the prototype of the speaker that is expected in the definite communicative context.

The process of self-disclosure in a public speaking situation assumes a particular character that makes it distinguishable against interaction in other types of communicative situations. While achieving their communicative goals competent public speakers use self-disclosure selectively in order to make an impression of being open and honest and, thus, authentic. Public persons having had an experience of acting in spotlight situations are, habitually, able to discern the social expectations of the audience and then to proceed by utilizing an appropriate type and/or level (superficial or deep) of self-disclosure. This involves the process of self-monitoring which is viewed as a component of self-presentation (Schlenker, 1985).

3.2. Self-disclosure and self-presentation.

M. Leary (2012) claims that because people's outcomes in life depend heavily on how others perceive and evaluate them, they are motivated to convey certain impressions of themselves to others and to refrain from conveying other, undesired impressions. Thus, no matter what else they may be doing, people typically monitor and control their public identities that involves the process known as self-presentation (or impression management). A great deal of public behavior is, in part, determined or constrained by people's concern with others' impressions and evaluations of them.

The terms 'impression management' and 'self-presentation' are used synonymously and both mean a goal-directed process in which an individual attempts to influence the perception of other people (Baumeister, 1982; Leary & Kowalski, 1990; Leary, 1995; Leary, 1996). Scholars hold the view that speakers construct the image of themselves to claim personal identity and present themselves in a verbal manner that is consistent with this image. They also believe that images people have of themselves are shaped in and by social interaction (Schlenker, 1980; Schlenker, 2003). In this light self-presentation (impression management) appears to become a selective behavior, that is individuals decide on displaying the aspects of themselves which seem most appropriate to the social context. While controlling the process of their self-presentation they define the parameters of the situation and establish the expected behaviors that fit for the interaction.

Public behavior forces the actor to build an image by which s/he will be recognized by others. The public images of celebrities have usually been shaped and strengthened over years of personality development through the recurrent use and subsequent validation by others. The motivation to engage in self-presentation tends to increase when a person is in the focus of people's attention. Speaking in public is a spotlight performance that makes the individuals become highly aware of their public identities that constitute their public images. (Carver & Scheier, 1998). Therefore, self-presentational behaviors of public persons seem to be primarily driven by the desire to create an impression of themselves on others and, thus, to sustain, reinforce or modify their public images. This habitually occurs when the presenters specify their unique characteristics that distinguish themselves from most others of the comparative class. In other words, public speakers attempt to personalize themselves making their image salient, easily recognized and remembered. This task is effectively achieved by using the self-disclosing verbal tactics that include I-structures ('I am ...', 'I like ...', 'I want ...', etc.) and their varieties ('my desire', 'my goal', 'in my opinion', etc.).

On the other hand, a public speaking event takes place in the framework of a communicative scenario that involves a prototypical speaker. It has commonly been assumed that the conventions and maxims of communication in a social situation set up the standards by which a particular behavior is judged as effective or valuable. Public personalities are usually high self-monitors that is they are able to sense what type of person is expected in the situation and, correspondently, they try to meet the prototype of the social actor to keep up with through the interaction. Therefore, their

public claims and verbal patterns serve as ‘bricks’ used to build up the image that fits the prototype.

The key qualities of the model person that are socially accepted and, in fact, expected in any public speaking context are honesty and openness. (Rosenfeld, 2014). These qualities can be displayed efficiently when the speaker engages in self-disclosure that, by its nature, involves bringing some facts of one’s private life to the open. It should be noted that public personalities are usually aware of being observed by other people and being accountable to the public, that is whatever they say can be checked and verified afterward, hence, they are sooner inclined to choose ‘honesty as the best policy’ and to act veraciously and bona fide while revealing some facts of their private selves.

Consequently, public actors use self-disclosure as a self-presentational technique in order to typify (that is to meet the requirements of the model of the prototypical public speaker) as well as to specify (that is, to personalize or distinguish) their public identity that might promote their image of high sociability.

Self-disclosure and self-presentation are sometimes viewed as divergent processes, namely, self-disclosure is defined as open and honest presentation of the self, whereas self-presentation is seen as a process of making some desired impression on other people. Particularly, the researchers of the therapeutic effects of self-disclosure regard it as an attempt taken by an individual to convey private information about the self. In contrast, self-presentation is viewed as an attempt to package or fabricate information that is in the actor’s best interests. (Baumeister, 1982). However, the other scholars (Jourard, 1971; Johnson, 1981) claim that self-disclosure even in a therapeutic situation includes a great deal of impression management and that a speaker’s objective self-report is a way to instruct others about how one is to be regarded (that is self-presentation) rather than a source of factual information about the self (that is self-disclosure). In this connection, Schlenker (1985) suggests an integrative approach where the private and public selves are seen as intertwined.

It can therefore be assumed that through self-disclosure a presenter informs about his/her attitudes, judgements, experience, plans, etc. and simultaneously attempts to manage impressions on others. As far as a public speaking situation is concerned self-disclosure should be regarded here as a social act intended to impose a certain perspective on the audience from which the presenter is to be observed. It is worth noting that although self-presentation entails giving factual or evaluative information about the public speaker’s self, this information is evidently aimed at projecting a desired public self-image. Since self-disclosure in a public context is used selectively to control the perceptions of others and is, eventually, aimed at influencing the audience, it should be regarded as a tactic of self-presentation.

4. Results and Discussion

The theory of self-presentation elaborated by M. Leary distinguishes four tactics, namely, self-description, attitude statement, nonverbal behavior and social associations (Leary, 1996). Proceeding from the definitions of these tactics, we may

presume that self-description and attitude statement pertain directly to explicit self-disclosure whereas nonverbal behavior and social associations should be regarded as implicit self-disclosure. According to M. Leary, self-description involves sharing individual values, political, social or religious affiliations, occupation, experience or life accomplishments, etc. Attitude statements are made when speakers evaluate their acts or their positioning towards other objects. Attitude statements do not need to be outspoken or direct to be noticed, they can be discerned by the audience in the topic the speaker addresses to or some stylistic devices s/he uses in his/her talk (emphasis, repetition, inversion, epithets, etc.).

As it was stated above the process of self-disclosure occurs when a speaker reveals private information about him/herself or shares his/her feelings, aspirations, opinions, experiences, etc. It may include descriptive and evaluative aspects, that is a speaker informs about actual facts of his/her personal life and simultaneously expresses his/her subjective attitude towards them. Since self-disclosure is actor-focused behavior, it is realized verbally by employing ‘I-structures’ (or ‘my-structures’) that may indicate its various semantic types. Specifically, the verbal forms of self-disclosure extracted from the texts of eight celebrities’ interviews (217 positions) are identified as the markers of certain type of information that is being disclosed. The lexical-grammatical analysis of the collected data resulted in indicating the following patterns of self-disclosure.

Pattern 1. Here belong the structures: ‘I am + noun/adjective ...’, ‘I always/ever/ /generally/usually ...’, ‘I + present tense verb structures’. The occurrences that correspond to this pattern are regarded as the statements of self-confirmation, for example:

1. *I’m a small group person. I don’t want an argument, but I want a conversation that really matters.* (JK Rolling).
2. *I feel like I’ve got happier and happier. I feel like I’m hitting my stride.* (JK Rolling).
3. *I’m not much of a woo-woo guy.* (Daniel Pink).
4. *I feel comfortable wearing this kind of robe.* (Thich Nhat Hanh).
5. *I’m the boss!* (Tina Fey).
6. *I’m clearly a political leader now.* (Barack Obama).
7. *There will be conflicts and difficulties, and I don’t pretend that everybody is going to agree with me all the time.* (Barack Obama).
8. *I’m nonjudgmental in an interview.* (Oprah Winfrey).
9. *I am a thinker. I figure things out. I don’t have a high level of education, but I’m practical and I have good instincts.* (Jay-Z).

Pattern 2. It consists of ‘I structure’ with the verbs of mental activity (*to think, to believe, to understand, to know, to be sure, etc.*). The text fragments where this pattern occurs are identified as the statements of self-assurance, for example:

1. *I knew I could win some argument.* (Barack Obama).
2. *I understood my affiliation to Africa and black people from an early age, but only in positive terms.* (Barack Obama).

3. *I thought I had something interesting to say about how our cultures collide as the world shrinks.* (Barack Obama).

4. *I knew there had to be a different way for me to understand myself as a black man.* (Barack Obama).

Pattern 3. It includes 'I structure' with the verbs of liking (*to like, to love, to admire, to prefer*), predicative forms of the 'fond- type' (*'I am fond of ...', 'I am crazy about ...', 'I am interested in ...'*), 'my structures' with the adjectives *favorite/loved/dear*, etc. The text fragments where this pattern is used are identified as the statements of personal preferences, for example:

1. *I love acting, because it's a vocation from myself.* (Oprah Winfrey).

2. *I don't love it that people recognize me all the time.* (Tina Fey).

3. *I love everything that I do. I love it.* (Oprah Winfrey).

4. *And that first album, Reasonable Doubt, is my favorite, because all the emotions and experiences of 26 years came out in it.* (Jay-Z).

5. *I like to try new things because I get bored so easily.* (Ellen De Generes).

Pattern 4. Here belong 'I structure' with the words of wish-indicating semantics, such as *to want, to try, to be going to, would like*, etc. and 'my structure' with the nouns *goal/desire/wish/aim/intention*, etc. This pattern is referred to as the statement of personal aspirations, for example:

1. *I want to do more than just win.* (Barack Obama).

2. *I want to be part of many voices that help the entire country rise up.* (Barack Obama).

3. *That's is the model I want to encourage.* (Barack Obama).

4. *Instead of trying to compete, I'm going to have my own things, and my own things may be the street or rap music.* (Barack Obama).

5. *My desire is to make sure that my kids are sane, happy, and health – which they are.* (Barack Obama).

6. *I'm not trying to turn everyone into star designers, I'm trying to help people become more literate about design.* (Daniel Pink).

7. *I would like to have a little more balance.* (Oprah Winfrey).

8. *I try to live every moment like that, to keep the peace in my self.* (Thich Nhat Hanh).

9. *I want people to like me – but not at my expense.* (Ellen De Generes).

Pattern 5. It is identified as a succession of 'I structures' with the past (or descriptive present) tense verbs in the predicate that are used to report about connected actions or events. The text fragments in which this pattern is detected are interpreted as self-narrative or storytelling, for example:

1. *When I wrote Mean Girl, I had some archetypes in my head – like the prettiest girl and the most popular girl. And when I was working on the script, I threw in some names of real people from high school and mixed them up with other random names. I later heard from a friend who went to my high school reunion that some of my former classmates weren't pleased. When they saw the movie, they were like, 'What did I do to her?'. I was inadvertently hurtful. So I apologized to the women whose names I used.* (Tina Fey).

2. (*What gives you pleasure?*) *Seeing people around me happy. Here's a story. The first time I went to Capri, Italy, I had some spaghetti, ... it was prepared in such a fresh way that I immediately called my friends to come and share it with me ... That made me happy.* (Jay-Z).

Pattern 6. It includes 'I structure' with attitude-expressing predicate and the structures with a qualifying predicative used to evaluate other objects (people, events, etc.). The text fragments containing this pattern are indicated as attitude statements, for example:

1. *I believe the American people are decent people, you're struck by how tolerant and loving they are.* (Barack Obama).

2. *I know this man. He is brilliant, he is decent, he is everything you'd want.* (Barack Obama, Michelle Obama).

3. *I know that people are fundamentally good.* (Barack Obama).

4. *I know that there is great suffering and tragedy in the world, but ultimately, it's worth it to live.* (Barack Obama).

5. *I have deep, deep love and affection for the people who've grown up watching.* (Oprah Winfrey).

1. The overview of 217 text fragments that contain 'I structures' shows that each of the items corresponds to one of the indicated patterns of self-disclosure. However, the distribution of the patterns throughout the list is uneven, that is, pattern 1 is applied to 49 items (25,5 %), pattern 2 is applied to 22 items (10 %), pattern 3 is applied to 27 items (12 %), pattern 4 is applied to 42 items (19,4 %), pattern 5 is applied to 46 items (21 %), and pattern 6 is applied to 21 items (9,6%). This kind of pattern distribution testifies to the fact that while performing in a public context individuals seem to be more inclined to disclose their private information by using patterns 1, 4 and 5, in other words, they prefer the statements of self-confirmation, personal aspirations and self-narratives.

2. The distribution of the self-disclosure patterns also differs from speaker to speaker. Thus, a political leader (Barack Obama) uses pattern 2 (statements of self-assurance) in 17 occurrences out of 22 indicated for this pattern. It may speak to the preferences of a certain type of self-disclosure considering the speaker's occupation and public status.

3. The indicated patterns of self-disclosure are classified according to the key communicative aim the speaker purposes while revealing private information in a public speaking situation. Specifically, s/he may wish to describe him/herself, or to tell a story about some events so that to add meaning to current circumstances or to expose his/her private self by evaluating other objects, that is, s/he may use self-description, self-narrative or attitude statement tactics.

4. The self-disclosure tactic of self-description is realized by employing patterns 1, 2, 3, 4, namely, the statements of self-confirmation, self-assurance, personal preferences and personal aspirations. The self-narrative tactic manifests itself in using pattern 5, that is, storytelling. The self-disclosure tactic of attitude statement is realized by using pattern 6, that is, by expressing one's evaluative attitude towards the world (objects (things and people), events, phenomena, etc.).

5. Since public actors attempt to describe themselves by exposing different aspects of their selves, they use different types of statements to inform about their personal qualities, convictions, opinions, preferences, likings, plans, aspirations, etc. that are embodied in corresponding patterns. The variety of verbal forms and semantic functions of self-disclosure proves its versatile rather than homogeneous communicative nature.

6. Using the tactics of self-disclosure selectively in a public speaking context actors attempt to look open, sincere and distinguishable personalities, so that the audience would trust and like them.

5. Conclusions

Self-disclosure as a tactic of individual's self-presentation in a public speaking context is frequently used by performers to influence audience's perceptions and to manage impressions. The verbal forms and content as well as appropriateness of self-disclosure is determined by the situational factors, such as the audience's expectations and the speaker's status and the level of his/her transparency and accountability to the public. Since the speakers' ultimate goal is to build or reinforce or modify their public image they attempt to achieve it by accommodating their verbal behaviors to the conventions and requirements of the public speaking scenario, therefore they select carefully the verbal forms of their statements, particularly, when it involves divulging private information. The most obvious finding to emerge from this study is the one of the versatile and flexible nature of self-disclosure. As the results of the research demonstrate the most recurrent types of self-disclosure are a) self-description that is realized by using the statements of self-confirmation, self-assurance and the statements of personal preferences and personal aspirations; b) self-narrative that is realized by using a storytelling pattern, and c) attitude statement that is realized by using the statements indicating the speaker's evaluative opinion about the world. The findings of the research also show that the public speakers prefer to disclose private information by employing the statements of self-confirmation, statements of personal aspirations and self-narrative. Notwithstanding the relatively limited sample, we believe that this study offers some insight into the mechanism of impression management and image building in public speaking situations.

This research has thrown up a few issues in need for further investigation. Firstly, a natural progression of this work is to examine more closely the correlation between the tactics of self-disclosure and the situational factors of public speaking to define the contextual conditions that promote disclosing behaviors. Secondly, it is recommended that further research be undertaken to explore the emotional versus rational content of self-disclosing in a public speaking situation that might help elicit new tactics of self-disclosure.

References

1. Altman, I., Taylor, D. A. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationship*. New York, NY: Holl, Rinehart & Winston.

2. Baumeister, R. F. (1982). A self-presentational view of social phenomena. *Psychological Bulletin*, 91, 3–26.
3. Carver, C. S., Scheier, M. R. (1998). *On the Self-Regulation of Behavior*. Cambridge University Press.
4. Cozby, P.C. (1973). Self-disclosure: A literature review. *Psychological Bulletin*, 79(2), 73–91.
5. Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., Margulis, S. T. (1993). *Self-Disclosure*. Newbury Park, CA: Sage.
6. Hargie, O. (2011). *Skilled Interpersonal Interaction: Research, Theory and Practice*. London: Reutledge.
7. Johnson, J.A. (1981). The ‘self-disclosure’ and ‘self-presentation’ views of item response dynamics and personality scale validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40(4), 761–769.
8. Jourard, S. (1971). *The Transparent Self*. (2nd ed.). New York: Van Nostrand Reinhold.
9. Leary, M. R. (1995). *Self-Presentation: Impression Management and Interpersonal Behavior*. Madison, WI: Brown & Benchmark.
10. Leary, M. R. (1996). *Self-Presentation: Impression Management and Interpersonal Behavior*. Boulder, CO: Westview Press.
11. Leary, M. R. (2012). *Introduction to Behavioral Research Methods*. (6nd ed.). Boston: Pearson.
12. Leary, M. R., Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34–47.
13. Luft, J., Ingham, H. (1969). *Of Human Interaction*. Palo Alto, CA: National Press Books.
14. Rosenfeld, L. B. (2014). Overview of the ways privacy, secrecy, and disclosure are balanced in today’s society. In: *Balancing the Secrets of Private Disclosure*, (pp. 3 – 18). S. Petronio, (ed.). New York and London: Psychology Press.
15. Schlenker, B. R. (1980). *Impression management: the self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
16. Schlenker, B. R. (1985). Identity and self-identification. In: *The self and social life*, (pp. 65–99). B.R.Schlenker, (ed.). New York: McGraw-Hill.
17. Schlenker, B. R. (2003). Self-presentation. In: *Handbook of Self and Identity*, (pp. 492–518). M. R. Leary, J. P. Tangney, (eds.). New York: Guilford.

Sources

1. J.K. Rolling meets Lauren Laverne, 2015.
2. Oprah talks to Barack Obama, 2004. *O, The Oprah magazine*.
3. Oprah talks to Daniel Pink, 2008. *O, The Oprah Magazine*.
4. Oprah talks to Ellen De Generes, 2009. *O, The Oprah Magazine*.
5. Oprah talks to Jay-Z, 2009. *O, The Oprah Magazine*.
6. Oprah talks to Tine Fey, 2009, *O, The Oprah Magazine*.
7. Oprah talks to Thich Nhat Hanh, 2010.
8. The ultimate O interview: Oprah answers all your questions, 2010. *O, the Oprah magazine*.

LINGUISTIC INTERVIEWING AS A METHOD FOR DETERMINING THE DEGREE OF REPRESENTATIVENESS OF ANTONYMIC PAIRS IN THE ENGLISH LANGUAGE

Oksana Lytvyn

oksanalytvyn8@ukr.net

Lesya Ukrainka Eastern European National University, Ukraine

Received January 25, 2017; Revised February 4, 2017; Accepted February 27, 2017

Abstract. In this article, the degree of representativeness of the examples (pairs of lexical units) which illustrate antonymic relations in the English language has been determined, utilizing the method of linguistic interviewing. The article presents the procedure and the results of the psycholinguistic experiment conducted. The peculiarities of the method of linguistic interviewing as a type of psycholinguistic experiment have been defined. A selection of antonymic pairs provided by leading linguists in the area of lexical semantics as illustrative examples in thirteen English-language linguistic works (monographs, textbooks and linguistic encyclopaedias) serves as the material for the experiment. All of the 101 respondents are scholars in the field of linguistics (Candidates (Ph.D.) and Doctors of Philological Sciences, as well as postgraduate students from the higher educational establishments of Ukraine), and are native speakers of Ukrainian, English being their first foreign language. In the experiment, the respondents were to identify which pairs of lexical items given in the list illustrate the relation of antonymy. After analyzing the results of linguistic interviewing, we were able to determine the pairs of antonyms with the highest and the lowest degrees of representativeness. The research demonstrated that gradable and complementary antonyms, mainly adjectives, have the highest degree of representativeness. In addition, we identified certain correlations with the results of linguistic interviewing conducted earlier, the respondents being linguistics scholars, including university and college professors, who are native speakers of English from five English-speaking countries.

Keywords: *psycholinguistic experiment, linguistic interviewing, degree of representativeness, lexico-semantic category, antonymy, antonymous pair.*

Литвин Оксана. Лінгвістичне інтерв'ювання як метод виявлення репрезентативності антонімічних пар в англійській мові.

Анотація. У статті виявлено міру репрезентативності прикладів (пар лексичних одиниць), які ілюструють антонімічні відношення в англійській мові, використовуючи метод лінгвістичного інтерв'ювання. Окреслено процедуру й результати проведеного психолінгвістичного експерименту. Схарактеризовано специфіку методу лінгвістичного інтерв'ювання як різновиду психолінгвістичного експерименту. Матеріалом для експерименту слугують антонімічні пари, подані провідними лінгвістами в сфері лексичної семантики як ілюстративні приклади в тринадцяти англійськомовних лінгвістичних працях (монографіях, навчальних посібниках і лінгвістичних енциклопедіях). Респондентами в експерименті є 101 лінгвіст-германіст, які є носіями української мови (кандидати й доктори філологічних наук, а також аспіранти з вищих навчальних закладів України). В експерименті респондентам треба було розпізнати, які пари лексичних одиниць, подані в списку, ілюструють відношення антонімії. У результаті лінгвістичного інтерв'ювання виявлено пари антонімів, які мають найвищу та найнижчу міру репрезентативності. Дослідження показало, що найвищу міру репрезентативності мають градуальні та комплементарні антоніми, які є переважно прикметниками. Крім того, виявлено значні кореляції з результатами лінгвістичного інтерв'ювання, у якому респондентами були

лінгвісти (наукові співробітники, викладачі університетів та коледжів), носії англійської мови з п'яти англомовних країн.

Ключові слова: психолінгвістичний експеримент, лінгвістичне інтерв'ювання, міра репрезентативності, лексико-семантична категорія, антонімія, антонімічна пара.

1. Introduction

Categorization (as a process and a result) belongs to the relevant problems of modern linguistic studies. In the course of experimental research aimed at investigating natural categories, such as “furniture” (Rosch, 1975), “birds” (Rosch, 1973), “musical instruments” (Kotys, 2014), the heterogeneity of these categories (central and peripheral zones in their structure), as well as the fact that the members of the categories are not all equal (there are “better” and “worse” elements) were shown.

However, insufficient scholarly attention has been devoted to the structure of the artificial categories of the consciousness. Such categories contain abstract elements (members) and they are identified by scholars who are specialists in various fields of knowledge in the course of their gnoseological activity. For instance, the categories “circle”, “cone” and “triangle” in mathematics; the categories “noun”, “predicate” and “polysemy” in linguistics. Unlike natural categories (such as “furniture”, “birds”, “vehicles”, “vegetables”) that are formed at the perceptual level of categorization (Bruner et al., 1986:9–10) (it involves identification of a certain object using its relevant defining attributes, for instance, a certain colour, shape, size), artificial categories are logical (notional) based only on abstract thinking; they are formed at the conceptual level of categorization. Among artificial categories, the lexico-semantic categories of antonymy, hyper-hyponymy, converseness, meronymy can be named. These artificial linguistic categories consist of lexical units of concrete languages. Since the above-mentioned terms denote certain lexico-semantic relations between lexical units, the members of these categories are not separate lexical items, but pairs of language items (for example, *long – short, flower – tulip, buy – sell, hand – finger*).

In our opinion, it is reasonable to investigate lexico-semantic categories utilizing the method of psycholinguistic experiment, in particular the method of linguistic interviewing where linguists are respondents. In order to study these categories, it is necessary to examine the consciousness of linguistics scholars, due to the fact that these specific categories were created by specialists in the field of linguists. These artificial categories exist in the consciousness of linguists, but ordinary native speakers are very unlikely to be aware of them. Using the linguistic consciousness which they have formed, linguists analyze the verbal content and the structure of these categories.

The current relevance of our research is related to the fact that the method of psycholinguistic experiment needs to be applied to the study of artificial categories as well as natural ones. In addition, it is important to investigate the processes by which artificial categories are constructed within the human consciousness and to describe the structure of these categories. *The practical value* of our research is connected with ESL teaching. First of all, the results of the present research can be

utilized in the compilation of ESL textbooks. In addition, both the source material and the results of the research may be used for teaching students disciplines such as English lexicology, cognitive linguistics and psycholinguistics.

2. Methods

The *aim* of this research is to analyze the results of a psycholinguistic experiment conducted for the purpose of determining the degree of representativeness of illustrative examples which are the elements of the lexico-semantic category of antonymy in the consciousness of the linguists who are native speakers of Ukrainian. For this aim, a psycholinguistic experiment consisting of linguistic interviewing (hereinafter – LI) was designed and conducted. Linguistic interviewing is defined as a method when informants are asked questions of directly linguistic nature by a researcher (Levytskyi et al., 1989:94–95). LI includes several successive stages: a) presenting a questionnaire to informants, and receiving written answers; b) identifying as well as summing identical responses; c) summarizing different in terms of their form, but similar in terms of their content responses; d) formulating linguistic parameters on the basis of the responses received.

As scholars have noted, the minimum sufficient number of respondents, or informants, for a linguistic experiment is 30 participants; moreover, more reliable data can be obtained when the number of informants is more than 60 people, cf (Levytskyi et al., 1989:10). Therefore, the number of respondents in LI conducted can be considered quite reasonable (101 informants). 101 questionnaires completed by linguists who were respondents in this experiment serve as the *material* for the research. The questionnaires contain a total of 6060 written marks. In order to process the results of LI the method of quantitative calculations has been utilized.

In this experiment we received responses from 101 scholars in the field of linguistics, who are native speakers of Ukrainian and for whom English is the first foreign language. The questioned linguists – native speakers of Ukrainian, while studying English or teaching English, need to receive from linguistic works the illustrative examples that fit into their general notion of the corresponding category. Thus utilizing the method of LI we intended to evaluate the representativeness of the given selection of pairs from the perspective of “consumers” (readers) of English-language textbooks, monographs or reference books, particularly linguistic encyclopaedias. The respondents were Candidates and Doctors of Philological Sciences (that is scholars who have a PhD in Philology), as well as postgraduate students from the higher educational establishments of Ukraine (in particular, from such cities as Lutsk, Lviv, Kremenchuk, Sloviansk, Kyiv, Chernivtsi, Ostroh).

3. The study

LI was conducted in the following way. In the questionnaire, the informants were given a list of 60 different pairs of language units arranged in random order, which illustrate three types of paradigmatic relations: hyper-hyponymy, antonymy or converseness. The respondents were asked to identify which examples from the list corresponded to the category of antonymy.

The given list of 60 pairs was preceded by the following explanatory note:

*“Dear respondents,
Identify the type of paradigmatic relations in each pair, putting a tick in the appropriate column”.*

The informants had to put a tick next to each pair on the list in one of four columns: 1) “hyper-hyponymy”; 2) “antonymy”; 3) “converseness”; 4) “difficult to identify”. The fourth column was given since we assumed that it will include all or most of the debatable examples, that is certain specific cases of antonymy. LI was anonymous.

In order to determine the degree of representativeness of the given examples illustrating the category under investigation in the consciousness of the linguists, we calculated the number of correct responses (the number of ticks in the column “antonymy”), the number of incorrect responses, and the number of refusals (the number of ticks in the column “difficult to identify”) for each antonymous pair. The number of correct responses was chosen as the determinant criterion for us. According to this criterion, we ranked the twenty pairs of antonyms (in descending order of the number of given correct responses) and then divided them into three groups. In addition, it was relevant for us which examples occurred in the fourth column, that is when it was difficult for the respondents to identify the type of paradigmatic relations to which some specific pairs corresponded. These cases constitute the subject of a separate analysis.

In the questionnaire, among the other pairs of lexical units, such twenty pairs of antonyms were presented: *aim – hit; alive – dead; ascend – descend; big – small; come – go; fill – empty; good – bad; happy – unhappy; honest – dishonest; hot – cold; long – short; male – female; north – south; old – new; on – off; pass – fail; proper – improper; seek – find; true – false; up – down*. It is necessary to note that the selection of pairs used in the experiment was drawn from the illustrative examples (involving a total of 996 pairs of language units) found in thirteen English-language textbooks, monographs and linguistic encyclopaedias, cf (Lytvyn, 2014). The selection of antonymous pairs given in the questionnaire constitutes about 9 % of illustrative material (pairs of antonyms) presented in the linguistic works used for our research.

When selecting antonymous pairs for LI we primarily took into account the patterns of their occurrence as illustrative examples in the linguistic sources examined. Thus from the total number of antonymous pairs (423 pairs of antonyms which were subsequently used as illustrative material, including 224 different pairs, not taking into account cases of their recurrence) we selected 20 pairs which had different patterns of occurrence in the linguistic works. In order to facilitate the evaluation of the illustrative examples given in the linguistic sources, all the pairs were divided into 11 groups depending on the rank they were given according to their recurrence in the sources (the pairs were allotted rankings of 13/13, 12/13, 9/13, 8/13, 7/13, 6/13, 5/13, 4/13, 3/13, 2/13 and 1/13). The rank was assigned in the form of a simple fraction to each pair of antonyms where the number of occurrences of a certain antonymous pair in the form of an illustrative example is indicated in the numerator, and the total

number of linguistic sources in the denominator. Our calculations show that the pair *alive – dead* occurred the most frequently among all the pairs of antonyms, being mentioned in all thirteen sources, the antonymous pair *male – female* was used in eight sources, in two of the works the pair *ascend – descend* recur. Therefore these pairs were given a ranking of 13/13, 8/13 and 2/13 respectively.

It is to be noted that the groups of antonymous pairs of the highest rankings contained only one pair of language units each. These pairs were primarily included in the questionnaire, namely *alive – dead* with a ranking of 13/13; *hot – cold* with a ranking of 12/13; *good – bad* with a ranking of 9/13. When groups comprised from 2 to 150 pairs of the same ranking, we selected a few examples from each group using online random number generator Randomus, also taking into account the criteria important for us. Thus antonymous pairs of all rankings are represented rather equally in the questionnaire.

In addition, we took into consideration the *semantic criterion*, that is the percentage of different semantic types of antonyms in linguistic works. It is necessary to point out that mainly gradable (30 %) and complementary (35 %) antonyms were presented in the questionnaire; the percentage of reverse and antipodal antonyms, as well as satisfactives, is lower (20 %, 5 % and 10 % respectively). These figures practically correlate with the data obtained from the linguistic sources examined.

In order to select examples for LI we also took into account the *lexico-grammatical parameter*, as well as the morphemic structure of antonyms, that is the *formal structural criterion*. The pairs of lexemes given in the questionnaire are mainly adjectives (55 %) and verbs (30 %). The percentage of nouns, adverbs and prepositions is considerably lower (5 % each). It is to be mentioned that this data correlates with the illustrative material in the linguistic works, since within the total selection of antonymous pairs found in the sources, adjectives (59.1 %) and verbs (26 %) also predominate. Nouns (6.62 %), adverbs (6.15 %) and prepositions (1.89 %) occur much less frequently (cf: Lytvyn, 2014). For this experiment, mainly morphologically unrelated, or absolute (root), antonyms were selected (80 %). Morphologically unrelated antonymous pairs (85 %) also exceed the derived ones in the sources examined.

4. Results and Discussion

In order to define the degree of representativeness of the antonymous pairs selected, we calculated the number of correct responses for each of the twenty pairs. According to the results, the twenty pairs were ranked in descending order of the number of given correct responses and then divided into three groups. The analysis showed the following. The first group contains the pairs that were classified as antonyms by the largest number of the questioned linguists. This group includes 13 pairs (65 % of the selection). The number of correct responses for these pairs is 100 % (*alive – dead*, *big – small*, *hot – cold*, *happy – unhappy*, *old – new*, *true – false*), 99 % (*honest – dishonest*, *good – bad*, *up – down*), 98 % (*proper – improper*), and 96 % (*ascend – descend*, *north – south*, *pass – fail*).

It is necessary to note that the first group comprises the pairs of different rankings in linguistic sources (from 2/13 to 13/13). The pairs which occupy the

three highest positions in terms of their rankings are included in this group (*alive – dead* with a ranking of 13/13; *hot – cold* with a ranking of 12/13; *good – bad* with a ranking of 9/13). *Semantic analysis* demonstrated that the group is mainly composed of gradable and complementary antonyms (5 pairs each type). In terms of *lexico-grammatical parameter*, adjectives (9 pairs) are the most prevalent. In terms of *formal structural criterion*, all four of the pairs of derived antonyms given in the questionnaire are included in this group.

Thus the first group contains the pairs of lexical units which over 95 % of Ukrainian-speaking respondents were able to identify as those illustrating antonymic relations. Having compared the results of this experiment and the results of the experiment with the linguistics scholars (including university and college professors) who are native speakers of English originating in five English-speaking countries (cf: Lytvyn, 2015), we identified certain correlations. In particular, almost all the pairs from the first group in the experiment with the scholars who are native speakers of Ukrainian (except the pair *proper – improper*) were also included in the group with the highest points in the experiment with the linguists who are native speakers of English.

The second group is less numerous. It is formed of four pairs: a pair of gradable (*long – short*), two pairs of complementary (*on – off*, *male – female*) and a pair of reverse antonyms (*fill – empty*). These pairs were identified as antonyms by 91%, 90 %, 83 % and 89 % questioned linguists respectively. The second group also includes the pairs of language units of different rankings in the sources (7/13, 3/13, 8/13 and 2/13 respectively). As we can see, two of the pairs are composed of adjectives, one of the pairs consists of verbs, and the other one is formed of prepositions. As a result, the second group includes the pairs for which the number of correct responses is 83–91 %.

A considerable gap appeared between the pairs belonging to the second and the third groups. The third group comprises three antonymous verb pairs. It is necessary to consider them in more detail. The pair of reverse antonyms *come – go* with a ranking of 5/13 was correctly identified by only 37 Ukrainian-speaking informants (about 37 %). Almost as many informants (36 linguists) failed to identify what type of paradigmatic relations this pair illustrates, moreover most of the respondents (29 linguists) classified this pair as conversives. It is an evident mistake, since in fact the pair *come – go* expresses two oppositely directed actions with respect to a particular point in space.

The pair of satisfactives *seek – find* was identified as antonyms by 28 questioned linguists (about 28 %). Interesting seems the fact that this pair was mainly confused with converseness (28 respondents) and less frequently with hyper-hyponymy (19 respondents). The remaining 26 respondents noted that it was difficult for them to identify the type of paradigmatic relations this pair corresponds to.

The other pair of satisfactives *aim – hit* was classified as antonyms only by 12 respondents (about 12 %). More than half of informants (55 linguists) stated that it was difficult for them to identify the type of paradigmatic relations this pair illustrates. The remaining 34 informants confused this antonymous pair with hyper-

hyponymy (17 linguists) or converseness (17 linguists). Such respondents' reaction, in our opinion, can be explained by the fact that this class of antonyms was defined (as "a rather weak form of oppositeness") only in one of the linguistic sources examined (Cruse, 1987:202); satisfactives cannot be considered typical antonyms. It is to be noted that these two pairs of satisfactives also occupy the two lowest positions in the experiment with the scholars who are native speakers of English.

5. Conclusions

The fact that linguists use certain language units as illustrative examples in their scientific works indicates that the authors consider these units to be sufficiently representative examples (members) within a certain linguistic category.

In this experiment, 17 pairs of language units (out of 20) were correctly identified as antonyms by over 4/5 of Ukrainian-speaking informants. Only one pair of reverse antonyms (*come – go*) and two pairs of satisfactives (*aim – hit* and *seek – find*) turned out to be debatable examples.

This experiment was conducted in the form of linguistic interviewing with linguistic scholars who are native speakers of Ukrainian, from the perspective of "consumers" of English-language linguistic works (monographs, encyclopaedias or textbooks). In linguistic interviewing with the linguists who are native speakers of English, conducted earlier, the respondents assessed the representativeness of the same antonymous pairs using a scale of 0 to 3 points. Having analyzed the results of the two experiments, we observed close correlations. Thus it made possible for us to conclude that certain antonymous pairs have a higher degree of representativeness than the other pairs in the system of language.

References

1. Bruner, J. S., Goodnow, J. J. and Austin, G. A. (1986). *A Study of Thinking*. New Brunswick; New Jersey: Transaction Publishers.
2. Cruse, D. A. (1987). *Lexical Semantics*. Cambridge: Cambridge University Press.
3. Kotys, O. (2014). Psykholinhvistychnyi esperiment yak metod doslidzhennia pryrodnoi katehorii [Psycholinguistic experiment as a method of investigating a natural category]. *East European Journal of Psycholinguistics*, 1(1), 114–121.
4. Levyskyi, V. V. and Sternin, I. A. (1989). *Eksperymentalnye Metody v Semasiologii* [Experimental Methods in Semasiology]. Voronezh: Voronezh University Publishers.
5. Lytvyn, O. L. (2014). Leksychne napovnennia katehorii antonimii (za danymy anhlomovnykh linhvistychnykh prats) [Lexical content of the category of antonyms (based on a selection of English-language linguistic works)]. *Nova Filolohiya*, 64, 49–54.
6. Lytvyn, O. L. (2015). Doslidzhennia antonimichnykh vindoshen u psykholinhvistychnomu eksperimenti [A study of antonymic relations as evidenced in a psycholinguistic experiment]. *Naukovyi Visnyk Shkhidnoievropeiskoho Natsionalnoho Universytetu imeni Lesi Ukrainky: Filolohichni Nauky: Movoznavstvo*, 4(305), 71–75.
7. Rosch, E. H. (1973). Natural categories. *Cognitive Psychology*, 4(3), 328–350.
8. Rosch, E. H. (1975). Cognitive representations of semantic categories. *Journal of Experimental Psychology: General*, 104(3), 192–233.

ETYMOLOGICAL MEMORY OF A WORD IN DESIGNATING SOCIOCULTURAL STEREOTYPE

Svitlana Lyubimova

elurus2006@gmail.com

Odesa National Polytechnic University, Ukraine

Received March 8, 2017; Revised May 6, 2017; Accepted May 27, 2017

Abstract. The article presents the semantic history of the word *flapper* that denotes social stereotype of American culture. Being a multifaceted phenomenon of semantic cognition, a sociocultural stereotype presents a condensed and coded information that develops on the background of a cultural context. The semantic analysis from diachronic perspective sets up a correspondence of Latin origin of the word *flapper* with Indo-European stem that produced a number of words in Germanic languages. The cognate words of related languages reveal conformity of negative connotations determined by attitude to human weakness in different forms of its manifestations. This presumes historically determined negative connotation of the word *flapper*. The initial designation was motivated by kinetic characteristic of the object – a vertical movement. The meaning “a young and daring American girl of the 1920s” of the word *flapper* was semantically motivated. As it was stated, at the moment of designation, youth and immaturity of a girl were conceived of a fledgling image, that traditionally symbolizes inexperience of a youngster. This zoomorphic metaphor acts as the source of categorization of a cultural and social phenomenon “Flapper”.

Keywords: *sociocultural stereotype, initial designation, zoomorphic metaphor, pragmatic presupposition, connotation.*

Анотація. У статті презентовано семантичний аналіз слова *flapper*, яке позначає соціокультурний стереотип, що появився в 20-х роках ХХ століття в Америці. Стереотип є концентрованою й абстрагованою формою семантичної пам'яті народу, в якій збережено етнічно і культурно маркований образ. Упродовж етимологічного аналізу було доведено, що основі слова *flapper*, яка має індоєвропейське походження, відповідає певна кількість слів споріднених мов, негативна конотативна забарвленість яких дає можливість визнати історичну детермінованість конотації слова *flapper*. Позначення первинного образу було мотивовано кінетичною характеристикою образу, тоді як значення «молода смілива дівчина в Америці 20-х років 20-го століття» слова *flapper* було семантично зумовлено. Сприйняття молодості та незрілості відбувалось на метафоричній основі образу пташеня, що асоціювався з несталістю моральних принципів молодих дівчат. Зооморфна метафора діє як джерело категоризації соціально-культурної інформації, що сприймалась критично. Первинний образ, який зумовив появу нового значення, визначив прагматичний потенціал слова, що позначає соціально-культурного явище.

Ключові слова: *соціокультурний стереотип, первинна номінація, зооморфна метафора, прагматична пресупозиція, конотація.*

1. Introduction

Social stereotype, as a specific kind of a cultural concept, results from categorization and abstraction of a meaningful information about an individual or a social group. A stereotype is considered a verbalized unit of mental activity aimed to identify, and store cumulative information about a typified image of a social

group. Our study of a social stereotype from cognitive linguistic perspective involves the analysis of its name, which preserves culture perceptual pattern and pragmatic potential of the word at the time of designating a new social phenomenon.

Pragmatic component of a word meaning, which determines word designation, henceforward directs perception of the object the word refers to. This “etymological memory of the word”, as Y. Apresyan calls it (Apresian, 1995:169), encodes the primordial image of the object that once conditioned a word appearance. Traced in the course of etymological analysis a primordial image reveals linguistic community expressive assessment of noteworthy properties of the object.

2. Methods

With the view of finding out pragmatic potential of the word designation, etymological analysis is conducted. Our interest lies in pragmatic meaning of the word *flapper* which is the name of a socio-cultural stereotype and the symbol of America’s “Roaring Twenties”.

The undertaken study is based on the semantic history analysis of the word *flapper*. On asserting means and facilities of a primordial image designation, we discover pragmatic presupposition affecting attitude to the phenomenon “flapper” in American culture.

R. C. Stalnaker regards pragmatic presupposition as predetermined by a linguistic disposition to behave in one’s use of language as if one had certain beliefs, or were making certain assumptions (Stalnaker, 1974). Certain beliefs are essential to a concept and a change in one or more of these amounts to conceptual change (Jackson, 1998:38). The pragmatic presupposition in case of a socio-cultural stereotype “Flapper” assumes the existence, shared by major members of language community in the 1920s, institutional assessment, which reflected aversion and criticism of a new phenomenon “self-sufficient young women”.

3. The study

The first step of etymological insight into a historic background of the word *flapper* is the reconstruction of an initial morpheme. As the derivative of the verb *flap* (A Comprehensive Etymological Dictionary, 1966:597), the noun *flapper* was registered in 1570 by Peter Levins in “Manipulus Vocabulorum. A dictionary of English and Latin words, arranged in the alphabetical order of the last syllabus”. In this vocabulary, the word *flapper* was registered in the meaning of “a fan” (Latin *flabellum*) (Manipulus Vocabulorum, 2001:150). “Manipulus Vocabulorum” presents also the word *flappe* as the noun in the same meaning (Manipulus Vocabulorum, 2001:127) and as the verb with the corresponding Latin verb *flabellare* (in the meaning “to blow”) (Manipulus Vocabulorum, 2001:128).

The evident semantic and phonetic conformity of the English and Latin words from “Manipulus Vocabulorum” suggests their connection to Latin *flābrum* (in the meaning of “waft, blowing”) and *flāre* (in the meaning of “to blow, puff”) (A Comprehensive Etymological Dictionary 1966:596). The reference to C. Quiles’s “A grammar of Modern Endo-European” in the search of primary source of these words has resulted in the finding of Indo-European stem *bhlag* (in the meaning of “to beat, producing sound”) (Quiles, 2009:24), from which the words *bhlaghmn*

(waft, blowing) and *bhlādhrom* (a fan) were derived. Later these words transformed into Latin *flabellum* (a fan) (Quiles, 2009:381).

The meaning of “a vertical movement accompanied by a noise of a flat and flexible object” is still preserved in the verb *flap*. The stem of the word is of an onomatopoeic origin (Chamber’s Dictionary of Etymology, 1999:153; A Comprehensive Etymological Dictionary, 1966:597; The Oxford English Dictionary, 1961:8; Indogermanisches Etymologisches Woerterbuch, 1959:56).

The indication of a vertical movement is found in the Middle English verb *flappen*, meaning “to move in vertical direction” (A Comprehensive Etymological Dictionary, 1966:597). The verb was used in the meaning of “to strike” (1330) and “to lash” (1350) (Chamber’s Dictionary of Etymology, 1999:388), later transformed into the New English verb *flap* (to move up and down, flutter, strike) (A Comprehensive Etymological Dictionary 1966:597). The indication of a flat object movement is noted in the noun *flappe*, meaning “a blow” (1330) (Macrae-Gibson, 1973:247). Corresponding to *flappe* is Latin word *flagellum* (1440) with a cognate word *flabello*, meaning “a swatter” (Promptorium Parvulorum, 1987: 164). The noun *flap* was used in the meaning “an arm” (1565) (The Towneley Plays, 1993:248) and “a piece of cloth” (1594) (Green, 1970:82). In 1726 the word *flapper* was used by J. Swift in “Gulliver’s Travels” as a term for a servant whose duty was slapping his master to take him out from drowsiness (Swift, 1991:169).

The similarity of sound complex and semantic conformity of the word *flapper* manifests in related languages.

Table 1

Germanic Languages Analogy

Word	Part of Speech	Meaning	Language
Flap	Noun	slap, smack	Danish Dutch Norwegian
flappe	Verb	clap, slap	Danish
flappen	Verb	clap, slap	Dutch German
fladder	Noun	flutter, mobility	Swedish
fladdra	Verb	flutter	
Flap	Noun	swatter	German
Flapp		slap	

A flat form of the object is evident in Norwegian word *flaberg* (plateau) (Norwegian-Russian Dictionary, 1963:218) and Swedish word *flathet* (flatness) (Swedish-Russian Dictionary, 1973:144). German dictionaries explain the nouns *Flap* (valve, lapel, swatter) and *Flapp* (slap) as originated from North German dialectal *flabbe* (weak, feeble) (Wörterbuch Der Deutschen Alltagssprache 1971: 240). In the dictionary of Jakob and Wilhelm Grimm (1862) the word *Flabbe* is presented as North German dialectal word *Flappe* (Deutsches Wörterbuch von Jakob

Grimm, 1999: 724). In Modern German dictionaries the noun *Flapper* (felt hat) is marked as English adoption in the meaning of “a lively girl” and “a duckling” (Das großen Wörterbuch, 1999:1253).

Linguistic affinity, as W. Humboldt stated, manifests differently: it can be reflected in a phonetic conformity, as well as in a logic cognation of ideas, that has arisen from a retroactive effect of words on mind (Gumboldt, 1984:110). In case of the word *flapper* it can be noted, that except for a common origin, the cognate words of related languages are characterized by conformity of connotations. Thus in Dutch there is *flapuit* (chatterer) (Dutch-Russian Dictionary, 1954: 246), in Norwegian – *flapdrol* (ditherer, spineless creature) and *flapmadam* (a dolled-up woman) (Norwegian-Russian Dictionary 1963:218). In German the word *flapsig* is used in the meaning of “ill-mannered” (Das großen Wörterbuch, 1999:125), the word *Flappe* means “a drooped lower lip, a crooked mouth” and “dweeb” (Duden Deutsches Universal Wörterbuch, 2001:774). The German word *Flaps* means “a fool, oaf” (Das großen Wörterbuch, 1999:1250). Connotative meaning of mockery, hostility and condemnation marks the words that are compiled in the chart 2.

Table 2

Cognate Words of Germanic Languages

lexeme	Part of speech	Denotation	language
flapuit	Noun	chatterer	Dutch
flapdrol		ditherer	Norwegian
flapmadam		a dolled-up woman	
Flappe		crooked mouth, dweeb	
Flaps		fool, oaf	
flapsig	Adjective	ill-mannered	

Expression of disdain and mockery is observed in the verb *flap* derivatives as *flap-ear'd knave* (1593) (Shakespeare, 1995:149) and *flap-mouth'd mourner* (1593) (Shakespeare, 1992:125).

A negative connotation meaning is observed in Modern English words *flippant* (careless, irresponsible) и *flabby* (lacking strength and vitality) (Indogermanisches Etymologisches Woerterbuch 1959: 154). The weakness in different forms of its manifestations is noted in the majority of stated above examples. Presumably negative character of the word *flapper* connotation was historically determined.

Though the term “connotation” has provoked a kind of terminological confusion and a great deal of debate in linguistic society, it best meets requirement to express implied meaning (C.K. Ogden, I.A. Richards) or emotive meaning (C.E. Osgood, G.C. Suci, P.H.Tannenbaum) associated with the concept and opposed to cognitive meaning. Connotation reflects emotive and evaluative attitude toward the object of denotation due to which the utterance acquires expressiveness (Teliya, 1986:5). M. Urban equates connotation with meaning, in which he distinguishes cognitive, emotive and intuitive meaning, the latter being responsible for creation of concepts. As M. Urban sees it, a new indirect meaning, expressing the qualities of the object, appears by virtue of intuitive

meaning, which evokes a primary experience in the formation of the concept (Urban, 2013:146–147). The intuitive element of a word meaning is connected with imagery and process of imagination. Intuitive meaning is communicable, with the help of it values are apprehended and transferred by a linguistic community (Urban, 2013: 149).

In terms of Urban's concept, the cognitive meaning of the verb *flap* (movement of a flat object) has been preserved in the word *flapper* denoting extremity of a sea mammal or a part of oil industry equipment (19th century). As Ch. S. Peirce wrote, new meanings of a word appear in relation to new spheres of experience (Peirce 2000:92). Whether it is cognitive domain, or emotional domain, intuitive meaning of the word *flapper* has given rise of new meanings. "Intuitions can provide evidence about the content of a concept. They can do this even if they are not constitutive of conceptual content, since intuitions may nonetheless be correlated with the conditions that influenced the appearance of the concept" (Laurence, 2003:278). As we show it below the choice of word that indicates the stereotype "Flapper" has been intuitively conditioned by negative pragmatic potential of the word *flapper*.

Registered in 1460 the word *flaptaill* in the meaning of "adulteress" was given in the glossary to "The Tale of Beryn with a Prologue of the Merry Adventure of the Pardoner with a Tapster at Canterbury" published in 1909 (The Tale of Beryn, 1973: 41). Randle Cotgrave in "A Dictionarie of the French and English Tongues" (1611) recorded the word *flaptaill* and marked it as derived from the stem *flap* in the meaning of "to move buttocks in a wanton manner" (The Tale of Beryn, 1973:211).

At the turn of the 20th century the word *flapper*, used in English culture, was registered by lexicographers as pejorative term for a very immoral young girl in her early teens. J.R. Ware in his "Passing English of the Victorian era: a dictionary of heterodox English, slang and phrase" gives two opinions of correspondents working for "Notes and Queries" (1892) on the usage of the word *flapper*. One considers the word slang applied to young girls. Another correspondent points out that the word is a young wild duck, which is unable to fly, hence a little duck of any description, human or otherwise (Ware, 1909:133).

Evidently, the indication of a movement accompanied by a noise of a flat and flexible object, e.g. a wing, caused the appearance of the meaning "fledgling", which was recorded in dictionaries of 18th century. In 1773 Oxford dictionary marked the word *flapper* as dialectal, meaning "fledgling" (Dalzell, 1996:22).

In the almanac of 1895, devoted to hunting traditions in Britain, the word *flapper* is introduced as the name for recently fledged female nestling "not in the full glory of adulthood". While a male nestling is named mallard (Crawford, 1895: 33).

The image of a fledgling, associated with early youth, lack of experience and inability to protect oneself, preconditions semantic changes that give rise to designation of a new phenomenon.

The word *flapper* is used as a slang word in the meaning of "an inexperienced, unskillful hunter" (1850) and "a very young adulteress" (1893) (A Dictionary of Slang, 1937:401).

By the year of 1905 the word *flapper* has come into usage on the territory of the Great Britain in the meaning of “a young girl with hair not yet arranged”. In the 1920–30s the word is applied to all young girls with not shortly cropped hair (A Dictionary of Slang, 1937:401). S. Maugham uses the word *flapper* in his “Of Human Bondage” (1915) to denote a girl in her teens (Maugham, 2007:340). Before the World War I the word *flapper* is used as a slang by a Middle England (Partridge, 1938:73).

At the beginning of the 20th century a gender marked slang word *flapper* is used for pejorative designation of a young girl. Noticeably expressive, emotional and evaluative character of slang indicates marginal status of young girls that have no respect in the society of mature people. Implicitly the meaning of mockery and disrespect is present in semantics of the word *flapper*.

On the territory of the USA the word *flapper* has acquired somewhat different meaning: in addition to adolescence the word indicates such characteristic of girls as audacity of attire and behavior, that American society of the 1920s perceived as an exposure of viciousness.

4. Discussion

As a consequence of the undertaken analysis we assert that the meaning “fledgling” of the word *flapper* is the fact of initial designation, motivated by kinetic characteristic of the object of designation: fledglings produced clapping sound by their wings. We consider the meaning “a young and daring American girl of the 1920s” semantically motivated, which appeared in comparing images of a fledgling and a girl.

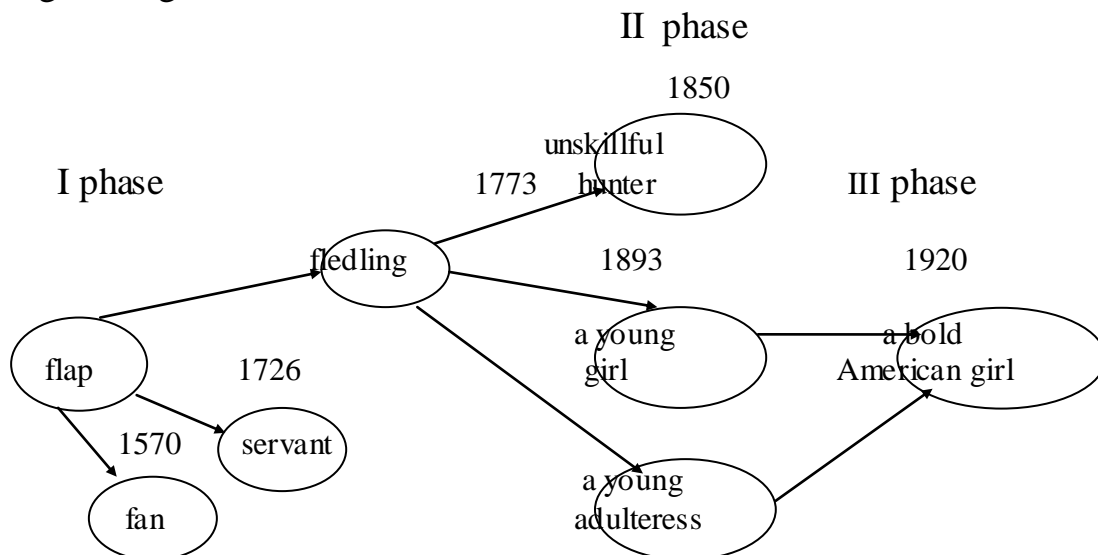


Fig. 1. Semantic history of the word *flapper*

A new meaning of a word, as the result of secondary designation, adapts to indicate another object, the name of which already exists in a language. The aim of this is to convey a characteristic feature of a new object or phenomenon. A feature, that conditions comparison of two complicated cognitive units, A. Potebnya calls a new word determining means (Potebnya, 1958:17). In our case, this characteristic feature is

youth, that defines such qualities as inexperience, buoyancy and freedom. The feature extraction and designation has been conditioned by a traditional culture perceptual pattern.

As C. Ogden and I. Richards write, "...between a thought and a symbol a causal relation holds, between the thought and referent there is also a relation more or less direct, between the symbol and the referent there is no relevant relation other than the indirect one (imputed relation)" (Ogden, 1952:10–11). So, the relation between the word *flapper* and a new for America social phenomenon is imputed, as weakness and immaturity is imputed to the girls.

Semantic motivation manifests itself in imagery (Taylor, 2006:67–69). Images arise from association by similarity, which is typical for metaphor. At the moment of designation, youth and immaturity of a girl were conceived of a fledgling image, that traditionally symbolizes inexperience of a youngster. This zoomorphic metaphor is the source of categorization of a cultural and social phenomenon "flapper". Metaphor, as N. Arutyunova writes, prefers to work in the ideality domain, which is traditionally called connotations (Arutyunova, 1999:316–317). The attitude toward the image is conditioned by a semantic memory, that stores accumulated knowledge about facts, ideas, meaning and concepts, intertwined in experience and dependent on culture (McRae, 2013:206–216).

Reflected in a primordial image cultural notions and traditions have conditioned emotional perception of a social phenomenon "flapper": immaturity and weakness of a fledgling is associated with instability of young girls' morality standards.

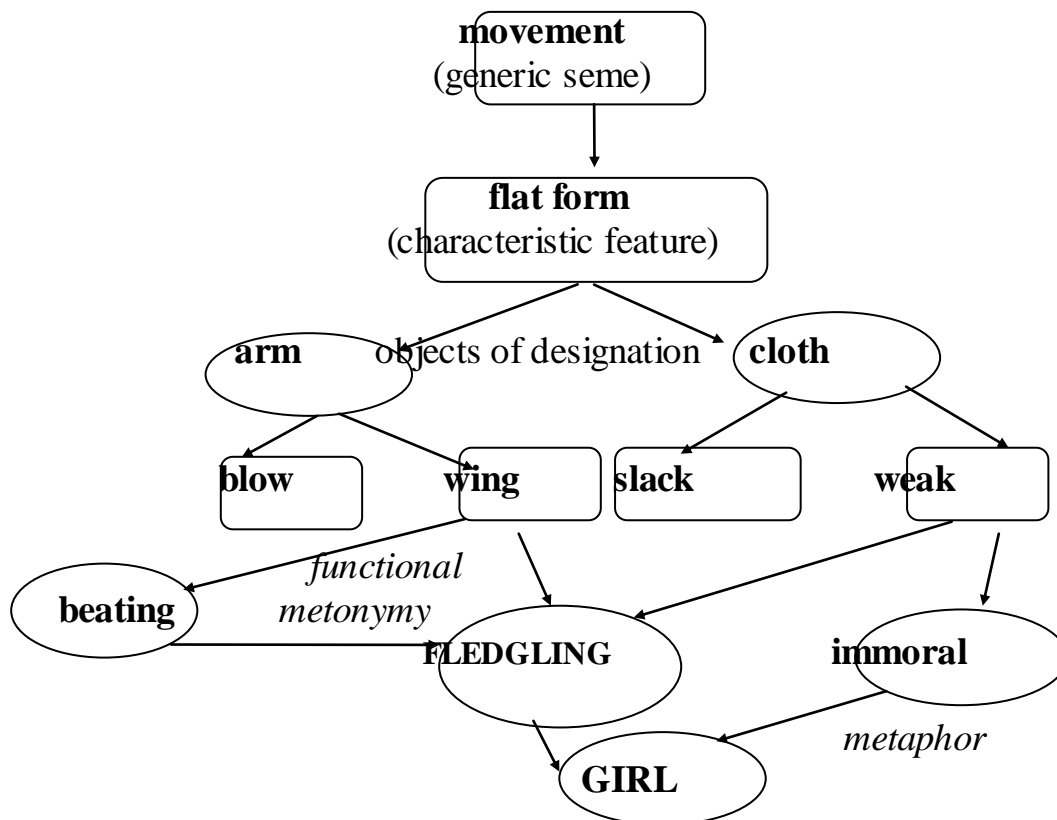


Fig. 2. Semantic history of the word *flapper*

5. Conclusions

Stored in a connotation, pragmatic information of a word directs assessment of cultural phenomenon in society. Derogatory connotative meaning of the word *flapper* expresses pragmatic and cognitive presupposition, which is typical for American society of the 1920s. Pragmatic presupposition manifests in designating the girls as *flappers* thus establishing the fact of disapproval and criticism of this new for America social phenomenon. Cognitive presupposition is based on patterns of previous life experience, stored in our memory in forms of scripts and frames (Kiefer, 1978:337–380). Salient features of girls' behavior, delineated in generalized and schematic manner by frames, are extendedly represented in the discourse.

Thus we can say that the primordial image, which conditioned designation of a social phenomenon “flapper”, is a fledgling. It traditionally symbolizes youth and immaturity in English language. Motivating feature of designation is weakness, associated with instability of girls' moral standards. Derogatory connotations, traced in cognate words of German languages, validate negative pragmatic potential of the word *flapper*, applied to indicate a stereotypic notion about American girls that daringly changed standards of behavior in American society.

References

1. Апресян Ю. Д. Избранные труды: Т. 1: Лексическая семантика. Синонимические средства языка. М.: Языки русской культуры, 1995.
Apresyan, Yu. D. (1995). *Izbrannyye Trudy: T.1. Leksicheskaya Semantika. Sinonimicheskie Sredstva Yazyka [Lexical Semantics. Synonymic Means of Language]*. Moscow: Yazyki Russkoj Kultury.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. Часть IV: В сторону семиотики и стилистики. М.: Высшая школа, 1999.
Arutyunova, N. D. (1999). *Yazyk i Mir Cheloveka. P. IV: V Storonu Semiotiki i Stilistiki [Language and Human World. Part 4: Towards Semiotics and Stylistics]*. Moscow: Vysshaya Shkola.
3. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1984.
Humboldt, W. (1984). *Izbrannyye Trudy po Yazykoznaniiyu [Selected Works in Linguistics]*. Moscow: Progress.
4. Jackson, F. (1998). *From Metaphysics to Ethics*. Oxford: Oxford University Press.
5. Кифер Ф. О пресуппозициях / Новое в зарубежной лингвистике. М. : 1978, 337–353.
Kiefer, F. (1978). *O presuppozitsiyah [On Presuppositions]*. In: *Novoe v Zarubezhnoy lingvistike*. (337-353), T. M. Nikolayeva, Ed. Moscow: Progress.
6. Laurence, S., Margolis, E. (2003). Concepts and Conceptual Analysis. *Philosophy and Phenomenological Research*, 67(2), 253–282.
7. McRae, K.; Jones, M. Semantic Memory. (2013). *The Oxford Handbook of Cognitive Psychology*. New York, NY: Oxford University Press, 206–216.
8. Ogden, C.K, Richards, I.A. (1952). The Meaning of meaning. In: *A Study of the Influence of Language upon Thought and of The Science of Symbolism*. With Supplementary Essays by B. Malinowski and F. G. Crookshank. London: Routledge & Kegan Paul.
9. Partridge, E. (1938). *The World of Words: An Introduction to Language in General and to English and American in Particular*. London: George Routledge & Sons.
10. Пирс Ч.С. Избранные произведения. М.: Логос, 2000.
Peirce, Ch. S. (2000). *Izbrannyye Proizvedeniya [Selected Works]*. Moscow: Logos.

11. Потебня А. А. Из записок по русской грамматике. М.: Изд-во Мин-ва просвещения РСФСР, 1958.
Potebnya, A. A. (1958). *Iz zapisok po Russkoy Grammatike* [From the Notes on Russian Grammar]. Moscow: Ministry of Education of RSFSR.
12. Quiles, C. A., Lopez-Mencherо, F. (2009). *Grammar of Modern Endo-European*. Indo-European Language Association.
13. Stalnaker, R. C. (1974). Pragmatic Presuppositions. In: *Semantics and Philosophy*. (pp. 197-230). M. Munitz and P. Unger, (Eds.). N.Y.: New York University Press.
14. Taylor, J. R. (2006). Polysemy and lexicon. In: *Cognitive Linguistics: Current Applications And Future Perspectives*. (pp. 51-81), G. Kristiansen, M. Achard and R. Dirven (eds.). Berlin–New York: Mouton de Gruyter.
15. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М.: Наука, 1986.
Teliya, V. N. (1986). *Konnotativnyiy Aspekt Semantiki Nominativnyh Yedinit* [Connotative Aspect in the Meaning of Denotative Units]. Moscow: Nauka.
16. Urban, W. M. (2013). *Language and Reality. Philosophy of Language and the Principles of Symbolism*. London and New York: Routledge Taylor and Francis Group.

Sources

1. A Comprehensive Etymological Dictionary of the English Language (1966). Vol. I. Dr. Ernest Klein. Barking, Essex: Elsevier Publishing Company.
2. A Dictionary of Slang and Unconventional English. (1937). E. Partidge. London: Routledge.
3. Chamber's Dictionary of Etymology. (1999). R. K. Barnhart, Ed. N.Y.: Wilson.
4. Crawford, O. A. (1895). *A Year of Sport and Natural History. Shooting, Hunting, Coursing, Falconry*. London: Chapman and Hall. Retrieved from: <https://ia600205.us.archive.org/2/items/cu31924022547263/cu31924022547263.pdf>
5. Dalzell, T. (1996). *Flappers to Rappers. American Youth Slang*. Springfield, Massachusetts: Merriam Webster.
6. Das großen Wörterbuch den Sprach in 10 Bänden, Band 3. (1999). Leipzig–Wien–Zürich: Dudenverlag, Mannheim.
7. Deutsches Wörterbuch von Jakob Grimm und Wilhelm Grimm (Nachdruck der Erstausgabe 1862). (1999). Band 3. München: Lizenzausgabe des Deutschen Taschenbuch Verlages.
8. Duden Deutsches Universal Wörterbuch. (2001). Leipzig–Wien–Zürich: Dudenverlag, Mannheim.
9. Голландско-русский словарь. Под общ. руководством С. А. Миронова. М. : Гос. изд-во ин. и нац. словарей, 1954
Gollandsko-russkiy slovar [Dutch-Russian Dictionary]. (1954). Pod obsch. rukovodstvom S. A. Mironova. M. : Gos. izd-vo in. i nats. Slovarey.
10. Green, R. (1970). *The Revels Plays. James the IV*. Ed. by N. Sandler. Welwyn Garden City, Herts: The Broad Water Press.
11. Indogermanisches Etymologisches Woerterbuch. (1959). Julius Pokorny, (ed). Band I. Bern: Francke.
12. Manipulus Vocabulorum: a Rhyming Dictionary of the English Language. (2001). Ed. H. B. Wheatley. Elibron Classics book a facsimile reprint of a 1867 edition by N. Trübner & Co. London: Adamant Media Corporation.
13. Maugham, W. S. (2007). *Of Human Bondage*. Winnetka, CA: Norilana.
14. Норвежско-русский словарь. Сост. В. Д. Аракин. М.: Гос. изд-во ин. и нац. словарей, 1963

- Norvezhsko-russkiy slovar [Norwegian-Russian Dictionary]. (1963). Sost. V. D. Arakin. M.: Gos. Izd-vo In. i Nats. Slovarye.
15. Of Arthur and of Merlin. (1973). O. D. Macrae-Gibson, Ed. L: Oxford University Press.
 16. The Oxford English Dictionary: 17 Volume Set (1961). Oxford University Press.
 17. Promptorium Parvulorum: The First English-Latin Vocabulary. (1987). Galfridus Anglicus. Early English Text Society (extra series), 102. London: K. Paul, Trench, Trübner & Co, 1908, Klaus Reprint.
 18. Shakespeare, W. Venus and Adonis: The Poems. (1992). Cambridge: Cambridge University Press.
 19. Shakespeare, W. Taming of the Shrew: Comedies. (1995). London: David Campbell Publishers.
 20. Шведско-русский словарь. Сост. Д. Э. Миронова. М.: Изд-во Советская энциклопедия, 1973.
Shvedsko-Russkiy slovar [Swedish-Russian Dictionary]. (1973). D. E. Mironova, Ed. Moscow: Izd-vo Sovetskaya Entsiklopediya.
 21. Swift, J. Gulliver's Travels. (1991). London: David Campbell Publishers.
 22. The Towneley Plays. (1993). London: New York: Published for the Early English Text Society by the Oxford University Press.
 23. The Tale of Beryn with a Prologue of the Merry Adventure of the Pardoner with a Tapster at Canterbury. (1973). F.F. Furnivall and W.G. Stone (Eds.). London: Kegan Paul, 1909. Reprint: Millwood, New York : Kraus Reprint.
 24. Ware, J. R. (1909). Passing English of the Victorian era: a dictionary of heterodox English, slang and phrase. London: George Routledge & Sons.
 25. Wörterbuch Der Deutschen Alltagssprache. (1971). Band 1. H. Küpper, Ed. München.

FEATURES OF SYNTAGMATIC ASSOCIATIONS FOR STIMULI-NAMES OF FOOD PRODUCTS IN UKRAINIAN AND MODERN GREEK LANGUAGES

Galyna Petrova

galina.petrova23@gmail.com

Kyiv National Linguistic University, Ukraine

Received April 21, 2017; Revised June, 25, 2017; Accepted June, 26, 2017

Abstract. 500 respondents who are Ukrainian native speakers and 100 Modern Greek speakers participated in free word association test held in March and July, 2015 in Kyiv, Ukraine, and in Athens, Greece. The data were calculated as to the frequency of responses and composed a field of associations for each stimulus. The classification of associations to the word-stimuli “food products” was based on existing classifications and on the specific of the test material. In this paper, the authors discuss the syntagmatic type of associations expressed by adjectives that represent the objective characteristics of the product and form a phrase with a word-stimulus (Terekhova, 2000). They can be roughly divided into 2 groups of associating directions: features of product attributes (52 % of all syntagmatic associations in Ukrainian language (*hereinafter – UL*) and 41% in Modern Greek (*hereinafter – MGL*)) and features of stages that the product passes (*UL – 41%, MGL – 48 %*). Some differences in quantitative and qualitative aspects were found during the determination of associating directions within the syntagmatic type of associations: different percentage of responses in associating directions in quantitative aspect. As to the quality, the differences lay in determination of feature directions in the languages. Thus for the associative field of Modern Greek language, the reactions that characterize the form of the product have not been found at this stage yet.

Keywords: *associative field, free association test, syntagmatic associations, ways of associating, response, stimulus, types of associations.*

Петрова Галина. Характеристика синтагматичних асоціацій на стимули-назви продуктів харчування (на матеріалі української та новогрецької мов).

Анотація. У статті подано результати аналізу матеріалів вільного асоціативного експерименту: репрезентовано спробу класифікації асоціацій на стимули-назви продуктів харчування в українській та новогрецькій мовах; подано опис одного з найбільших за обсягом – синтагматичного типу асоціацій; визначено його підтипи та подальше розгалуження; виявлено загальні та специфічні риси мовної свідомості українців та греків. у межах класифікації асоціацій на позначення продуктів харчування вагоме місце за обсягом реакцій займають синтагматичні асоціації. Під час визначення напрямів асоціювання в межах синтагматичного типу асоціацій виявлено розбіжності в кількісному та якісному аспектах. У кількісному аспекті різняться відсоткове співвідношення реакцій у напрямках асоціювання. У якісному – відмінності полягають у визначенні підгруп характеристик у різних мовах, так зокрема в асоціативному полі новогрецької мови на цьому етапі дослідження не виявлено реакцій, що є характеристиками форми продукту.

Ключові слова: *асоціативне поле, вільний асоціативний експеримент, синтагматичні асоціації, напрямок асоціювання, реакція, стимул, типи асоціацій.*

1. Introduction

Language associations have been an object of interest of philosophers, linguists, psychologists, sociologists all around the world since the birth of the science about language. No one doubts now that the role of associations in reflecting of real connections of phenomena and objects is enormous. Associations are an important condition for mental and intellectual activity.

Associations occur during human perception of reality and constitute one of the fundamental characteristics of thinking at all levels: mundane, everyday, practical, scientific, creative and artistic (Marfina). Even Sigmund Freud and his followers supposed that uncontrolled associations are symbolic or sometimes even direct projection of the inner, often unconscious contents of consciousness (Serkin). They both form and reflect the picture of the world not only of an individual but also of an ethnic group on the whole. The formation of an image of the world occurs under the influence of many factors, in particular of advertising, whose task is not only informing, but also suggesting of a certain way of thinking, that is, influencing the worldview.

Topicality of the research. The task of the impact of advertising is implemented first of all in advertising texts that convey the main semantic message, which is suggested. This directly relates to such an important aspect of a person's everyday life, as choosing of food and cooking different dishes. Thus the lexical-semantic group "food products" needs to be thoroughly studied. In this study, word association test as a psycholinguistic tool was used to identify the associative fields of the names of food products, which are key within the advertising texts.

The theoretical foundations and practical results of conducting of associative experiments are set in the writings of many well-known scientists: O. Goroshko (features of conducting of association tests), Yu. Karaulov (construction of associative dictionaries), I. Podolian (national specificity of the semantics of phytonyms), Ye. Tarasov (psycholinguistic features of advertising), T. Kovalevska (study of the specifics of the formation of the national mentality on the material of advertising vocabulary) and others. The issue of classifying associations exists as much as the theory of associations itself. It is known that the first classification was created by Plato and Aristotle. The most complete description of existing classifications was presented by O. Goroshko (2001) in her work "The Integral Model of Free Associative Experiment". Today there are classifications suggested by N. Gasitsa, W. James, K. Dolbina, G. Ebingause, A. Zalevskaya, G. Klymenko, A. Luria, G. Muller, I. Podolian, D. Terekhova, E. Thorndike, N. Ufimtseva, E. Shubin, G. Shchur, O. Kaliuta and others. The analysis of associative fields is presented in the writings of T. Nedashkivska, O. Denisovich, I. Gordiienko-Mytrofanova, N. Lyashuk, N. Galunova, D. Terekhova and others. However, the unified classification of associations has not been created yet, that means that the problem remains unsolved either in domestic or in foreign psycholinguistics.

In Greek linguistics, this branch is not so developed. Among the scientists who study the themes of psycholinguistics, one can name such scientists as F. Grigoris, R. M. Peta, D. Stasinou, M. Zafiri, F. Lekkas, K. Riku. Studies of associative fields

of the words has only begun to appear, including the work of Mikhailo Patsis “Specificity of the associative field of words in Greek language” (Patsis, 2004). The classification of associations has not been yet the subject of research of contemporary Greek scholars.

Associations obtained as a result of a free associative experiment are usually chosen as a material for classifications. The experience of conducting of such experiments is fixed in dictionaries. So, such associative dictionaries have been published in the Ukrainian language: “Dictionary of Associative Norms of the Ukrainian Language” and “Dictionary of Associative Definitions of Nouns in the Ukrainian Language” by N. Butenko (1979; 1989), “Ukrainian Associative Dictionary” by S. Martinek (2007), “Associative Dictionary of Ukrainian Advertising Vocabulary” by T. Kovalevska, H. Sologub, O. Stavchenko (2001). Also a “Slavic Associative Dictionary: Russian, Belarusian, Bulgarian, Ukrainian” edited by N. Ufimtseva, G. Cherkasova, Yu. Karaulov, Ye. Tarasov (2004) was created on the material of the Ukrainian language. Single stimuli for food products are represented in the above dictionaries, but they do not reflect the full usage of such words in the advertising. There are no such dictionaries in the Greek language, therefore, to achieve the objectives of the study, a free word association test was conducted with Ukrainians and Greeks in 2015 in the most approximate conditions.

The *purpose* of the article is to characterize the syntagmatic associations to stimuli-names of food products based on the results of a free associative experiment in Ukrainian and Modern Greek languages.

Syntagmatic associations are represented mainly by adjectives, that reflect both the objective properties of objects designated by the stimulus, and emotional-evaluative characteristics that are important for representatives of a certain ethnos in their perception. The phrases, which form associations with the stimulus, are the basis for constructing of texts, including the texts of advertising. So, a study of syntagmatic associations gives an idea of the most stable links between words in the respondents’ linguistic consciousness, of the influence of advertising on the consciousness of respondents and so on.

To achieve the purpose, the following tasks are solved: 1) associative fields of words-stimuli are formed according to the results of the experiment; 2) an attempt to make a classification of associations of words-stimuli "food products" is made up based on the experience of previous classifications; 3) subtypes, groups and subgroups of syntagmatic associations are characterized; 4) the general and distinct within the limits of syntagmatic associations in the Ukrainian and Modern Greek languages are revealed.

2. Methods

The study is based on a comparable analysis of the results of free association test conducted with the aim of studying the verbal associations of the Ukrainians and the Greeks. Quantitative and qualitative processing of associations is carried out. Food products have been chosen as words-stimuli being an essential sphere of life of

every nation. Its formation is influenced by many factors: from the personal tastes to the media and advertising as its integral part.

500 respondents who are Ukrainian native speakers (students of different branches of studying and courses of Kyiv National Linguistic University) and 100 Modern Greek speakers (students of the higher educational institutions of Athens) aged from 17 to 25 years old participated in the free associative experiment. The study was conducted between March-July 2015 in Ukraine (Kyiv) and in Greece (Athens).

Words-stimuli for food products are selected by conducting a preliminary pilot associative experiment, among them the most frequent were: АПЕЛЬСИН / ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ (orange), ВІНО / ΚΡΑΣΙ (wine), ВІНОГРАД / ΣΤΑΦΥΛΙΑ (grapes), ВОДА / ΝΕΡΟ (water), ГАРБУЗ / ΚΑΡΠΟΥΖΙ (pumpkin), ГОРІЛКА / ΒΟΤΚΑ (vodka), ЙОГУРТ / ΓΙΑΟΥΡΤΙ (yogurt), КАВА / ΚΑΦΕΣ (coffee), КАРТОПЛЯ / ΠΑΤΑΤΑ (potato), КОВБАСА / ΛΟΥΚΑΝΙΚΟ (sausage), МАСЛО / ΒΟΥΤΥΡΟ (butter), МОРОЗИВО / ΠΑΓΩΤΟ (ice-cream), М'ЯСО / ΚΡΕΑΣ (meat), ОВОЧ / ΛΑΧΑΝΙΚΟ (vegetable), ОЛИВКИ / ΕΛΙΕΣ (olives), ОЛІЯ / ΛΑΔΙ (cooking oil), ПЕЧИВО / ΜΠΙΣΚΟΤΟ (biscuit), ПИВО / ΜΠΥΡΑ (beer), РИБА / ΨΑΡΙ (fish), САЛЮ / ΛΑΡΔΙ (lard), СІК / ΧΥΜΟΣ (juice), ФРУКТ / ΦΡΟΥΤΟ (fruit), ХЛІБ / ΨΩΜΙ (bread), ЧАЙ / ΤΣΑΙ (tea), ЦОКОЛАД / ΣΟΚΟΛΑΤΑ (chocolate) and so on.

As a result of perusal of received experimental data we have calculated the frequency of responses and have composed a field of associations for each stimulus. Within the fields the ranking and quantitative perusal namely the calculation of percentage of associations for each type of classification was implemented.

On the basis of existing classifications and taking into account the specificity of the test material, an attempt to classify the associations to the words-stimuli "food products" has been made. Syntagmatic, Paradigmatic, Thematic, Phonetic, Word-building, Reminiscences (citation), Personalities, Geographical, Trademarks, National and cultural, Evaluative, Subjective (individual) associations were found in both languages.

3. Results and Discussion

In this paper, we discuss the syntagmatic type of associations (associations in which words-responses and words-stimuli form a phrase that is often agreed). As parts of this type two subtypes are allocated: 1) the syntagmatic associations that are expressed by adjectives, constitute a contracting phrase with the word-stimulus; 2) syntactic associations that are expressed by the verbs.

Syntagmatic associations that are expressed with adjectives, represent the objective characteristics of the product (Terekhova, 2000:62). They can be roughly divided into 2 groups of associating directions: characteristics of product features (52 % of all syntagmatic associations in Ukrainian language (*hereinafter* – *UL*) and 41 % in Modern Greek language (*hereinafter* – *MGL*)) and characteristics of stages that the product passes (*UL* – 41 %, *MGL* – 48 %).

Among the first group we define some subgroups.

Characteristics of outward of a product (30 % of all syntagmatic associations in UL and 23 % in MGL) (parametric spatial characteristics: size and shape characteristics, color characteristics).

In terms of **size** the products, denoted by the word-stimulus, are characterized by the reactions that are represented by the adjectives “big – small” (e.g.: АПЕЛЬСИН – *великий* (4), ОЛИВКИ – *маленькі* (1), *малі* (1)). The most frequent characteristic of this subtype was found in the associative field of Ukrainian language to the stimulus ГАРБУЗ – *великий* (23), *великий за розміром* (1). The reactions only to one stimulus were given in both languages: КОВБАСА – *длинная* (1) / ΛΟΥΚΑΝΙΚΟ – *μακρόστενο* (1).

Among the **characteristics of form** in the Ukrainian language, associations that refer to rounded forms predominate, e.g.: ВІНОГРАД – *круглий* (1), *овальний* (1). The reaction *квадратне* (1) was given to the stimulus ПЕЧИВО. These reactions have a single frequency and are situated at the periphery of the associative fields of stimuli.

The largest part of this subgroup in both languages constitute associations that denote the objective **characteristics of color** of the product, that is not only an integral feature of food products, according to which a person distinguishes them, but also can indicate the quality of the food product. The reactions to words-stimuli ВІНО / ΚΡΑΣΙ, ВІНОГРАД / ΣΤΑΦΥΛΙΑ, ГАРБУЗ / ΚΑΡΠΟΥΖΙ, М'ЯСО / ΚΡΕΑΣ, ОЛИВКИ / ΕΛΙΕΣ, ОЛІЯ / ΛΑΔΙ, ПИВО / ΜΠΥΡΑ, ФРУКТ / ΦΡΟΥΤΟ partially coincide, but the color spectrum of reactions of the Ukrainian recipients is broader than that one of the Greeks.

e.g.: ВІНО – *червоне* (76), *біле* (23), *красное* (5), *червоний* (3) / ΚΡΑΣΙ – *κόκκινο* (23), *λευκό* (12), *άσπρο* (2). According to the frequency in both languages, preference is given to red wine, that characterizes the taste preferences of the respondents of both groups. Evidently, the formation of this stereotype took place under the influence of Christian canons, where red wine symbolizes the blood of Jesus Christ, it is a metaphor for the state of communion with God.

Associations for the following stimuli are more diverse: ВІНОГРАД – *зелений* (25), *білий* (12), *синій* (6), *чорний* (2), *бузковий* (1), *салатовий* (1), *темний* (1), *фіолетовий* (1), *червоний* (1) / ΣΤΑΦΥΛΙΑ – *πράσινα* (8), *κόκκινα* (6), *λευκά* (1). Grapes is one of the most ancient solar symbol of fertility, abundance and wealth. Grape harvest festivals have been reflected in the fine arts since ancient times. The most popular images were Greek festive processions headed by Dionysus, patron god of grapevine, which represented prosperity, wealth and fun. Subsequently the excellent reputation of grapevine was strengthened by the Christian tradition that has made it an emblem of spiritual life, salvation and rebirth. That's why a grapevine is depicted on ancient Christian tombs, the frescoes of the Roman catacombs and later on church stained glass. About 150 grape varieties adapted to different soil and climate conditions have been cultivated in Greece from ancient times to the present.

Next word-stimulus has vast variety of reactions in the Ukrainian language: ГАРБУЗ – *червоний* (10), *жовтий* (7), *оранжевий* (7), *помаранчевий* (7),

зелений (3), помаранч (1) / ΚΑΡΠΟΥΖΙ – κόκκινο (3). The explanation of such a variety of associations of Ukrainian respondents is found not only in the wide use of this vegetable in cooking, but also in the feeding of domestic animals. Pumpkin has an old symbolism in Ukrainian culture, for example, to give a pumpkin to a groom means a tactful refusal in the wedding ritual of matchmaking; the phrase “relatives of a pumpkin” is used for bloodless, false relatives. As for Greece the pumpkin has been a well-known medicinal product since ancient times there. Folk and classical medicine also widely uses it nowadays. Also the pumpkin is an integral part of the cooking of the Greek nation.

Associations *М'ЯСО – червоне (9), рожеве (1), червоний (1) / ΚΡΕΑΣ – κόκκινο (3), рожеве (1)* state the natural color of qualitative food.

Reactions to stimulus *ОЛИВКИ – зелені (63), чорні (23), зелений (7), зелений колір (3), чорний (2), блакитні (1), болотний колір (1), синій колір (1) / ΕΛΙΕΣ – μαύρες (10), πράσινες (2)* are represented more variedly in Ukrainian language. Such close attention to the imported foodstuff of Ukrainians, obviously, can be explained by the desire to find out the properties of an atypical food product. For Greeks, olives are a special product. In the history of Ancient Greece, olive played the most prominent role. Firstly, the Hellenes used it for food. Secondly, three types of butter were squeezed out of olives: extra virgin oil was used for food; oil of the second grade, mixed with fragrances, used for lubrication; And rancid, inedible oil, was used to illuminate the housing. Even in the period of antiquity, olive appears to be a large and multivalued symbol. Greeks crowned the athletes-winners of the Olympic Games with olive wreaths, woven in sacred groves as a sign of victory. During the wedding ceremonies, brides emphasized their innocence and chastity, pricking olive leaves to their dresses. Thus, olives have been a truly universal product for the Greeks.

The reactions to the characteristic of color to stimuli *ЙОГУРТ, ОЛІЯ* and their correlates in the Modern Greek language were represented in both languages, but they don't coincide, for example: *ЙОГУРТ – рожевий (4), білий (1), червоний (1) / ΓΙΑΟΥΡΤΙ – πράσινο (1)*; *ОЛІЯ – жовта (9), сонячна (3) / ΛΑΔΙ – πράσινο (1)*. Differences in the color characteristics of the oil are explained by the usual stereotypes according to the idea of this food product inherent to representatives of Ukrainian and Modern Greek ethnic groups. In Ukraine, oil is initially produced mainly from sunflower, and it has a golden, yellow color, "sunny", as the respondents state. In Greece, olive oil is the most common, it has a greenish tint. Its importance in the food system is extremely high. The culture of production and use of this product reaches far back, it is even reflected in Greek mythology. This information is often used by advertisers to create the most influential ads for the relevant consumer audience.

The second subgroup of syntagmatic associations – **the characteristics of taste peculiarities** of the product denoted by the word-stimulus has small discrepancies in the amount of reactions: *UL – 21%, MGL – 18 %* and further branching.

General characteristics of taste: the semantics of the “tasty” in Ukrainian language is verbalized by the lexemes “смачний, смачна, смачне, смачні” the

Russian-language lexeme “ВКУСНЫЙ” and the English-language “delicious”. Semantics of “unsavory” is verbalized by the lexemes “несмачний, несмачна, несмачне, несмачні, бридкі, огидне, огидні, гідке”. According to the analysis of the answers of the Greek-speaking population, it is verbalized by the lexemes “νόστιμος” and “άγευστος” respectively.

Corresponding reactions are presented to stimuli ВІНОГРАД, ГАРБУЗ, НЕСКАФЕ, ПЕЧИВО, СІКЕРС, ШОКОЛАД and their correlates in Modern Greek language. Some stimuli received only positive characteristics, both in Ukrainian and in Modern Greek language, e.g.: ШОКОЛАД – *смачний (13)* / ΣΟΚΟΛΑΤΑ – *νόστιμο (1)*; ВІНОГРАД – *смачний (3), смачно (3)* / ΣΤΑΦΥΛΙΑ – *νόστιμο (2)*.

Other stimuli in the Ukrainian language caused both positive and negative characteristics, reflecting the subjective taste preferences, e.g.: ГАРБУЗ – *несмачний (2), смачний (1)* (in Modern Greek language the same stimulus has only one reaction ΚΑΡΠΟΥΖΙ – *νόστιμο (4)*); КАВА – *смачна (5), несмачна (1)*; ОЛИВКИ – *смачні (16), несмачні (14), бридкі (2), огидні (1)*; ПИВО – *гідке (2), смачне (1)*; САЛЮ – *несмачне (4), смачне (2)*.

Ukrainian recipients responded only with positive reactions to stimuli АПЕЛЬСИН, ВОДА, ЙОГУРТ, КАРТОПЛЯ, КОВБАСА, МАСЛЮ, МОРОЗИВО, М'ЯСО, СІК, ФРУКТ, ХЛІБ.

Greek respondents gave corresponding positive responses to stimuli ΨΑΡΙ – *νόστιμο (2)*. Fish is an integral part of the cuisine of Greece as a maritime country, where fishing has been one of the main means of survival and still continues to be a popular work not only for subsistence, but also for earning money.

Characteristic of the type of taste in syntagmatic associations is represented by the help of adjectives “sweet, salty, bitter, sour, spicy” according to objective taste peculiarities of each product. This subgroup contains the most frequent reactions due to functionality of food products, during the consuming of which firstly the type of taste that they have is perceived.

The same association to stimuli, denoting the wine, pumpkin, ice cream, cookies, juice are presented in both languages. If the first stimulus reactions are more diverse, the others are characterized only by the word “sweet”. It can be explained either by the variety of the drink, denoted by stimulus ВІНО / ΚΡΑΣΙ, or by personal taste preferences of recipients, e.g.: ВІНО – *солодке (4), кисле (2), кислий (2), гірке (1)* / ΚΡΑΣΙ – *γλυκό (1), ζινό (1), πικρό (1)*; ПЕЧИВО – *солодке (27)* / ΜΠΙΣΚΟΤΟ – *γλυκό (20)*; МОРОЗИВО – *солодке (8)* / ΠΑΓΩΤΟ – *γλυκό (4)*.

Reactions to stimuli, indicating orange, grape, fruit and chocolate overlap in both languages. Ukrainian recipients added an indicator of the mixed taste – “*кисло-солодкий (1)*” in addition to the characteristics of “*солодкий (16), кислий (15)*” to the stimulus АПЕЛЬСИН, while Greeks gave only such reactions as ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ – *γλυκό (3), ζινό (2)*.

Stimuli that denote the grapes in Modern Greek language had mainly uniform reactions ΣΤΑΦΥΛΙΑ – *γλυκά (4), γλυκό (2)*, in contrast to the Ukrainian language,

where there are more diverse characteristics of this stimulus: ВІНОГРАД – *солодкий* (12), *кислий* (2), *сладкий* (1). This trend continues in the associations to other stimuli, e.g.: ФРУКТ – *солодкий* (11), *кислий* (1), *кисло-солодкий* (1) / ФРОУТО – *γλυκό* (2); ШОКОЛАД – *солодкий* (10), *солодке* (5), *солодко* (3), *сладкое* (рус.) (1), *гіркий* (3), *горький* (рус.) (1) / ΣΟΚΟΛΑΤΑ – *γλυκό* (14); ОЛИВКИ – *гіркий* (1), *кислий* (1), *кислі* (1), *солоне* (1), *солоний* (1), *солоні* (1) / ΕΛΙΕΣ – *αλμυρές* (2).

The diverse reactions of Ukrainian and Greek recipients to the stimuli that denote sausage and oil are explained not only by subjectively different perceptions of taste, but also by an objectively different way of producing these products: КОВБАСА – *солоний* (1) / ΛΟΥΚΑΝΙΚΟ – *πικάντικο* (4); МАСЛО – *солодке* (1) / ΒΟΥΤΥΡΟ – *αναλάτο* (1).

Some stimuli had reactions only from representatives of one of the groups, that demonstrates less importance of the taste qualities of these foods for representatives of another group. The majority of such reactions belong to Ukrainian recipients, in particular to stimuli: ВОДА, ГОРІЛКА, ЙОГУРТ, КАВА, КАРТОПЛЯ, М'ЯСО, ПИВО, САЛО, ЧАЙ. There is only one stimulus, that has the reaction belonging to this subgroup from the Greek recipients: ΤΥΡΙ – *αλμυρό* (1). This is explained by the national specifics of popularity of salted cheese (goat cheese feta) in Greece.

Characteristics of flavor of the product, denoted by the word-stimulus (UL – 1,3%, MGL – 0,2 %) are presented by a small homogeneous subgroup of associations that express the objective characteristics according to the perception of the product by the olfactory receptors. They are expressed by synonyms “fragrant, flavored” etc. Such characteristics are more typical for Ukrainian recipients, e.g.: ХЛІБ – *запахний* (10), *ароматний* (1), *пахучий* (1); КАВА *запахна* (6), *ароматна* (1), *духмяна* (1), *пахуча* (1); ПИВО – *духмяне* (1). Only one stimulus caused such reaction of Greek recipients: ΤΣΙΧΛΑ – *μυρωδάτη* (1).

The second group has further classification.

A. **Characteristics of consumption of the product**, denoted by the word-stimulus (27 % of all syntagmatic associations in UL and 21 % in MGL) have further branching.

Characteristics of general quality of the product are the most versatile, they cover different areas of product's features, that are important for its consumption. Stimuli ВІНО, ВОДА, ГОРІЛКА, МІНЕРВА, ПАТАТА are characterized by features “good-bad”. Associations to stimuli ВІНО, ВОДА, ПАТАТА have positive connotation, e.g.: ВІНО – *добре* (1), *якісне* (1); ВОДА – *добра* (1), ПАТАТА – *πάντα ωραία* (1); ВОДА та ПОРТОКАЛІ – neutral (ВОДА – *звичайна* (1), ПОРТОКАЛІ – *κανονικό* (1); ГОРІЛКА – negative (ГОРІЛКА – *поганий* (1)).

Characteristics of naturalness and freshness of the product are very important in choosing of a product, because every person tries to get the best product, the freshest and most useful one. These characteristics are verbalized by antonyms “real – not real, fresh – stale, natural – artificial”.

Some stimuli caused only positive reactions in both groups of recipients, e.g.: РИБА – *свіжа* (1) / ΨΑΡΙ – *φρέσκο* (5); СІК – *натуральний* (3), *свіжий* (2) / ΧΥΜΟΣ – *φυσικός* (1), *φρέσκος* (7); М'ЯСО – *свіже* (4), *справжнє* (1); ΣΤΑΦΥΛΙΑ – *φυσικό* (1); ΚΑΡΠΟΥΖΙ – *βιολογικό* (1). The latest reaction emphasizes the current trend to consume only organic products.

There is a specific reaction in English in the characteristics of juice, its transcribed borrowing, which has already been assimilated in Ukrainian and the Ukrainian analogue (translation): СІК – *фреш* (15), *свіжовижатий* (3), *fresh* (1), that demonstrate the global impact of English language.

The reactions of Ukrainian respondents to the stimulus КОВБАСА were both positive and negative: КОВБАСА – *несправжня* (3), *натуральна* (1), *свіжа* (1), *штучний* (1), but the fact that there were more negative responses shows the distrustful attitude of respondents towards the quality of this product. There were only negative reactions to the stimuli МАСЛО – *несвіже* (1), МОРОЗИВО – *не натуральне* (1), М'ЯСО – *гниле* (1), ГАРБУЗ – *вялий* (1), that indicates the concern of recipients as consumers of the quality of these products, the opportunity to damage health.

Characteristics of consistency of the product mainly objectively reflect their structure, they are verbalized by:

а) antonymous pairs of adjectives:

– “liquid – thick”, only in Ukrainian language (ОЛІЯ – *рідка* (5), ВОДА – *рідкий* (1), ЙОГУРТ – *рідкий* (4), *густий* (2), *рідкий у пляшці* (1));

– “soft – hard”, in both languages to the stimulus МАСЛО – *м'яке* (1) / ВОУТУРО – *μαλακό* (5); in one language to the stimuli ХЛІБ – *м'який* (8), *твердий* (1); ПЕЧИВО – *м'яке* (3); САЛО – *тверде* (1); ΨΑΡΙ – *μαλακό* (1);

– “fat – fat-free”, also in both languages, e.g.: МАСЛО – *жирне* (26) / ВОУТУРО – *άπαχο* (2); КОВБАСА – *жирна* (1) / ΛΟΥΚΑΝΙΚΟ – *παχύ* (1) etc. There are reactions only in one language: САЛО – *жирне* (19), РИБА – *жирна* (1), ТΥΡΙ – *ελαφρύ* (1).

б) adjectives “crunchy, crispy, brittle, crumbly”. Such reactions are the most frequent to the stimulus ПЕЧИВО – *хрустке* (18), *крихке* (3), *хрумке* (3), *розсипчасте* (2), that emphasizes the tastes and preferences of Ukrainian recipients. Opposite to the semantics of perception are the reaction of the Ukrainian and the Greeks to the stimulus ХЛІБ: Ukrainians pay attention primarily to the properties of the crust, and Greeks of the flesh: ХЛІБ – *крихкий* (1), *хрусткий* (1), *черствий* (1) / ΨΩΜΙ – *αφράτο* (1).

в) there are individual reactions that mark the presence of fluid in the product denoted by the stimulus, they are verbalized by adjectives “watery, juicy, diluted”, e.g.: ГАРБУЗ – *водянистий* (1), СІК – *розбавлений – 0,3 відсотки соку, все вода* (1), ФРУКТ – *соковитий* (1), АПЕЛЬСИН – *ζουμερό* (1).

Characteristics of composition of the product according to the ingredients. Such reactions are numerous in the Ukrainian language, some of them are quite frequent, e.g.: МОРОЗИВО – *шоколадне* (24), *вершкове* (7), *ванільне* (2), *бананове* (1), *карамельне* (1), *молочне* (1), *натуральне шоколадне* (1); ПИВО –

життє (2); КОВБАСА – *м'ясна* (1); МАСЛЮ – *молочне* (1). There is a reaction only to one stimulus in Modern Greek language: ΨΩΜΙ – *πολύσπορο* (1).

Characteristics of temperature of the product are expressed by antonymous adjectives “hot – cold” according to the way of its use. Most associations are given to stimuli that denote drinks. The reactions of this subgroup in both languages are presented to stimuli: ВОДА – *холодна* (6), *гарячая* (1) / ΝΕΡΟ – *κρύο* (5), *δροσερό* (5), *παγωμένο* (1); ПИВО – *холодне* (5) / ΜΠΥΡΑ – *κρύα* (4), *παγωμένη* (5), that can be explained by the use of these drinks for a sense of freshness and cooling.

Stimuli that denote tea caused mostly reactions-characteristics of high temperature, but Greeks respondents have the percentage of responses to the characteristics of low temperature that dominate, due to the culture of consumption of the drink. Ukrainians usually drink hot tea at any time of the year, but Greeks drink mostly iced tea, especially in summer and the hot tea is given only to sick person: ЧАЙ – *гарячий* (7), *холодне* (1) / ΤΣΑΙ – *ζεστό* (4), *χοτ* (1), *κρύο* (4).

Reactions to the following stimuli can also be explained by the tradition of their consumption: ГОРІЛКА – *холодна* (2), ШОКОЛАД – *гарячий* (2), ΚΡΑΣΙ – *ζεστό* (1), ΓΙΑΟΥΡΤΙ – *παγωμένο* (1).

Reactions that describe the main characteristics of ice cream are frequent enough in both languages: МОРОЗИВО – *холодне* (38), *холодний* (1) / ΠΑΓΩΤΟ – *κρύο* (4).

Associations to stimuli that denote bread and pumpkin are also mostly the same in both languages: ХЛІБ – *гаряче* (1) / ΨΩΜΙ – *ζεστό* (4); ГАРБУЗ – *холодний* (1) / ΚΑΡΠΟΥΖΙ – *δροσερό* (4).

Characteristics of process and conditions of consumption of the product denote the features of a product, that is usable, for example, as for fruit and vegetables this feature is “*ripe*”: ГАРБУЗ – *спілий* (1); ФРУКТ – *спілий* (1); ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ – *στεμμένο* (*стиглий*) (1). For other products the features are as follows: ВОДА – *питна* (18), *джерельна* (3), *кип'ячена*, *тільки очищена*, *фільтрована* (1); КАВА – *міцна* (18), *кріпка* (1); ΛΑΔΙ – *μαγειρικό* (1).

B. Characteristics of the method of cooking (UL – 9 %, MGL – 16 %). This subgroup includes reactions that denote traditional for every country methods of products' cooking, e.g.: КАРТОПЛЯ – *смажена* (29), *печена* (12), *жарена* (10), *варена* (5), *жареная* (3), *запечена* (1), *парена* (1), *підсмажена* (1), *товчена* (1) / ΠΑΤΑΤΑ – *τηγανητή* (19), *ψητή* (5), *βραστή* (4), *τηγανητές* (3); РИБА – *смажена* (11), *солоня* (6), *жарена* (4), *в'ялена* (3), *запечена* (3), *заморожена* (1), *копчена* (1), *печена червона* (1), *тушкована* (1) / ΨΑΡΙ – *ψητό* (12), *τηγανιτό* (2). So, the traditional ways of cooking potatoes and fish in Ukraine and Greece differ, that is reflected in the associations: the majority of associations for fried products are presented in the Ukrainian language and the majority of associations for baking of these products, that is more useful for healthy nutrition, are presented in the Modern Greek language.

Making coffee is characterized by Ukrainian recipients according to the method of grains processing: КАВА – *розчинна* (16), *мелена* (5), *зварена* (2),

цільнозернова (2), заварна (1), зернова (1), зерновой (кофе) (1), while Greek recipients pay more attention to the way of making the coffee drink: ΚΑΦΕΣ (кава) – *Ελληνικός* (16), *σκέτος* (2), *Γαλλικός* (1), *διπλός* (1), *τουρκικός* (1).

Traditional Greek yogurt is made from ordinary yogurt by removing whey, so it is also called “strained yogurt”: ΓΙΑΟΥΡΤΙ – *στραγγιστό* (4). Greek yogurt is thicker, it contains more milk fat and has a creamy structure.

Traditional methods of cooking of other food products are presented in association according to preferences of Greeks: ΛΟΥΚΑΝΙΚΟ – *κрасάτο* (3), *βραστό* (1), *ψημένο* (1) (sausage is prepared with the addition of wine to a saucepan or frying pan); ΤΣΑΙ – *ανατολίτικο* (1) (tea with the addition of oriental spices).

C. Characteristics of effects of consumption of the product (UL – 3,4 %, MGL – 2,3 %) contain frequent responses, that reflects the principles of healthy lifestyles of recipients of both countries, that requires monitoring of weight, not using of harmful substances, therefore, paying special attention to caloric content, nutritional value, and nutrient content.

Associations with semantics of usefulness are predominantly represented by adjective “useful”, for example: ЙОГУРТ – *корисний* (8), ФРУКТ – *корисний* (3), РИБА – *корисна* (3), ГАРБУЗ – *корисний* (2), М’ЯСО – *полезное* (1), ОЛИВКИ – *корисні* (1), ОЛІЯ – *корисна* (1), СІК – *корисний* (1), and adjectives “necessary, required” in both languages: ВОДА – *необхідна* (1) / ΝΕΡΟ – *απαραίτητο* (3); ОЛІЯ – *потрібна* (1).

Greek recipients presented the associations, related with the utility of the product, they are expressed by the adjectives “healthy”, that is, useful for health: ΛΑΔΙ – *υγιεινό* (1) and accordingly “unhealthy”, that is useless, harmful: ΚΡΕΑΣ – *ανθυγιεινό* (1).

Ukrainian recipients are confident in harm of consumption of such beverages as ГОРЛІКА – *шкідлива* (8), *шкідливе для здоров’я* (2) and ПИВО – *шкідливе* (2) because of devastating impact of alcohol on health. Such associations to stimuli ПЕЧИВО – *шкідливе* (1) and ХЛІБ – *шкідливий* (1) are related with the risk of increase in body weight of a person with excessive consumption of these products.

Another subgroup of syntagmatic associations with characteristics “nutritional” is connected with the nutritional value of products (for example, М’ЯСО – *поживне* (3), ЙОГУРТ – *поживний* (2)), “high-calorie” (for example, ΜΑΣΛΟ – *висококалорійне* (1), ПЕЧИВО – *калорійне* (1), САЛЮ – *калорійне* (1)). These objective products’ characteristics are perceived differently by recipients, can be evaluated both positively and negatively. For example, people with a tendency to overweight avoid high-calorie foods, so this characteristic is negative for them, and consumers who try to gain weight do not shun the use of foods with high nutritional value and evaluate this characteristic positively.

Associations of Greek recipients have opposite semantics, e.g.: ΓΟΥΑΟΥΡΤΙ – *άπαχο* (4), it means that the preference is given to more useful types of products.

There are associations that describe the impact of the product on humans in both groups of recipients, e.g.: ΒΙΝΟ – *п’янке* (2); ΠΙΒΟ – *хмельне* (2); ВОДА –

освіжаюча (1), цілюща (1); ΦΡΟΥΤΟ – δροσιστικό (1); ΚΑΦΕΣ – τονοτικό (1); ΛΑΧΑΝΙΚΟ – δροσιστικό (1).

D. Characteristics of origin of the product (UL – 1,1 %, MGL – 8,3 %) also have further branching.

Place of cultivation: ОЛИВКИ – *грецькі* (1) / ΕΛΙΕΣ – *ελληνικές* (1), σπιτικές (2).

Common cultivation of olive trees in Greece and wide export of olives and oil cause the associations about the origin of the stimulus ОЛИВКИ among the recipients of both groups; difference lies in the predominance of characteristic “homemade” for Greeks, who usually cultivate olive trees in their gardens. That is how Ukrainian cultivate potatoes in their kitchen-gardens (КАРТОПЛЯ – *домашня* (1)), while fruits are usually imported from other countries (АПЕЛЬСИН – *екзотичний* (1), ФРУКТ – *екзотичний* (1)) and tea harvested in China and Ceylon is the most valuable (ЧАЙ – *Китайський* (1), Цейлонський (1)).

Place of manufacture. Recipients of both groups prefer homemade products, consider them to be more natural and useful, that’s why the reaction “homemade” is predominant in this group of characteristics, especially in the Ukrainian language, for example: ПЕЧИВО – *домашнє* (7), САЛЮ – *домашнє* (2), ЙОГУРТ – *домашній* (1), М’ЯСО – *домашнє* (1), ХЛІБ – *домашній* (1) / ΛΑΔΙ – *σπιτικό* (2); ΤΥΡΙ – *σπίσιο* (1), but in quantitative terms in Modern Greek language prevails the association “rural”, made in the countryside, where the majority of products in view of the agrarian economy of Greece is produced: ΛΟΥΚΑΝΙΚΟ – *χωριάτικο* (19), ΨΩΜΙ – *χωριάτικο* (4), ΓΙΑΟΥΡΤΙ – *χωριάτικο* (1). Besides the association “homemade”, there are also associations of a wide range of manufacturing locations covering the country and region, “Greek” and “Mediterranean”, to the stimuli that denote oil, for example: ΛΑΔΙ – *σπιτικό* (2), *ελληνικό* (1), *μεσογειακό* (1). It is a wellknown fact that Greek olive oil has the best quality and fame in the world that Greeks are extremely proud about.

Way of production. Associations of this type characterize products of animal origin, for example, they represent an animal from whose milk this product is made. This type of association is more characteristic for Greek recipients: ΤΥΡΙ – *κατσικίσιο* (3), *πρόβειο* (2); ΒΟΥΤΥΡΟ – *αγελαδινό* (2); ΓΙΑΟΥΡΤΙ – *πρόβειο* (1). Only the stimulus САЛЮ caused an appropriate association with the animal from which the product was obtained among Ukrainians: САЛЮ – *свине* (2).

E. Characteristics of purchasing of the product (UL – 0,4 %, MGL – 0,9 %) are divided into the characteristics of cost (e.g.: КОВБАСА – *дорога* (1), М’ЯСО – *дороге* (1)) and the characteristics of method of purchasing: (e.g.: ПИВО – *розливне* (3), ПЕЧИВО – *вагове* (1), ΝΕΡΟ – *εμφιαλωμένο* (5)).

There is a separate group of syntagmatic associations, which we after O. Leontiev, O. Shakhnarovych and D. Terekhova call **syntactic**, they are expressed by the verbs (7 % of all syntagmatic associations in UL and 10 % in MGL). We distinguish several groups among the syntactic associations. Most syntactic associations are associated with actions that indicate the process of consumption of the product, that is, expressed by the verbs “eat, drink” in the form of affirmation or

denial, in the form of the infinitive or the first person singular. It should be noted that in the Modern Greek language, the verb form of the first person singular is used as an infinitive, therefore, unlike the Ukrainian language, it is impossible to determine without context what kind of form the recipients had in mind. There are reactions in both languages to words-stimuli ВИНО, ВОДА, ГОРІЛКА, М'ЯСО, ПИВО, РИБА, ХЛІБ, ЧАЙ and their correlatives in Modern Greek language, e.g.: М'ЯСО – *їсти* (2) / ΚΡΕΑΣ – *τρώω* (1); РИБА – *їсти* (2) / ΨΑΡΙ – *τρώω* (1); ХЛІБ – *їсти* (1), *не їм* (1) / ΨΩΜΙ – *τρώω* (1); ВОДА – *пити* (21), *пить* (рос.) (2) / ΝΕΡΟ – *πίνω*, *να πιώ* (2), *ήπια σήμερα* (1); ГОРІЛКА – *не п'ю* (5), *пити* (2), *пиячити* (2), *випивати* (1) / ΒΟΤΚΑ – *δε πίνω* (1); ПИВО – (3), *пити* (1) / ΜΠΥΡΑ – *δεν πίνω* (1), *πίνω* (1); ЧАЙ – *пити* (3), *не п'ю* (1), *пить* (рос.) (1) / ΤΣΑΙ – *πίνω* (1). Only Ukrainians presented reactions to words-stimuli АПЕЛЬСИН, ВІНОГРАД, ЙОГУРТ, КАВА, КАРТОПЛЯ, КОВБАСА, ОЛИВКИ, ПЕЧИВО, САЛЮ, СІК, ФРУКТ. Reactions to stimuli ВОУТУРО, ПАΓΩΤΟ, ΤΥΡΙ were given by Greeks.

The desire or necessity of consumption of the product is expressed in the reactions with the verb “want” in the affirmative or negative form, e.g.: ЙОГУРТ – *хочу* (2), КОВБАСА – *хочу* (1), ПЕЧИВО – *хочу* (1), ХЛІБ – *не хочу* (1), ФРОУТО (фрукт) – *θέλω* (1). There is a lexeme in Modern Greek language that denote thirst: ВОДА – *хочу* (1) / ΝΕΡΟ – *διψάω* (3), *ξεδιψάω* (1).

Denial to use a particular product is represented in such reactions: ГОРІЛКА – *не вживаю* (1), ОЛИВКИ – *не вживаю* (1).

Some syntactic associations **describe the process of consumption of the product** denoted by a stimulus, e.g.: ВИНО – *дегукувати* (1), *смакувати* (1); МОРОЗИВО – *куштувати* (1), *ласувати* (1) / ПАΓΩΤΟ – *γλείφω* (2); ВОУТУРО – *λιώνει* (2), *λιώνω* (1).

The group of reactions that denote **the process of cooking of the product** constitutes a sufficiently large amount of syntactic associations. We have found such reactions in both languages only to the stimulus М'ЯСО – *випікати* (1), *жарити* (1) / ΚΡΕΑΣ – *μαγειρεύω* (2). There are reactions in Ukrainian language to the stimuli: АПЕЛЬСИН – *вижимати в сік* (1), *чавити* (1); КАРТОПЛЯ – *чистити* (8), *жарити* (4), *сиджати* (3), *сидити* (2), *смажити* (2), *варити* (1); КОВБАСА – *різати* (1), РИБА – *важко чистити* (1), *чистити* (1); ХЛІБ – *пекти* (1); ЧАЙ – *настояти* (1) and in Modern Greek language to the stimulus ΛΑΔΙ – *μαγειρεύω* (1).

The group that contains associations for describing **actions that are performed on the product or using a reality** denoted by a stimulus is small in amount, e.g.: ВОДА – *пити* (1), ОЛІЯ – *важко відмити* (1), САЛЮ – *уронили* (2), ΣΤΑΦΥΛΙΑ – *φέρει* (1).

4. Conclusions

Within the classification of associations for the designation of food products, syntagmatic associations occupy an important place as for the number of reactions. Such subtypes can be named here: 1) the syntagmatic associations that are expressed

by adjectives, constitute a contracting phrase with the word-stimulus, and represent the objective characteristics of the product; 2) syntactic associations that are expressed by the verbs. The first subtype can be roughly divided into 2 groups of associating directions: characteristics of product features (taste, flavor, color, outward: size, shape, color) and the characteristics of the stages, which the product passes (origin, cultivation, purchasing, cooking, consumption and effects of products' consumption). These groups include the vast number of associations as the most relevant words in the perception of words-stimuli and of realities that they denote: the product's quality is primarily determined by good appearance, taste, usefulness etc.

Some differences in quantitative and qualitative aspects were found during the determination of associating directions within the syntagmatic type of associations: different percentage of responses in associating directions in quantitative aspect. In the aspect of quality the differences lie in determination of characteristics directions in the languages. So the reactions that characterize the form of the product weren't found in the associative field of Modern Greek language.

The perspectives of further research are: characterization of syntagmatic associations on the material of English language as well as a detailed description of other types of reactions in Ukrainian, Modern Greek and English languages; the comparing of experiment data with articles of associative dictionaries to trace the dynamics of changes in the linguistic consciousness of respondents.

References

1. Асоціативний словник української рекламної лексики / уклад. Т. Ю. Ковалевська, Г. Д. Сологуб, О. Г. Ставченко. Одеса: Астропринт, 2001.
Asotsiatyvnyi Slovnyk Ukrainskoyi Reklamnoyi Leksyky [Associative Dictionary of Ukrainian Advertising Vocabulary] (2001). T. Kovalevska. H. Sologub, O. Stavchenko, (eds.). Odesa: Astroprint.
2. Бутенко Н. П. Словник асоціативних норм української мови. Львів: Вища школа, 1979.
Butenko, N. (1979). *Slovnyk Asotsiatyvnykh Norm Ukrainskoyi Movy [Dictionary of Associative Norms of the Ukrainian Language]*. Lviv: Vyshcha Shkola.
3. Бутенко Н. П. Словник асоціативних означень іменників в українській мові. Львів: Вища школа, 1989.
Butenko, N. (1989). *Slovnyk Asotsiatyvnykh Oznachen Imennykiv v Ukrainskiy Movi [Dictionary of Associative Definitions of Nouns in the Ukrainian Language]*. Lviv: Vyshcha shkola.
4. Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Х.; М.: РА-Каравелла, 2001.
Goroshko, Ye. (2001). *Integrativnaya Model Svobodnogo Assotsiativnogo Eksperimenta [Integrative Model of Free Associatiation Test]*. Kharkiv; Moscow: Russian Academy of Sciences–Karavella.
5. Мартінек С. В. Український асоціативний словник. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007.
Martinek, S. (2007). *Ukrainskyi Asotsiatyvnyi Slovnyk [Ukrainian Associative Dictionary]*. Lviv: Ivan Franko National University of Lviv.

6. Марфіна Ж. В. Мовна асоціація як об'єкт наукового вивчення [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/4258.html>.
Marfina, Zh. Мовна asotsiatsiia yak ob'iekt naukovopo vyvchennia [Language association as an object of scientific study]. Retrieved from: <http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/4258.html>
7. Патсис М. Специфика ассоциативного поля слова в греческом языке. Вопросы психолінгвістики. 2004, №2. С. 91–97.
Patsis, M. (2004). Specificity associativnogo polia slova v grecheskom yazyke [Specificity of the Associative Field of a Word in the Greek language]. *Voprosy Psikholingvistiki*, 2, 91–97.
8. Серкин В. П. Психосемантика [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://stud.com.ua/43612/psihologiya/asotsiativni_eksperimenti#66
Serkin V. *Psykhosemantika [Psychosemantics]*. Retrieved from: http://stud.com.ua/43612/psihologiya/asotsiativni_eksperimenti#66
9. Славянський асоціативний словарь: російський, білоруський, болгарський, український / Під ред. Н. В. Уфимцевої, Г. А. Черкасової, Ю. Н. Караулова, Е. Ф. Тарасова. М., 2004.
Slavianskii Assotsiativnyi Slovar: Russkiy, Beloruskiy, Bolgarskiy, Ukrainskiy [Slavic Associative Dictionary: Russian, Belarusian, Bulgarian, Ukrainian]. (2004). N. Ufimtseva, G. Cherkasova, Yu. Karaulov, Ye. Tarasov, (eds.). Moscow.
10. Терехова Д. І. Особливості сприйняття лексичної семантики слів (психолінгвістичний аспект). К.: Київський державний лінгвістичний університет, 2000.
Terekhova D. (2000). *Osoblyvosti Spryniattia Leksychnoyi Semantyky Sliv (Psikholinhvistychnyi Aspekt) [Peculiarities of Perceiving Lexical Semantics of Words (Psycholinguistic Aspect)]*. Kyiv: Kyiv State Linguistic University.

ПРОБЛЕМА ВАЛІДНОСТІ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІЛЬНОГО АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ

Світлана Самійлик

svitlanasamiilyk@gmail.com

Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

Received April 13, 2017; Revised June 10, 2017; Accepted June 15, 2017

Анотація. У 2011 році та у 2016 році було проведено два окремі вільні асоціативні експерименти на слова-стимули педагогічної сфери. Отримані через п'ять років дані на аналогічні стимули аналізуються, класифікуються та зіставляються з попередніми даними. Зіставлення стало можливим, бо соціальна група досліджуваних була тою самою, а саме, це були студенти Житомирського державного університету імені Івана Франка. У дослідженні перевірялася гіпотеза, що результати вільного асоціативного експерименту залишаються валідними (тобто вірогідними, актуальними, такими, що при перевірці дають ті само результати) вродовж п'яти років. Проаналізувавши всі реакції експериментів обох років на стимули *дисципліна, завдання, знання, клас, освіта, особистість* виявилось, що декотрі з реакцій були частотними, а інші – одиничними. В асоціативних полях експериментів 2011 та 2016 років найчастотніші реакції на аналогічні стимули здебільшого збігаються. Наприклад, і в експерименті 2011 року, і в експерименті 2016 року найчастотнішими є такі корелятивні пари S – r (стимул – реакція): ДИСЦИПЛІНА – *порядок; поведінка*; ЗАВДАННЯ – *домашнє; ЗНАННЯ – розум; вміння; уміння*; КЛАС – *учні; школа; діти*; ОСВІТА – *вища; ОСОБИСТІСТЬ – я; людина*. Проте щодалі асоціації віддалені за частотністю від ядерних, то різноманітніші вони бувають, а також вони виявили неоднакову частотність в асоціативному полі того ж стимулу експериментів обох років. Деякі асоціації, що тяжіли до ядерних в експерименті 2011 року, не виявилися такими в експерименті 2016 року, і навпаки. Найбільші розбіжності, однак, виявлено серед одиничних реакцій двох експериментів, хоча, безперечно, є й такі реакції серед одиничних, котрі збігаються в експериментах обох років. Хоча реакцій, які збігаються в обох експериментах, досить багато, проте унікальних значно більше. Отже, гіпотеза про валідність даних вільного асоціативного експерименту підтверджується лише для ядерних реакцій асоціативних полів, а віддалені від ядра реакції динамічні, мають тенденцію до змін.

Ключові слова: *вільний асоціативний експеримент, стимул, реакція, асоціація, валідність.*

Samiilyk, Svitlana. On the Issue of Free Association Test Results' Validity.

Abstract. In 2011 and 2016, two separate free association tests with the stimuli of an educational field took place. The received in-five-year data on the same stimuli are analyzed, classified and compared with the previous ones. The comparison is possible because the investigated social group was the same viz. the students of Zhytomyr State Ivan Franko University. The study tested the hypothesis that free association test results are valid (reliable, actual; after their checking they give the same results) for five years. After analyzing all the reactions of both experimental years to the stimuli discipline, tasks, knowledge, class, education, personality it appeared that some reactions were frequent and the others were individual. The most frequent reactions of the associative fields to the analogical stimuli of the 2011 and 2016 experiments coincide. For example, in both 2011 and 2016 experiments the most frequent correlative pairs S – r (stimulus – reaction) are: DISCIPLINE – order; behavior; TASK – home; KNOWLEDGE – mind; skill; CLASS – students; school; children; EDUCATION – higher; PERSONALITY – I; human. However, the more distant the

associations are from the core reaction, the more diverse they are, and they display different frequencies in their associative fields of both experiments (in 2011 and 2016). Some associations which tended to the core reactions in 2011 experiment were not frequent in 2016 experiment, and vice versa. The widest variety, though, is found among the individual reactions of the two experiments; nevertheless, there are the same individual singular reactions of the experiments of both years. The total number of those individual reactions is the highest in the experiments. Thus, the hypothesis of data validity of a free association test is confirmed but only for the core reactions of associative fields. The more distant the associations are from the core reaction, the more dynamic and changeable they are.

Keywords: *free association test, stimulus, reaction, association, validity.*

1. Вступ

Вільний асоціативний експеримент (далі – *BAE*) – популярний метод дослідження у психології, психолінгвістиці, соціолінгвістиці, когнітивній лінгвістиці тощо. У найзагальніших рисах – це метод (і прийом) дослідження, суть якого полягає в реагуванні першим стимулом (зазвичай вербальним), що виник у досліджуваного у свідомості, на запропонований стимул (вербальний і невербальний; візуальний, аудіальний та ін.) для виявлення глибоких смислових зв'язків між концептами.

BAE широко послуговуються багато дослідників, які за допомогою нього не лише досліджують різні аспекти людської психіки, а й вивчають мовну та концептуальну картини світу. Крім того, науковці вдосконалюють методику проведення й обробки результатів BAE. Серед цих учених Д. Терехова (Terekhova, 2000), О. Горошко (Goroshko, 2001), Т. Недашківська (Nedashkivska, 2011), О. Денисевич (Denysevych, 2015), Л. Кушмар (Kushmar, 2010), О. Загородня, О. Залевська (Zalevskaaya, 1975), Р. Фрумкіна (Frumkina, 2001) та ін. Дослідники зіставляють одержані дані, маніпулюючи змінними факторами: віком учасників (показуючи, наприклад, що реакції дітей відрізняються від реакцій дорослих), статтю (висвітлюючи гендерні психологічні і/або мовні особливості), національністю (описуючи національно-мовну картину світу), професійним та соціальним статусом досліджуваних (такі експерименти особливо актуальні для соціологічних та соціолінгвістичних досліджень), психологічним станом у момент дослідження (наприклад, смертельної хвороби чи ув'язнення) тощо. Також можна маніпулювати формою експерименту (усна, усно-письмова, письмова; іноді усна форма є єдиною можливою, наприклад, серед дітей, котрі ще не вміють читати), стимульним списком (включаючи чи виключаючи з нього певні стимули, змінюючи їх порядок і т.ін.) та іншими прагматичними чинниками. При цьому потрібно звертати особливу увагу на те, щоб при зміні однієї змінної інші змінні залишалися стабільними.

Проте в масових експериментах (наприклад, для укладання словників) здебільшого асоціативні норми (загальність асоціацій на основі масових досліджень) «відбираються» від студентської аудиторії, якщо перед експериментатором не стоїть інша спеціальна мета. Уважають, що до цього віку (17–21 рік) формування мовної здатності вже завершується. Водночас, змістовне наповнення мовної здатності (словниковий запас, ієрархічна структура

цінностей, прагматичні установки), її формально-комбінаторні можливості в більшості людей залишаються відносно стабільними впродовж усього життя, що дає можливість уявити ядро мовної свідомості суспільства на декілька десятиліть уперед (Karaulov, 1996:67). Науковці завжди акцентують увагу на широкій апробованості та валідності результатів, тобто отримані впродовж експериментів результати є надійними та відносно стабільними, а також є дійсними для усієї групи осіб, які співвідносяться з тими, які брали участь в експерименті, і ці дані можуть бути поширені на всю групу. Легка відтворюваність і можливість перевірки робить ВАЕ популярним серед дослідників (Goroshko, 2001).

Метою цього дослідження є емпірична перевірка гіпотези, що одержані асоціативні дані від тієї само соціальної групи (у ВАЕ, результати якого представлені в цій статті, – це студенти 1–4 курсів Житомирського державного університету імені Івана Франка) на ті само стимули (а саме: *дисципліна, завдання, знання, клас, освіта, особистість*) залишаються валідними протягом п'яти років.

Здебільшого валідність даних ВАЕ сприймається вченими *a priori*, гіпотетично. Проте досі не зрозуміло, як довго ці дані залишаються дійсними та чи змінюються вони з часом. Актуальність цього дослідження полягає в тому, щоб з'ясувати, наскільки правдивим є твердження про те, що дані проведеного експерименту будуть дійсними для тієї самої соціальної групи (не конкретних членів цієї групи) за декілька років.

2. Методи дослідження

Провідним методом дослідження є ВАЕ, що проводився у 2011 році та у 2016 році. Кожен із цих експериментів є окремим і самодостатнім, їхні результати порівнюватимуться в цій статті, а не двома етапами одного експерименту. Водночас, на деяких етапах цих експериментів застосовували такі допоміжні методи: анкетування, метод генерування випадкових чисел та оригінальний метод частотності (Nedaskivska, Samiilyk, 2015). Також для обробки даних кожного з двох експериментів використовували описовий та статистичний методи, а для виокремлення спільних та відмінних рис їхніх результатів – порівняльний метод.

3. Процедура дослідження

Під час першого експерименту, що проводився в 2011 році в межах магістерської роботи автора статті, методом анкетування було відібрано 35 стимульних лексем, що стосуються педагогічної сфери, як-от: *школа, читати, учити, мислення, лекція, клас, модуль, дисципліна, завдання, знання* та інші. На основі стимульних слів було сформовано анкету, яка складалася з двох частин. У першій частині досліджувані вказували свої біографічні дані: прізвище, ім'я, рік народження, рід занять (студент Житомирського державного університету імені Івана Франка), рідна мова, місце постійного проживання. Друга частина – список з номерів від 1 до 35, навпроти яких інформанти повинні записувати реакції на почуте слово (ця частина експерименту була усно-письмовою).

В експерименті брали участь 152 людини віком 19–23 роки. До участі було залучено студентів філологічних спеціальностей, переважно осіб жіночої статі.

Під час другого експерименту, що проводився в 2016 році в межах дисертаційного дослідження на здобуття ступеня «кандидат наук», методом частотності було відібрано 104 освітніх термінів, що ввійшли до трьох стимульних списків у довільному порядку, як-от: *школяр, навчання, клас, класний керівник, загальноосвітній, модульний, педагог, урок, семінар, університет, оцінка, контроль, поведінка* тощо. Сформувавши анкету, перша частина якої повторювала анкету 2011 року, а друга частина містила від 34 до 104 номерів, залежно від того, у скільки сесій проводився експеримент. Одна сесія не була довшою за 34–35 стимулів; перша сесія дорівнювала першому списку, що включав 34 стимули; друга сесія – другому списку, котрий включав ще 35 стимулів; третя сесія – третьому списку, у котрому було ще 35 стимулів освітньої сфери.

У другому експерименті взяли участь 611 осіб віком 17–71 рік, 213 з яких – студенти 1–4 курсів Житомирського державного університету імені Івана Франка, філологічних спеціальностей, переважно осіб жіночої статі віком 17 – 22 роки.

Проаналізувавши стимульні списки 2011 та 2016 років було виявлено низку аналогічних лексем, а саме: *дисципліна, завдання, знання, клас, лекція, метод, мислення, навичка, освіта, особистість, оцінка, уміння, школа*, асоціативні поля деяких з них порівнюватимуться в цій статті.

Оскільки кількість студентів Житомирського державного університету імені Івана Франка, що брали участь в експериментах 2011 та 2016 років, дещо різниться (152 та 213 осіб, відповідно), порівнюватиметься відсоткове співвідношення наданих реакцій відносно всіх можливих реакцій кожного асоціативного поля (з округленням до десятих).

Одержавши реакції на запропоновані стимули, було обраховано частотність повторюваних асоціацій. Таким чином деякі з них виявилися частотними, а інші – одиничними. Структура асоціативних полів наведена у таблиці 1 без виправлення орфографічних помилок чи узагальнень форм слова (див. додаток 1).

4. Обговорення результатів

Як видно із таблиці 1, асоціативні поля окремих стимулів ВАЕ 2011 та 2016 років мають спільні та відмінні риси. У більшості асоціативних полів (тобто сукупності всіх реакцій на певний стимул) найчастотніші реакції аналогічних стимулів експериментів 2011 та 2016 року збігаються. Наприклад: ДИСЦИПЛІНА – *порядок; поведінка*; ЗАВДАННЯ – *домашнє*; ЗНАННЯ – *розум; вміння; уміння*; КЛАС – *учні; школа; діти*; ОСВІТА – *вища*; ОСОБИСТІТЬ – *я; людина*. Саме ці реакції становлять мовне ядро студентів протягом п'яти років (з 2011 до 2016 року).

Проте у відсотковому співвідношенні частотні реакції ВАЕ 2011 року мають вищий відсоток у своїх асоціативних полях у порівнянні з ВАЕ 2016 року. Це

пов'язано, передусім із тим, що кожне асоціативне поле ВАЕ 2016 року ширше внаслідок одиничних реакцій, а що більша кількість одиничних реакцій, то нижчий відсоток частотної реакції відносно всіх реакцій асоціативного поля (особливо, коли частотних реакцій декілька).

Проте збіги є не лише серед частотних реакцій ВАЕ 2011 та 2016 років, а й серед реакцій, наближених до частотних, а також серед одиничних. Наприклад: ДИСЦИПЛІНА – *предмет; армія; покарання; школа; жорстка; обов'язок; тиша; вихованість; суворя; директор; виховання; мама; в класі; ЗАВДАННЯ – складне; виконане; робота; розв'язок; задача; легке; важкі; веселе; д/з; виконаний; виконано; запитання; знання; навчання; невелике; просте; читати; задача; ЗНАННЯ – школа; книги; сила; здобути; хороші; навчання; здобути; мудрість; необхідність; набуті; пошук; отримувати; якісні; КЛАС – парти, друзі; дружній; вчитель; ІІ; аудиторія; великий; група; просторий; перий; кімната; навчальний; однокласники; учитель; ОСВІТА – наука; ЖДУ; знання; навчання; диплом; майбутнє; праця; кар'єра; треба; необхідна; професія; студент; універ; education; ОСОБИСТІТЬ – індивід; розумна; психологія; індивідуальність.*

Серед реакцій обох років траплялися не тільки реакції-слова, а й реакції-фрази (ДИСЦИПЛІНА – *хороше виховання; предмет науки; ОСОБИСТІТЬ – таргани в голові* та ін.) та реакції-речення (ЗНАННЯ – *хочу знати*). Переважна більшість реакцій було надано українською мовою, проте були реакції й англійською мовою. Проте серед реакцій 2016 року було більше реакцій англійською та російською мовами, а також реакцій-символів.

Найвизначнішим є те, що трапилися реакції, які мають високий відсоток частотності лише в асоціативному полі ВАЕ 2011 року або лише в асоціативному полі ВАЕ 2016 року. Серед них: ЗАВДАННЯ – *права* (9,8% в асоціативному полі ВАЕ 2011 року); ОСВІТА – *диплом* (7% під час ВАЕ 2016 року); ОСОБИСТІТЬ – *індивід* (16,4% під час ВАЕ 2011 року). Це свідчить про те, що асоціативне поле має тенденцію змінюватися, відтак воно динамічне.

5. Висновки

Метою цього дослідження було перевірка гіпотези, що асоціації ВАЕ на ті самі стимули залишаються стабільними протягом п'яти років, отже валідними при конкретно заданих умовах, а саме: усній та писемній формі проведення експерименту, інформанти належать до соціальної групи студентів Житомирського державного університету імені Івана Франка (з урахуванням співвідношення статево-вікових статистичних характеристик), україномовні. Єдина змінна експерименту – це час його проведення (2011 та 2016 роки).

Незмінними виявилися лише найчастотніші реакції кожного асоціативного поля. Щодалі асоціація від ядра, то різноманітнішу частотність вона виявляє. Деякі асоціації, наближені до ядерних у ВАЕ 2011 року, не виявилися такими у ВАЕ 2016 року (наприклад: ОСОБИСТІТЬ – *індивід* має 16,4% у ВАЕ 2011 року і лише 2,3% у ВАЕ 2016 року або ОСВІТА – *університет* має 16,4% і 3,8%, відповідно) і навпаки (ОСВІТА – *диплом* має 7% ядерного поля у ВАЕ

2016 року і лише 0,7 % у ВАЕ 2011 року). Найбільші розбіжності виявлено в одиничних реакціях, що є передбачуваним, бо це унікальні особистісні реакції.

Отже, можна стверджувати, що ядерні асоціації залишаються незмінними протягом п'яти років, проте інші реакції асоціативного поля динамічні, мають щобільшу тенденцію до змін, щодалі перебувають від ядра, тобто валідність асоціативних даних дійсна лише для частотних реакцій.

Дослідження перспективне з огляду на необхідність перевірки валідності асоціативних даних в більш тривалих проміжках часу.

Література

References

1. Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. – М.–Харьков: ИЯ РАН–Каравелла, 2001.
Goroshko, Ye. (2001). Integrativnaya model svobodnogo assotsyativnogo eksperimenta [An integrative model of a free associative experiment]. Moscow–Kharkiv: Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences–Karavella.
2. Денисевич О. В. Лексика реклами в структурі мовної картини світу українців: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Луцьк, 2015.
Denysevych, O. (2015). Leksyka reklamy v strukturі movnoiyi kartyny svitu Ukraintsiv [Vocabulary of advertising in the structures of Ukrainians' worldview]. Extended Abstract of Ph.D. dissertation. Lutsk.
3. Загородня О. Ф., Загородній Ю. В. Використання інформаційно-комп'ютерних технологій для обробки даних асоціативних експериментів // Мова і культура. Вип. 18. Т.1 (176). К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2015. С. 502–509.
Zahorodnia, O., Zahorodnii, Yu. (2015). Vykorystannia informatsiino-kompiuternykh tekhnolohii dlia obrobky danykh asotsiatyvnykh eksperymentiv [The IT usage for data processing of associative experiments]. *Mova i Kultura*, 18-1(176), 502–509.
4. Залевская А. А. Некоторые проблемы подготовки ассоциативного эксперимента и обработки его результатов // Экспериментальные исследования в области лексики и фонетики. Калинин: КГУ, 1971. С. 15–62.
Zalevskaya, A. A. (1971) Nekotoryie problemy podgotovki assotsyativnogo eksperimenta i obrabotki yego rezultatov [Some issues in preparation of an association test and processing the results]. In: *Experimental studies in the vocabulary and phonetics*. (pp. 15–62). A. A. Zalevskaya (ed.). Kalinin: Kalinin State University.
5. Караулов Ю. Н. Типы коммуникативного поведения носителя языка в ситуации лингвистического эксперимента / Ю. Н. Караулов // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М.: Институт языкознания РАН, 1996. С. 67–98.
Karaulov, Yu. (1996). Tipy kommunikativnogo povedeniia nositelia jazyka v sytuacyi lingvisticheskogo eksperimenta [The types of communication behaviour of a native language-speaker in the linguistic experiment setting]. In: *Etnokulturnyya Spetsyfyka Yazykovogo Soznaniya*, (pp. 67–98). Yu. Karaulov, (ed.). Moscow: Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences.
6. Кушмар Л. Лексика економічної сфери в мовній картині світу українців: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Луганськ: Луган. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2011.
Kushmar, L. (2010). Leksyka ekonomichnoi sfery v movnii kartyni svitu ukraintsiv [Vocabulary of economy in the structures of Ukrainians' worldview] Extended Abstract of Ph.D. dissertation. Luhansk: Taras Shevchenko Luhansk National University.
7. Недашківська Т. Є., Самійлик С. В. Проблема формування стимульного списку для психолінгвістичного дослідження // Психолінгвістика: [зб. наук. праць. ДВНЗ

- «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»]. Переяслав-Хмельницький: ФОП Лукашевич О.М., 2015. Вип. 18(2). С. 61–73.
- Nedashkivska, T. Ye. & Samiilyk, S. V. (2015). Problema formuvannia stymulnoho spysku dlia psyholinhvistychnoho doslidzhennia [The issue of stimulus list forming for a psycholinguistics research]. *Psycholingvistyka*, 18(2), 61–73.
8. Недашківська Т. Є. Прикладний аспект психолінгвістичних досліджень// Психолінгвістика. 2001. Вип. 8. С. 127–133.
- Nedashkivska, T. E. (2011). Prykladnyi aspekt psycholinhvistychnykh doslidzhen [An applied aspect of a psycholinguistic research]. *Psycholingvistyka*, 8, 127–133.
9. Терехова Д. І. Особливості сприйняття лексичної семантики слів: Психолінгвістичний аспект. К.: КДЛУ, 2000.
- Terekhova, D. I. (2000). *Osoblyvosti Spryiniattia Leksychnoyi Semantyky Sliv: Psyholinhvistychnyi Aspekt [Features of Perceiving Lexical Semantics of Words. Psycholinguistic Aspect]*. Kyiv: Kyiv State Linguistic University.
10. Фрумкіна Р. М. Психолінгвістика: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений / Р. М. Фрумкіна. М.: Академия, 2001.
- Frumkina, R. (2001). *Psycholingvistika [Psycholinguistics]*. Moscow: Akademia.

Додаток 1
Таблиця 1

Структура асоціативних полів

Стимули	Реакції	
	ВАН 2011 року	ВАН 2016 року
ДИСЦИПЛІНА	24,3 % – порядок; 13,2 % – поведінка; 5,2 % – предмет; 3,9 % – дотримуватись; залізна; 2,6 % – армія; сувора; порушення; покарання; 2 % – карцер; школа; жорстка; 1,3 % – -; обов'язок; вихованій; тиша; вихованість; навчальна; 0,7 % – мораль; немає; обмеження; наука; дисциплінований; тихо; дисциплінарний; тиран; директор; залізна; староста; потрібна у всьому; предмет науки; правила поведінки; і порядок; людей; людини; на уроці; пунктуальність; вимогливість; підйом; самостійно; музична школа; виховання; Сталін; спортсмен; порушувати; класний	14,1 % – порядок; 5,2 % – поведінка; 4,7 % – предмет; 3,3 % – сувора; 2,8 % – вихованість; 2,3 % – школа; армія; виховання; 1,4 % – строгість; тиша; навчальна; 0,9 % – англійська; діти; добра; контроль; наука; повага; суворість; тишина; урок; тоталітаризм; указка; хороша; 0,5 % – -; strict; англ. м.; безпорядок; бешкетник; в класі; важлива; ввічливість; виховна; відмінна; відповідна; відсутність; відсутня; вільна; всюди і завжди; вчитель; вчити; гарна; Гітлер; голки; диктатура; директор; дитина; добрий; є; жарти; жорстка; зайнятий; запорука успішності; зауваження; клас; кнут; куток; мама; Масловська; мова; навчання; не; не порушувати; непослух; нормальна; обов'язок; одна; обов'язкова; обов'язковий; обов'язково; пара; педагогіка; повинна бути; погана; подчинение; покарання; порушена; правила; примірний; ремень! ; ремень; різна; робота; рука; самовихов.; самовиховання; самоконтроль; свисток; сильна; скрзь; слухатись; слухняний; слухняність; специфическая;

	руководитель; макет; мама; культура; в класі; ігнорую; тюрма.	солдат; строга; строго; суворий; суворо; так як треба; треба; тренінг; у класі; уміння; учнів; фіз-ра; фізика; фізкультура; філологія; характер; хороше виховання; чудова.
ЗАВДАННЯ	26 % – домашнє; 9,8 % – вправа; 3,9 % – виконати; задача; легке; виконання; 3,3 % – складне; 2,6 % – робота; 2 % – розв'язок; 0,7 % – (нерозбірливо); -; №1; виконане; важкі; веселе; д/з; відповідь; виконаний; виконано; вправи; додому; запитання; знання; механічне; на уроці; навчання; нецікаве; невелике; нове; письмові вправи; понятне; посильне; просте; план; тестове; творче; тяжке; цікаве; усне; читати; вставити слова; задача; питання; обдумувати; метод.	7 % – домашнє; 5,6 % – виконати; 4,7 – легке; 4,2 % – виконання; 3,8 % – задача; 3,3 % – складне; 2,8 % – важке; 2,3 % – виконане; робота; 1,9 % – розв'язок; 1,4 % – рішення; -; вправа; індивідуальне; ціль; 0,9 % – (нерозбірливо); зробити; вирішення; мета; пари; робити; семінар; творче; тести; тяжке; цікаве; 0,5 % – 20 хв.; аркуш; багато; в групі; важливе; важливість; важкі; веселе; виконаний; виконано; вимушеність; выполнение; випробування; вирішити; високий рівень; виховання; выполнение; відповідь; вправи; д/з; до дому; довільне; домашка; домашня робота; думає; з англійської; з предмету; задачі; запитання; знання; зошити; класне; листок; люди; математика; методи; місія; місія; на пам'ять; навчання; написати; не цікаве; невелике; невыполнимое; недосипання; непосильне; нове; нудно; обов'язково; особисте; перешкода; писати; пізно; потребує виконання; потрібно вирішити; правила; праця; прогрес; просте; пропуск; розв'язання; ручка; скучне; сложное; стипендія; схема; тема; тестування; треба виконати; тяжкі; уміння; урокі; усне; фізика; хитрість; читати; швидко; щоденник.
ЗНАННЯ	19,7 % – розум; 12,5 % – уміння; 9,9 % – вміння; 7,9 % – школа; 3,9 % – навичка; книги; 2,6 % – сила; здобуті; 1,3; - -; хороші; 0,7 % – knowledge; базові; вивчені; від батьків; вчителі; гарні; навчання; з предмету; зун; здобути; здобувати; здобуте; мало знаю; мов;	5,2 % – вміння; розум; 4,7 % – сила; 4,2 % – уміння; 3,8 % – книги; 3,3 % – школа; 2,3 % – досвід; здобуті; 1,9 % – глибокі; освіта; хороші; 1,4 % – -; високі; важливі; навички; мозок; 0,9 % – добрі; гарні; голова; ґрунтовні; здобувати; знати; книжка; корисні; магазин; майбутнє; набуті; отримувати; робота; уміння, навички; 0,5 % – 😊; ...; багатство; вагомі; важка

	міцні; мозок; дізнаватися; інформація; ментал; мудрість; необхідність; набуті; необхідні; пошук; непотрібні; отримувати; світ; теоретичні; теорія; праця; інтелект; професор; хвастатися; якісні; хочу знати.	праця; важливе; важливо; важно; вищі; відмінне; відмінні; вікно; враження; вчинки; вчитель; вчитель, учень; глобус; голова, мозок; головний біль; ґрунтовні; діяльність; дари; добро; дозвілля; досягнуті; друзі; є; забороненого; друзья; екзамен; з інших мов; з предмету; з курсу; здобути; зелений; зошит; ЗУН; інформація; книга; магазин книжок; мови; мозг; молодість; моралі; мудрість; набуті навички; набуття; навчання; наукові; необхідні; необхідність; мої; обширні; освіта; отличные; об'єм; особистість; підґрунття; постійні; потрібне; пошук; праця; предмет; прогрес; розвиток; розуміння; розум=гроші; розумна особ.; розумний; світ знань; сила знань; стримувати; тема; то є світло; труд; тяжко здобуваються; увага; умний; університет; учень; хороша робота; це сила; цікаві; цінність; якісні.
КЛАС	27 % – діти; 19,7 % – школа; 17,1 % – учні; 3,3 % – парти, друзі; 2,6 % – парта; дружній; 1,3 % – вчитель; супер; 11; однокласники; аудиторія; 0,7 % – великий; група; світлий; вікна; дружний; просторий; перший; практика; навчання; учитель; класно; класний керівник; -; 1-й; 10-А; 10- В; 11-В; кімната; навчальний; дошка.	9,9 % – учні; школа; 7,5 % – діти; 4,2 % – парта; аудиторія; 3,8 % – друзі; 3,3 % – великий; вчитель; група; дружній; 2,8 % – дошка; 11; 2,3 % – шкільний; 1,9 % – люди; учень; 1,4 % – вікно; парти; урок; учнівський; 0,9 % – друзья; клас; однокласники; однокласники; пари; супер; Юля; 0,5 % – (нерозбірливо); 7 Б; 9-Б; work; англійська; вазон; весело; взаємо(нерозбірливо); вчителька; гуркіт; дев'ятий; дети; дошка; друг; дружба; дружній клас; згуртований; зелений; зручно; кімната; ключ; колектив; комната; мастер; навчальний; однокласники; однокласники; первый; перший; просторий; разом; слів; сміх; собака; староста; стілець; стульчик; тюрма; учитель; хороший; форма; шум.
ОСВІТА	25,6 % – вища; 16,4 % – університет; 3,9 % – наука; 3,3 % – знання; навчання; 0,7 % – -; ЖДУ; Житомир; середня; дорога; дуже потрібна; диплом; немає перспективи; майбутнє; загальна; нада; праця; вуз; хороша; кар'єра;	23 % – вища; 7 % – диплом; 6,6 % – знання; 4,2 % – навчання; наука; 3,8 % – університет; 2,8 – робота; 1,9 % – гроші; ЖДУ; 1,4 % – вчитель; книги; хороша; 0,9 % – (нерозбірливо); життя; майбутнє; міністерство; повна; праця; студент; університет; школа;

	<p>треба; професія; здобувати; майбутня; будівля; учитись; звичка; студенти.</p> <p>необхідна; престижна; студент; education; важлива; універ; грамотність; розумна;</p>	<p>0,5 % – -; education; безкоштовна; будинок; будуще; важливість; важливо здобути; виховання; вища освіта; высшая; відмінна; вчитися; гарна; диктант; діяльність; добре; экзамени; за кордоном; загальна; звичка; камінь; кар'єра; клас; конспект; конспекти; корупція; культура; мама; моя; необхідна; несправедливість; ніачьом; О Боже; обучение; освіта; осінь; пари; перспектива; пед; потрібно; початкова; престиж; програма; професія; розумна; розумний; розчарування; сова; стаціонар; стипендія; страх; студентство; треба; труд; ум; універ; уроки; успіх; я; якісна.</p>
ОСОБИСТІТЬ	<p>42 % – людина; 23 % – я; 16,4 % – індивід; 7,2 % – особа; 1,3 % – его; 0,7 % – розумна; харизматична; свобода; психологія; суспільство; взаємостосунки; соціум; світ; індивідуальність; структура; Бог; впертий; життя; цінність; гордість.</p>	<p>25,8 % – людина; 23 % – я; 5,2 % – індивідуальність; 2,3 % – індивід; 1,9 % – человек; "я"; 1,4 % – персона; сформована; цілеспрямована; яскрава; 0,9 % – вільна; індивідуальна; лідер; самостійна; студент; цікава; 0,5 % – (нерозбірливо); вивчення; внутр. світ; впевнена; всебічно розвинена; всебічно розвинута; всі; голос; дитина; друг; думка; жінка; зірка; індивідум; індивід-особистість; інтелектуальна; книга; книжки; країна; креативна; крила; любезність; мама; ми; незалежна; незалежність; неординарність; неперевершеність; одна; освічена; подружка; психологія; різноманіття; розвинена; розумна; саморозвиток; самостійність; серйозність; сила; сильна; сильно; сонце; сформована людина; таргани в голові; у суспільстві; унікальна; фішка; цінність; чесна; Шевченко.</p>

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ УНІВЕРСАЛІ РОЗУМІННЯ МОЛИТВИ «ОТЧЕ НАШ» (ДИСКУРСИВНИЙ ПІДХІД)

Наталія Савелюк
nsavelyuk@ukr.net

Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна
академія імені Тараса Шевченка, Україна

Received April 14, 2017; Revised April 17, 2017; Accepted April 24, 2017

Анотація. У статті теоретично та емпірично обґрунтовується дискурсивний підхід до дослідження особливостей розуміння молитви як базового жанру релігійного дискурсу. Релігійний дискурс розглядається як активна рецепція, передавання та/або творення (співтворення) релігійних текстів у певних їх контекстах (широких соціальних, зокрема, комунікативних, а також індивідуальних життєвих ситуаціях), що пов'язане з конструюванням релігійно релевантних дискурсивних моделей реальності та її складових через сукупність відповідно зорієнтованих понять і висловлювань (тверджень). У свою чергу, підбір, формулювання таких висловлювань, а також їх розуміння розглядаються як наслідок відповідних активних виборів суб'єкта релігійного дискурсу (індивідуального або колективного). У зв'язку з цим обґрунтовується, що молитва включає у себе, поряд із системою узагальнених, традиційних своїх значень (теологічний та лінгвістичний рівні аналізу), також індивідуальне, контекстуально зумовлене сприйняття та осмислення конкретним своїм суб'єктом (психологічний та психолінгвістичний рівні аналізу). На прикладі канонічної молитви «Отче наш» та зустрічних релігійних дискурсів (продуктів її розуміння) респондентів із різними рівнями релігійної активності (низьким, нижчим за середній, вищим за середній, високим) виокремлено базові категорії, крізь призму яких відбувається розуміння молитовного дискурсу: 1) «Буття та його загальні атрибути»; 2) «Бог, Його ім'я та атрибути»; 3) «Людина та її повсякденне буття»; 4) «Молитва та її складові»; 5) «Належне (духовне)»; 6) «Заборонене (гріховне)». Також констатовано наступні загальні тенденції (від найнижчого до найвищого рівня релігійної активності): істотне зростання – кількості слів, кількості речень і середньої кількості слів у реченні, слабке зростання – показників емоційної напруженості, а спадання – показників лексичної різноманітності та лексичної щільності релігійних дискурсів досліджених українців.

Ключові слова: дискурсивний підхід, релігійна активність, релігійний дискурс, молитва, розуміння, категорії, лексеми.

Savelyuk, Nataliia. Psycholinguistic Universals of Comprehending the Prayer “Our Father” (Discursive Approach).

Abstract. The author pursues a discursive approach to comprehending a prayer as a basic genre of religious discourse. Religious discourse is viewed as an active reception, transmission and/or creation (co-creation) of religious texts in their specific contexts (broad social, including communicative and individual settings). It is associated with the construction of religiously relevant discursive models of reality and its components in accordance with respectively oriented concepts and utterances (statements). Therefore, selection, formulation of such utterances and their comprehension are treated as the consequence of the appropriate active choices of the subject of religious discourse (individual or collective). In this regard, it is substantiated that a prayer includes not only the system of its generalized, traditional meanings (theological and linguistic levels of analysis), but also individual, contextually conditioned

perception and comprehension by its specific subject (psychological and psycholinguistic levels of analysis). The conceptual basis of the empirical research is the discursive approach. The methodological basis is psycholinguistic text analysis. The fundamental methods and techniques are “The Measuring Technique of Religious Activity” by D. Smirnov and a content analysis of the recorded religious discourses. Due to the analysis of the canonical prayer “Our Father” and the forthcoming religious discourses (products of its comprehension) of the respondents with different levels of religious activity (low, below average, above average, high), the author defines basic categories through which the comprehension of such discourse takes place: 1) “Being and its common attributes”; 2) “God, His name and attributes”; 3) “A Person and his/her everyday existence”; 4) “Prayer and its components”; 5) “Good (spiritual)”; 6) “Forbidden (sinful)”. The following general trends (from the lowest to the highest levels of religious activity) are also stated: significant increase (the amount of words, the amount of sentences and the average amount of words in a sentence), insignificant increase (indicators of emotional intensity) and decrease (indicators of lexical diversity and lexical density of religious discourses of Ukrainians).

Keywords: *discursive approach, religious activity, religious discourse, prayer, comprehension, categories, lexemes.*

1. Вступ

Тенденції лінгвістичного, зокрема, дискурсивного «повороту» соціальних та гуманітарних наук дають нам змогу (або пропонують) розглядати відповідним чином не тільки традиційні публічні, доступні для свого об’єктивного оцінювання конверсації, а й більш інтимні, навіть сакральні феномени, до яких належить акт молитви. З одного боку, молитва – це традиційний об’єкт богословських, теологічних, релігієзнавчих обґрунтувань, стабільний у своїх формовиявах і релігійно (конфесійно) релевантних значеннях, з іншого ж боку, це – предмет щоразу унікального індивідуального сприйняття, осмислення, інтерпретації. Причому таке індивідуальне розуміння інколи може відбуватися паралельно або навіть усупереч традиційним, здебільшого усталеним і сакралізованим значенням. А тому молитва може й повинна досліджуватися методами сучасної психології, у тому числі, психолінгвістики.

Ґрунтовну спробу стислого опису та систематизації усіх напрацьованих до завершення першого десятиліття нашого століття спроб власне наукового підходу до дослідження молитви здійснюють Б. Спілка і К. Ледд. Намагаючись надати відповідну дефініцію й узагальнюючи в цьому контексті напрацювання попередників, вчені зазначають, що молитва – це комунікативна поведінка, «забарвлена індивідуальними мотивами (наприклад, бажаннями або прагненнями), які закладені у простому факті буття людиною»; і що це свого роду бесіда, яка психологічно може сприйматися, наприклад, у контексті взаємин «між друзями або між дитиною та батьком». Водночас, як підкреслюють Б. Спілка і К. Ледд, така комунікація – більшою або меншою мірою нерівноправна; інакше кажучи, молитва «конститує високо значущу бесіду з важливими наслідками для майбутніх подій» (Спілка, Ледд, 2015:27–29).

Отже, молитва з точки зору сучасного міждисциплінарного підходу розглядається як базовий жанр релігійного дискурсу. Враховуючи напрацювання попередників – представників дискурсивного підходу в психології, психології релігії та психолінгвістів (в Україні це – Л. Засекіна, С. Засекін, Н. Чепелева та ін.; «близькому зарубіжжі» – Є. Бобирьова, А. Прилуцький, М. Шумакова та ін.; «далекому зарубіжжі» – Дж. Граймс, К. Хубер, С. Штайер та ін.), пропонуємо власну робочу дефініцію релігійного дискурсу. Релігійний дискурс – це активна рецепція, передавання та/або творення (співтворення) релігійних текстів у певних їх контекстах (широких соціальних, зокрема, комунікативних, а також індивідуальних життєвих ситуаціях), що пов'язане з конструюванням релігійно релевантних дискурсивних моделей реальності та її складових через сукупність відповідно зорієнтованих понять і висловлювань (тверджень). Підбір, формулювання таких висловлювань, як і їх розуміння – наслідок відповідних активних виборів суб'єкта релігійного дискурсу (індивідуального або колективного). У такому ракурсі аналізу молитва неодмінно включає у себе, поряд із системою узагальнених, традиційних значень (теологічний та лінгвістичний рівні аналізу), ще й індивідуальне, контекстуально зумовлене сприйняття та осмислення конкретним своїм суб'єктом (власне психологічний та психолінгвістичний рівні аналізу).

Одна з найвідоміших молитов усього християнського світу – молитва «Отче наш», яку, згідно з Новим Заповітом, Ісус Христос переповів своїм учням у відповідь на прохання навчити їх молитися. «Отче наш», відтак, – це фундаментальна канонічна молитва, яка може й повинна читатися християнином будь-якої конфесії, у будь-який час і будь-де. Тому вивчення психолінгвістичних типових особливостей її рецепції, осмислення і переосмислення, особливо в контексті дискурсивного підходу, дає змогу реконструювати не тільки власне релігійний, а і динамічний внутрішній світ віруючої людини загалом.

Отже, *мета статті* – описати й типологізувати результати психолінгвістичного дослідження особливостей індивідуального осмислення молитви «Отче наш» респондентами з різними рівнями релігійної активності.

2. Методи дослідження

По-перше, необхідно було дослідити релігійну активність особистості, принаймні в ракурсі самосприйняття. З цією метою використано «Методику виміру релігійної активності» Д. О. Смірнова, детальний опис якої можна віднайти у спеціальних публікаціях (Смирнов, 1999). Стисло зазначимо, що вона складається з чотирьох субтестів, а кожне із запитань передбачає чотири варіанти відповідей (від «ніколи» до «дуже часто»), які надалі піддаються переведенню у чотирибальну систему (від 1 до 4 балів – від найнижчої до найвищої активності за кожним пунктом). Перший субтест («Шкала релігійних переживань») містить 36 запитань, отже, максимум за ним можна набрати 144 бали, другий («Шкала внутрішньої – зовнішньої релігійної

мотивації») та третій («Шкала релігійного – природничо-наукового світогляду») субтести – по 11 пунктів (максимум – по 44 бали), а четвертий («Шкала релігійних дій») – 10 запитань (максимум – 40 балів). Загалом, таким чином, за усіма шкалами потенційно можна набрати максимум 272 бали (за умови найвищого рівня релігійної активності).

По-друге, необхідно було отримати тексти – продукти індивідуального розуміння канонічної молитви «Отче наш». З цією метою респондентам були роздані спеціальні бланки, де пропонувалася інструкція наступного змісту: «Мабуть, Ви знаєте напам'ять молитву «Отче наш». Просимо Вас зараз подумки розпочати читати цю священну для будь-якого християнина молитву, розбиваючи її на окремі, завершені у смисловому плані розділи (частинки). При цьому паралельно записуйте відповідні частинки, щоразу дописуючи поряд ті асоціації, поняття, речення (або навіть, у разі потреби, домальовуючи малюнки), які у Вас виникатимуть. Такі смислові частинки Ви виокремлюєте згідно з Вашим власним баченням, а власне розуміння їх, відповідні асоціації записуєте швидко, довго не задумуючись, адже в даному випадку не існує правильних чи неправильних відповідей – є лише індивідуальне осмислення, на яке кожен має право. Головне – бути максимально щирим і не відволікатися. Наприкінці підсумуйте, узагальніть, зробіть висновок, що саме для Вас означає ця молитва». Отже, ключовим процесуальним моментом даної методики виступає релігійний дискурс людини, котра повинна реально звернутися до Бога з відповідною молитвою, а не просто давати відповіді на ті чи інші питання чи реагувати на дуже часто відірвані від «живого» контексту слова-стимули в асоціативному експерименті.

3) І, по-третє, отримані таким чином тексти надалі були піддані процедурам контент-аналітичної та статистичної обробки за допомогою комп'ютерної програми «Textanz» (версія 2.4.2.0). За концептуальну основу даної обробки брався метод психолінгвістичного текстового аналізу (ПЛТА), передумови якого закладені М. Жинкіним, пізніше – А. Криловим; а в наш час цей метод активно впроваджується, наприклад, С. Засекіним. При цьому вираховуються такі основні показники: загальний обсяг тексту, кількість речень, їх середній розмір, кількість різних слів, коефіцієнт словникової (лексичної) різноманітності, коефіцієнт дієслівності («агресивності») та ін. (Засекін, 2012:92–95).

Вибірка і процедура дослідження. Взяти участь у дослідженні було запропоновано студентам кількох ВНЗ, а також їх батькам, бабусям/дідусям. Основним принципом залучення потенційних респондентів була добровільність участі в дослідженні. У кінцевому підсумку наша вибірка склала 543 особи різного віку, соціального статусу та з різних регіонів Західної України. Соціально-демографічна характеристика вибірки: осіб жіночої статі – 415 (76,43 %), чоловічої статі – 128 (23,57 %); проживаючих у містах і селищах міського типу – 332 (61,14 %) та сільській місцевості – 211 (38,86 %); з вищою та неповною вищою освітою – 160 (29,47 %), із середньою та середньою спеціальною – 383 (70,53 %); самоідентифікованих як

«православні» – 403 (74,22 %), «греко-католики» – 57 (10,50 %), «католики» – 12 (2,21 %), «протестанти» (баптисти і т. д.) – 22 (4,05 %), «християни» – 48 (8,84 %) та 1 – «позаконфесійний» (0,18 %).

За результатами використання першої методики, через подальше вираховування квантилів – трьох значень узагальненого бала рівня релігійної активності респондентів, усю вибірку було поділено на чотири підгрупи: 1) 138 осіб із низьким рівнем релігійної активності (загальний бал 187 і менше), 2) 141 особа з рівнем релігійної активності, нижчим за середній (188 – 210), 3) 139 осіб з рівнем релігійної активності, вищим за середній (211 – 225) та 4) 125 осіб з високим рівнем релігійної активності (226 і більше балів). Далі було використано непараметричний критерій Н. Краскела-Уоллеса (однофакторний дисперсійний аналіз Краскела-Уоллеса), що дає змогу перевірити гіпотези про відмінність більш ніж двох незалежних вибірок за рівнем вираженості тієї чи іншої ознаки. За даним критерієм встановлено: щодо узагальнених показників рівнів релігійної активності респондентів чотирьох наших підгруп $\chi^2 = 508.03$, що при $df = 3$ (χ^2 кр. = 7.82 при $p \leq 0,001$) дає змогу прийняти альтернативну гіпотезу про наявність статистично значимих відмінностей між відповідними підгрупами за загальним рівнем їх релігійної активності.

Надалі результати контент-аналізу текстів – вербальних продуктів індивідуального осмислення респондентами канонічної молитви «Отче наш» (або так зв. «зустрічні» дискурси), узагальнювалися й порівнювалися щодо представників усіх чотирьох зазначених підгруп. Зауважмо при цьому, що ми послуговувалися «лемою № 2» відомого у галузі психосемантики дослідника – В. Серкіна, котрий стверджує: якщо у групі з не менш ніж 20–30 осіб асоціація при описі якого-небудь стимулу використана трьома або більшою кількістю піддослідних, то вона не випадкова. А отже, якщо така асоціація трапилася між членами групи не випадково, то вона включається до семантичної універсалії відповідного стимулу для цієї групи (Серкин, 2004:76–77). У нашому випадку, коли і стимулом, і реакцією на нього є не окремі поняття, а цілісні тексти, можемо говорити вже про лінгвістичні універсалії. Якщо ж останні описують та розглядають у контексті психологічного рівня аналізу, – то це вже психолінгвістичні універсалії.

3. Обговорення результатів

Обговорімо, насамперед, результати психолінгвістичного аналізу самої молитви «Отче наш». Так, загальна кількість слів у молитві – 63; середня кількість символів у слові – 4.03; кількість різних слів – 47. Загальна кількість речень – 8; середня кількість слів у реченні – 7.88. Лексична щільність усього тексту – 0,75.

Контент-аналіз тексту молитви дав змогу виокремити такі категорії з відповідними лексемами (цей розподіл здійснювався за основними частинами мови): 1) Іменники (16 – 38,10 %). «Бог, Його ім'я та атрибути» (3–18,75 %): «Отче», «слава», «ім'я»; «Місце буття Бога та людей» (5– 31,25 %): лексеми

«царство» (2), «(на) небесах» (2), «(на) землі»; «*Буття та його рушійні сили*» (2–12,50 %): «сила», «воля»; «*Складові земного буття*» (1– 6,25 %): «хліб»; «*Зло та його атрибути*» (4–25,00 %): «спокусу», «провини», «лукавого», «винуватцям»; «*Складові духовного буття*» (1– 6,25 %): «Аміль». 2) Займенники (13–30,95 %). «*Ми, наше*» (9–69,23 %): «нам, нас, ми» (5), «наш, наші, нашим» (4); «*Ти*» (4–30,77 %): «Твоє, Твоя». 3) Дієслова (10– 23,81 %). «*Буття та його атрибути*» (2–20 %): «є»; «*Дії та стани Бога*» (1– 10 %): «святиться»; «*Прохання та допомога*» (5–50 %): «прийде, буде» (2), «дай», «визволи», «не введи»; «*Прощення*» (2 – 20 %): «прости», «прощаємо». 4) Прислівники (2–4,76 %). «*Час*» (2–100 %): «сьогодні», «навіки». 5) Прикметники (1–2,38 %). «*Людина та її земне буття*» (1–100 %): «насушний».

Отже, коефіцієнт словникової різноманітності тексту молитви «Отче наш» – 74,60 %; коефіцієнт дієслівності (а точніше – емоційної напруженості) – 23,81 %.

Тепер порівняємо узагальнені результати контент-аналізу одержаних вторинних (зустрічних) дискурсів для представників різних рівнів релігійної активності. Почнімо з першої нашої підгрупи – з низьким її рівнем.

I. Особи з низьким рівнем релігійної активності. Загальна кількість слів-реакцій – 5165; середня кількість символів у слові – 4,88; кількість різних слів – 1394. Загальна кількість речень – 864; середня кількість слів у реченні – 5,98. Лексична щільність загального тексту – 0,27. До складу психолінгвістичних універсалій (понять, згаданих 3 і понад разів) увійшли 3896 слів.

Кількісне співвідношення основних частин мови (2640 слів), їх категорій та відповідних лексем: 1) Іменники (1218–46,14 %). «*Бог, Його ім'я та атрибути*» (наприклад, лексеми «Бог», «Батько», «Господь», «Творець» та ін., загалом 329 слів – 27,01 %); «*Молитва, її складові та інтенції*» (лексеми «прохання», «звертання», «прославляння», «прощення», «допомога» та ін., 268 слів – 22,00 %); «*Місце буття Бога та людей*» (лексеми «(на) небі», «(на) землі», «царство», «світ» та ін., 175 слів – 14,37 %); «*Зло та його атрибути*» (лексеми «гріхи», «спокуси», «лукавий», «зло» та ін., 129 слів – 10,59 %); «*Буття та його рушійні сили*» (лексеми «життя», «сила», «воля», «бажання» та ін., 127 слів – 10,43 %); «*Складові земного буття*» (лексеми «людина», «їжа», «шлях» та ін., 125 слів – 10,26 %); «*Складові духовного буття*» (лексеми «віра», «добро», «любов», «душі» та ін., 55 слів – 4,52 %); «*Темпоральність*» («день», 10 слів – 0,82 %).

2) Займенники (787 – 29,81 %). «*Ми, наше*» («ми, нас, нам і т.д.», 292 слова – 37,10 %); «*Він, вони, інші*» («він, йому», «котрий, хто», «інших, вони» та ін., 171 слово – 21,73 %); «*Все, кожен*» («все, усі, кожен і т.д.», 109 слів – 13,85 %); «*Це, те*» («це, цей, те, той і т.п.», 95 слів – 12,07 %); «*Ти*» («ти, тебе, тобі і т.п.», 38 слів – 4,83 %); «*Я, моє*» («Я, мені, мої і т.п.», 36 слів – 4,57 %); «*Своє*» («своїх, свої і т.п.», 29 слів – 3,69 %); «*Самі*» (7 слів – 0,89 %); «*Щось*» (7 слів – 0,89 %) і «*Ніхто*» (3 слова – 0,38 %).

3) Дієслова (434–16,44 %). «*Прохання та допомога*» (лексеми «(щоб) було», «просити», «допомогти», «дати» та ін., 247 слів – 56,91 %); «*Буття та його атрибути*» (лексеми «є», «мати», «жити» та ін., 83 слів – 19,13 %); «*Прощення*» (лексема «пробачати», 49 слів – 11,29 %); «*Дії та стани Бога*» («хоче», «створив», «править», «бачить» та ін., 18 слів – 4,15 %); «*Прославляння*» (лексема «прославляти», 16 слів – 3,69 %); «*Подяка*» (лексема «дякувати», 11 слів – 2,53 %); «*Дії та стани людини*» (лексеми «молитися», «образити», «розуміти», 10 слів – 2,30 %).

4) Прикметники (141 – 5,34 %). «*Атрибути Бога та Його Царства*» (лексеми «Божий», «Святий», «Небесний» та ін., 67 слів – 47,52 %); «*Атрибути належного, духовного*» (лексеми «потрібний», «правильний», «добрий» та ін., 37 слів – 26,24 %); «*Атрибути забороненого, гріховного*» (лексеми «злий», «грішний», 19 слів – 13,48 %); «*Порівняння*» (лексеми «кращий», «менший», «більший», 10 слів – 7,09 %); «*Буттєві атрибути*» (лексема «життєвий», 8 слів – 5,67 %).

5) Прислівники (57 – 2,16 %). «*Час*» («завжди», «сьогодні», 24 слова – 42,11%); «*Місце*» («тут», «скрізь», «там», «поряд», 22 слова – 38,60); «*Дія, її причина, мета і спосіб*» («треба», «праведно», 8 слів – 14,03); «*Міра*» («багато», 3 слова – 5,26 %).

б) Числівник (3 – 0,11 %). Лексема «*Один*» (3 слова – 100 %).

Отже, коефіцієнт словникової різноманітності зустрічного релігійного дискурсу респондентів із низьким рівнем релігійної активності – 26,99 %; коефіцієнт дієслівності (емоційної напруженості) – 8,40 %.

II. Особи з нижчим за середній рівнем релігійної активності. Загальна кількість слів-реакцій – 6658; середня кількість символів у слові – 4,76; кількість різних слів – 1704. Загальна кількість речень – 936; середня кількість слів у реченні – 7,11. Лексична щільність загального тексту – 0,26. При цьому до складу психолінгвістичних універсалій увійшли 5084 слів.

Кількісне співвідношення основних частин мови (3353 слів), їх категорій та відповідних лексем: 1) Іменники (1407–41,96 %). «*Бог, Його ім'я та атрибути*» (лексеми «Бог», «Батько», «Господь», «Творець» та ін., 449 слів – 31,91 %); «*Молитва, її складові та інтенції*» («прохання», «звернення», «прощення», «возвеличення» та ін., 277 слів – 19,69 %); «*Місце буття Бога та людей*» (лексеми «(на) землі», «(на) небі», «царство», «світ» та ін., 191 слово – 13,58 %); «*Зло та його атрибути*» (лексеми «гріхи», «спокуси», «зло», «лукавий» та ін., 166 слів – 11,80 %); «*Складові земного буття*» (лексеми «людина», «їжа», «шлях» та ін., 133 слова – 9,45 %); «*Буття та його рушійні сили*» (лексеми «життя», «воля», «сила», «бажання» та ін., 120 слів – 8,53 %); «*Складові духовного буття*» («душі», «віра», «любов», «мир» та ін., 50 слів – 3,55 %); «*Темпоральність*» (лексеми «день», «час», 21 слово – 1,49 %).

2) Займенники (1119 – 33,37 %). «*Ми, наше*» («Ми, нас, нам і т.д.», 437 слів – 39,05 %); «*Він, вони, інші*» («він, його», «котрий, хто», «іншим, їх» та ін., 219 слів – 19,57 %); «*Все, кожен*» («все, усі, кожен і т.д.», 137 слів – 12,24 %);

«*Це, те*» («це, цими, те, тих і т.д.», 125 слів – 11,17 %); «*Я, моє*» («Я, мені, мене і т.д.», 77 слів – 6,88 %); «*Ти*» («Ти, Твоє, Тобі і т.д.», 71 слово – 6,35 %); «*Своє*» («себе, своїм і т.д.», 44 слова – 3,93 %); «*Щось*» (5 слів – 0,45 %) і «*Самі*» (4 слова – 0,36 %).

3) Дієслова (654 – 19,51 %). «*Прохання та допомога*» (лексеми «просити», «дати», «допомогти», «звертатися» та ін., 330 слів – 50,46 %); «*Буття та його атрибути*» (лексеми «є», «жити», «мати» та ін., 139 слів – 21,26 %); «*Прощення*» (лексема «пробачити», 77 слів – 11,77 %); «*Дії та стани Бога*» («хоче», «може», «створив», «знає», «спостерігає» та ін., 46 слів – 7,03 %); «*Дії та стани людини*» (лексеми «вірити», «розуміти», «образити» та ін., 44 слова – 6,73 %); «*Прославляння*» (лексема «прославляти», 14 слів – 2,14 %); «*Подяка*» («дякую», 4 слова – 0,61 %).

4) Прикметники (160 – 4,77 %). «*Атрибути Бога та Його Царства*» (лексеми «Божий», «Святий», «Небесний» та ін., 85 слів – 53,13 %); «*Атрибути належного, духовного*» (лексеми «необхідний», «повинні», «правильний» та ін., 45 слів – 28,13 %); «*Атрибути забороненого, гріховного*» (лексеми «поганий», «грішний», 23 слова – 14,37 %); «*Порівняння*» (лексеми «більший», «кращий», 7 слів – 4,37 %).

5) Числівник (13 – 0,39 %). Лексема «*Один*» (13 слів – 100 %).

Отже, коефіцієнт словникової різноманітності зустрічного релігійного дискурсу респондентів із нижчим за середній рівнем релігійної активності – 25,59 %; коефіцієнт дієслівності (емоційної напруженості) – 9,82 %.

III. Особи з вищим за середній рівнем релігійної активності. Загальна кількість слів – 6894; середня кількість символів у слові – 4,77; кількість різних слів – 1709. Загальна кількість речень – 1007; середня кількість слів у реченні – 6,85. Лексична щільність загального тексту – 0,25.

Кількісне співвідношення основних частин мови (3426 слів), їх категорій та відповідних лексем: 1) Іменники (1400 – 40,86 %). «*Бог, Його ім'я та атрибути*» (лексеми «Бог», «Господь», «Батько» та ін., 512 слів – 36,57 %); «*Молитва, її складові та інтенції*» (лексеми «звернення», «прохання», «прощення», «прославлення» та ін., 293 слова – 20,93 %); «*Складові земного буття*» (лексеми «людина», «їжа», «шлях» та ін., 139 слів – 9,93 %); «*Місце буття Бога та людей*» (лексеми «(на) небі», «(на) землі», «царство», «світ» та ін., 122 слова – 8,71 %); «*Буття та його рушійні сили*» (лексеми «воля», «сила», «життя», «вчинки» та ін., 144 слова – 10,29 %); «*Зло та його атрибути*» (лексеми «гріхи», «спокуси», «зло», «диявол» та ін., 107 слів – 7,64 %); «*Складові духовного буття*» (лексеми «віра», «душі», «добро», «мир» та ін., 58 слів – 4,14 %); «*Темпоральність*» (лексеми «день», «час», 25 слів – 1,79 %).

2) Займенники (1211 – 35,35 %). «*Ми, наше*» («ми, нас, наші і т.д.», 474 слова – 39,14 %); «*Він, вони, інші*» («він, йому», «котрий, хто», «їм, іншим» та ін., 252 слова – 20,81 %); «*Все, кожен*» («все, усі, кожен і т.д.», 155 слів – 12,80 %); «*Це, те*» («це, цими, те, того і т.д.», 141 слово – 11,64 %); «*Ти*» («Ти, Твоє, Тобі і т.д.», 83 слова – 6,85 %); «*Я, моє*» («Я, мені, мене і

т.д.», 56 слів – 4,63 %); «*Себе*» («себе, свої і т.д.», 30 слів – 2,48 %); «*Щось*» (9 слів – 0,75 %); «*Самі*» («самі, саме», 8 слів – 0,66 %); «*Ніхто*» (3 слова – 0,25 %).

3) Дієслова (649 – 18,94 %). «*Прохання та допомога*» (лексеми «(щоб) було», «просити», «дати», «допомогти» та ін., 327 слів – 50,39 %); «*Буття та його атрибути*» (лексеми «є», «жити», «відбуватися» та ін., 122 слова – 18,80 %); «*Прощення*» (лексема «пробачити», 86 слів – 13,25 %); «*Дії та стани Бога*» (лексеми «править», «хоче», «бачить», «вчить» та ін., 62 слова – 9,55 %); «*Дії та стани людини*» (лексеми «вірити», «знати», «молитися» та ін., 25 слів – 3,85 %); «*Прославляння*» (лексема «прославляти», 20 слів – 3,08 %); «*Подяка*» («дякую», 7 слів – 1,08 %).

4) Прикметники (160 – 4,67 %). «*Атрибути Бога та Його Царства*» (лексеми «Божий», «Святий», «Небесний» та ін., 85 слів – 53,12 %); «*Атрибути належного, духовного*» (лексеми «повинні», «правильний», «добрий» та ін., 34 слова – 21,25 %); «*Атрибути забороненого, гріховного*» (лексеми «злий», «грішний» та ін., 30 слів – 18,75 %); «*Порівняння*» (лексеми «кращий», «більший», 8 слів – 5,00 %); «*Атрибути буття*» («насушний», 3 слова – 1,88 %).

5) Числівник (6 – 0,18 %). Лексема «*Один*» (6 слів – 100 %).

Отже, коефіцієнт словникової різноманітності зустрічного релігійного дискурсу респондентів із вищим за середній рівнем релігійної активності – 24,79 %; коефіцієнт дієслівності (емоційної напруженості) – 9,41 %.

IV. Особи з високим рівнем релігійної активності. Загальна кількість слів – 7868; середня кількість символів у слові – 4,82; кількість різних слів – 1807. Загальна кількість речень – 1018; середня кількість слів у реченні – 7,73. Лексична щільність загального тексту – 0,23.

Кількісне співвідношення основних частин мови (4476 слів), їх категорій та відповідних лексем: 1) Іменники (1816 – 40,57 %). «*Бог, Його ім'я та атрибути*» (лексеми «Бог», «Господь», «Батько» та ін., 563 слова – 31,00 %); «*Молитва, її складові та інтенції*» (лексеми «прохання», «прощення», «звертання», «прославлення» та ін., 290 слів – 15,97 %); «*Зло та його атрибути*» (лексеми «гріхи», «спокуси», «лукавий» та ін., 241 слово – 13,27 %); «*Місце буття Бога та людей*» (лексеми «(на) небі», «(на) землі», «царство», «світ» та ін., 237 слів – 13,05 %); «*Буття та його рушійні сили*» (лексеми «воля», «сила», «потреби», «життя» та ін., 237 слів – 13,05 %); «*Складові земного буття*» (лексеми «людина», «хліб», «ближній», «шлях» та ін., 137 слів – 7,54 %); «*Складові духовного буття*» (лексеми «любов», «душі», «добро», «віра» та ін., 79 слів – 4,36 %); «*Темпоральність*» (лексеми «день», «віки», «час», 32 слова – 1,76 %).

2) Займенники (1438 – 32,13 %). «*Ми, наше*» («ми, нас, нам і т.д.», 621 слово – 43,19 %); «*Він, вони, інші*» («він, йому», «котрий, хто», «їх, інших» та ін., 273 слова – 18,98 %); «*Це, те*» («це, цими, те, тим і т.д.», 150 слів – 10,43 %); «*Все, кожен*» («все, усі, кожен і т.д.», 139 слів – 9,67 %); «*Ти*» («Ти, Твоє, Тобі і т.д.», 108 слів – 7,51 %); «*Я, моє*» («Я, мене, мені і т.д.», 58 слів –

4,03 %); «Себе» («свої, себе і т.д.», 53 слова – 3,69 %); «Щось» (18 слів – 1,25 %); «Самі» («самі, само», 14 слів – 0,97 %); «Нічого» (4 слова – 0,28 %).

3) Дієслова (782 – 17,47 %). «*Прохання та допомога*» (лексеми «будь», «просити», «дати», «допомогти» та ін., 396 слів – 50,64 %); «*Буття та його атрибути*» (лексеми «є», «жити», «мати» та ін., 142 слова – 18,16 %); «*Прощення*» (лексема «пробачати», 83 слова – 10,61 %); «*Дії та стани людини*» (лексеми «робити», «образити» «вірити», «розуміти» та ін., 68 слів – 8,70 %); «*Дії та стани Бога*» (лексеми «хоче», «може», «знає», «бачить» та ін., 52 слова – 6,65 %); «*Прославляння*» (лексема «прославляти», 36 слів – 4,60 %); «*Вдячність*» («дякую», 5 слів – 0,64 %).

4) Прикметники (257 – 5,74 %). «*Атрибути Бога та Його Царства*» (лексеми «Божий», «Небесний», «Святий», «вічний» та ін., 153 слова – 59,53 %); «*Атрибути належного, духовного*» (лексеми «необхідний», «повинні», «істинний», «духовний», «правильний» та ін., 50 слів – 19,46 %); «*Атрибути забороненого, гріховного*» (лексеми «злий», «поганий», «болючий», 21 слово – 8,17 %); «*Порівняння*» (лексеми «більший», «кращий», 17 слів – 6,61 %); «*Атрибути буття*» (лексеми «насущний», «голодний» та ін., 16 слів – 6,23 %).

5) Прислівники (175 – 3,91 %). «*Дія, її причина, мета і спосіб*» (лексеми «потрібно», «дійсно», «щиро» та ін., 60 слів – 34,29 %); «*Час*» («завжди», «сьогодні», «щодня» та ін., 46 слів – 26,28 %); «*Місце*» («тут», «скрізь», «там», 42 слова – 24,00 %); «*Міра*» («часто», «багато», «просто» та ін., 27 слів – 15,43 %).

6) Числівник (8 – 0,18 %). Лексема «Один» (8 слів – 100 %).

Отже, коефіцієнт словникової різноманітності зустрічного релігійного дискурсу респондентів із високим рівнем релігійної активності – 22,97 %; коефіцієнт дієслівності (емоційної напруженості) – 9,94 %.

Узагальнюючи отримані результати, можна виокремити наступні універсальні для всіх наших підгруп категорії, підкатегорії та відповідні їм лексеми:

I. «Буття та його загальні атрибути». Наприклад, іменники: підкатегорія «*Місце буття Бога та людей*», лексеми «(на) небі» та «(на) землі»; підкатегорія «*Рушійні сили буття*», лексеми «сила» і «воля»; займенники: лексеми «все», «щось», «ніхто»; дієслова: лексеми «є», «маємо», «немає» та ін.; прикметники: лексема «життєвий» та ін.; прислівники: підкатегорія «*час*», лексеми «завжди», «сьогодні» та підкатегорія «*місце*», лексеми «тут», «скрізь», «там» та ін. **II. «Бог, Його ім'я та атрибути».** Наприклад, іменники: лексеми «Бог», «Батько», а також, наприклад, «влада»; займенники: лексема «Він» («Він, Йому і т.д.») і лексема «Ти» («Ти, Твоє і т.д.»); дієслова: підкатегорія «*Дії та стани Бога*», лексеми «хоче», «створив», «править», «бачить» та ін.; прикметники: підкатегорія «*Атрибути Бога та Його Царства*», лексеми «Божий», «Святий», «Всесильний» та ін. **III. «Людина та її повсякденне буття».** Наприклад, іменники: лексеми «людина», «їжа», «шлях» та ін.; займенники: «*Ми, наше*» та «*Я, моє*»; дієслова: підкатегорія «*Дії*»

та стани людини», лексеми «молитися», «образити» та ін. **IV. «Молитва та її складові».** Наприклад, іменники: лексеми «звертання», «прославляння», «прощення» та ін.; дієслова: підкатегорія «*прохання та допомога*», лексеми «(щоб) було», «просити», «дай» та ін.; підкатегорія «*подяка*», лексема «дякую». **V. «Належне (духовне)».** Наприклад, іменники: лексеми «віра», «добро», «любов», «душа», «мир» та ін.; прикметники: лексеми «потрібний», «добрий», «кращий» та ін.; прислівники: наприклад, лексема «праведний» та ін. **VI. «Заборонене (гріховне)».** Наприклад, іменники: лексеми «гріхи», «спокуси», «лукавий (диявол)», «зло», «вороги», «біди»; прикметники: лексеми «злий», «поганий», «грішний» і т.п.

Текст молитви «Отче наш»: 1) «Буття та його загальні атрибути» (11 слів – 26,19 %); 2) «Людина та її земне буття» (11 слів – 26,19 %); 3) «Бог, Його ім'я та атрибути» (8 слів – 19,05 %); 4) «Молитва та її складові» (7 слів – 16,67 %); 5) «Заборонене (гріховне)» (4 слова – 9,52 %); 6) «Належне (духовне)» (1 слово – 2,38 %). *Дискурс осіб із низьким рівнем релігійної активності:* 1) «Молитва та її складові» (591 слово – 24,33 %); 2) «Буття та його загальні атрибути» (577 слів – 23,76 %); 3) «Бог, Його ім'я та атрибути» (544 слова – 22,40 %); 4) «Людина та її земне буття» (463 слова – 19,06 %); 5) «Заборонене (гріховне)» (148 слів – 6,09 %); 6) «Належне (духовне)» (106 слів – 4,36 %). *Дискурс осіб із нижчим за середній рівнем релігійної активності:* 1) «Бог, Його ім'я та атрибути» (767 слів – 24,10 %); 2) «Буття та його загальні атрибути» (710 слів – 22,31 %); 3) «Молитва та її складові» (702 слова – 22,06 %); 4) «Людина та її земне буття» (691 слово – 21,72 %); 5) «Заборонене (гріховне)» (189 слів – 5,94 %); 6) «Належне (духовне)» (123 слова – 3,87 %). *Дискурс осіб із вищим за середній рівнем релігійної активності:* 1) «Бог, Його ім'я та атрибути» (877 слів – 27,12 %); 2) «Молитва та її складові» (733 слова – 22,66 %); 3) «Людина та її земне буття» (694 слова – 21,46 %); 4) «Буття та його загальні атрибути» (681 слово – 21,06 %); 5) «Заборонене (гріховне)» (137 слів – 4,24 %); 6) «Належне (духовне)» (112 слів – 3,46 %). *Дискурс осіб із високим рівнем релігійної активності:* 1) «Бог, Його ім'я та атрибути» (1032 слів – 25,36 %); 2) «Буття та його загальні атрибути» (891 слово – 21,89 %); 3) «Людина та її земне буття» (887 слів – 21,79 %); 4) «Молитва та її складові» (810 слів – 19,90 %); 5) «Заборонене (гріховне)» (265 слів – 6,51 %); 6) «Належне (духовне)» (185 слів – 4,55 %).

4. Висновки

Отже, науковий аналіз канонічної молитви «Отче наш», а також зустрічних релігійних дискурсів (продуктів розуміння відповідної молитви) наших респондентів – вибірки українців із різними рівнями релігійної активності, засвідчує: спільність базових психолінгвістичних структур відповідних дискурсів, але, водночас, їх відмінність за відносною значущістю окремих складових таких структур. Так, контент- і психолінгвістичний аналіз дали змогу виокремити такі психолінгвістичні універсали – базові категорії, крізь

призму яких відбувається осмислення канонічної молитви: 1) «Буття та його загальні атрибути»; 2) «Бог, Його ім'я та атрибути»; 3) «Людина та її повсякденне буття»; 4) «Молитва та її складові»; 5) «Належне (духовне)»; 6) «Заборонене (гріховне)».

Але, як вище зазначено, відносні значущості таких універсальних категорій (тобто кількість відповідних їм підкатегорій та лексем) у тексті-оригіналі та в узагальнених зустрічних релігійних дискурсах осіб із різними рівнями релігійної активності помітно відрізняються. Зокрема, якщо у першому домінантна значущість гармонійно розподілена між абстрактними буттєвими лексемами та реальними запитами людської повсякденності, то, наприклад, в осіб із низьким рівнем релігійної активності на перший план виходить прагматика комунікації людини з Богом. Найбільше ж наближений у своєму психолінгвістичному контексті до тексту-оригіналу зустрічний релігійний дискурс респондентів четвертої нашої підгрупи – щоправда, з певним відносним посиленням значущості категорії «Бог, Його ім'я та атрибути» (наприклад, через зростання кількості складових лексеми «Ти», що в цілому засвідчує посилення суб'єктивної ваги персональних відносин із Богом на вищих рівнях релігійної активності).

Також констатуємо такі тенденції: істотного зростання – кількості слів (з 5165 до 7868), кількості речень (з 864 до 1018) і, відповідно, середньої кількості слів у реченні (від майже 6 до майже 8 слів), слабкого зростання показників емоційної напруженості (від 8,40 % до 9,94 %); а спадання – показників лексичної різноманітності (від 26,99 % до 22,97 %) та лексичної щільності (від 0,27 до 0,23) зустрічних релігійних дискурсів у розрізі від найнижчого до найвищого з виокремлених нами рівнів релігійної активності респондентів.

Перспективи подальших наукових досліджень вбачаємо в установленні кореляцій рівнів релігійної активності та відповідних типів розуміння молитовного дискурсу з базовими особистісними рисами, що дасть змогу емпірично описати базові типи релігійної особистості українців.

Література

References

1. Засєкін С. Психолінгвістичні універсалії перекладу художнього тексту: монографія. Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2012.
Zasiekin, S. (2012). *Psykholinhvistychni Universalii Perekladu Khudozhnoho Tekstu* [Psycholinguistic Universals in the Translation of Literary Texts]. Lutsk: Volyn State University.
2. Серкин В.П. Методы психосемантики: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект-Пресс, 2004.
Serkin, V.P. (2004). *Metody Psikhosemantiki* [The Methods of Psychosemantics]. M.: Aspekt-Press.
3. Смирнов Д.О. Описание процедуры стандартизации психометрической методики «Опросник религиозной активности» // Научный психологический журнал. 1999. С. 1–2.

- Smirnov, D.O., (1999). Opisaniye protsedury standartizatsii psikhometricheskoi metodiki “Oprosnik religioznoi aktivnosti” [Description of Procedure of the Psychometric Method’s “The Measuring Technique of Religious Activity” Standardization]. *Nauchnyi Psikhologicheskii Zhurnal*, 1–2, 159–172.
4. Спилка Б., Лэдд К. Л. Психология молитвы. Научный подход. Харьков: Гуманитарный центр, 2015.
- Spilka, B., Ladd, K. L. (2015). *Psikholohiya Molitvy. Nauchnyi podkhod* [The Psychology of Prayer: A Scientific Approach]. Kharkiv: Humanitarnyi Tsentr.

THE TOWER OF BABBLE: MOTHER TONGUE AND MULTILINGUALISM IN INDIA*

Susheel Kumar Sharma

susheelsharma.avap@gmail.com

University of Allahabad, India

Received May 27, 2017; Revised June 22, 2017; Accepted June 25, 2017

Abstract. Since ancient times India has been a multilingual society and languages in India have thrived though at times many races and religions came into conflict. The states in modern India were reorganised on linguistic basis in 1956 yet in contrast to the European notion of one language one nation, majority of the states have more than one official language. The Linguistic Survey of India (LSI) conducted by Grierson between 1866 and 1927 identified 179 languages and 544 dialects. The first post-independence Indian census after (1951) listed 845 languages including dialects. The 1991 Census identified 216 mother tongues were identified while in 2001 their number was 234. The three-language formula devised to maintain the multilingual character of the nation and paying due attention to the importance of mother tongue is widely accepted in the country in imparting the education at primary and secondary levels. However, higher education system in India impedes multilingualism. According the Constitution it is imperative on the “Union to promote the spread of the Hindi language, to develop it so that it may serve as a medium of expression for all the elements of the composite culture of India ... by drawing, wherever necessary or desirable, for its vocabulary, primarily on Sanskrit and secondarily on other languages.” However, the books translated into Hindi mainly from English have found favour with neither the students nor the teachers. On the other hand, the predominance of English in various competitive examinations has caused social discontent leading to mass protests and cases have been filed in the High Courts and the Supreme Court against linguistic imperialism of English and Hindi. The governments may channelize the languages but in a democratic set up it is ultimately the will of the people that prevails. Some languages are bound to suffer a heavy casualty both in the short and long runs in the process.

Keywords: *language, bilingualism, multi-lingualism, mother tongue, linguistic imperialism, the Constitution, schedule.*

Шарма Сушил Кумар. Балакунська вежа: рідна мова та багатомовність в Індії.

Анотація. Із давніх часів Індія була багатомовним суспільством, і мови в Індії процвітали, хоча й виникали конфлікти серед багатьох рас і релігій. Штати сучасної Індії були реорганізовані на лінгвістичній основі в 1956 році, але на відміну від європейського поняття однієї мови для однієї нації, більшість індійських штатів мають кілька офіційних мов. Лінгвістичне опитування Індії, проведене Грісоном в 1866–1927 рр., дало змогу виокремити 179 мов та 544 діалектів. Перший індійський перепис після здобуття Індією незалежності (1951 р.) визначив 845 мов, включаючи також діалекти. Переписом 1991 року було визначено 216 рідних мов, тоді як в 2001 році їх кількість становила 234. Тримовна формула, що спрямована на збереження багатомовності нації та приділення належної уваги важливості рідної мови, широко прийнята в країні на рівні надання початкової та середньої освіти. Однак система вищої освіти в Індії перешкоджає багатомовності. Відповідно до Конституції: “Держава має сприяти розповсюдженню мови гінді, розвивати її так, щоб вона

*Plenary Lecture in the III International Conference on “Challenges of Psycholinguistics and Psychology of Language and Speech” – COPAPOLS 2017, Lutsk and Svityaz, Ukraine, 29–31May, 2017

могла слугувати засобом вираження для всіх елементів складної культури Індії ..., шляхом залучення, де це необхідно або бажано, її словника, головним чином на санскриті, а далі вже на інших мовах". Проте книги, перекладені на гінді переважно з англійської, не користуються популярністю ні серед студентів, ні серед вчителів. З іншого боку, переважання англійської мови в різних конкурсних іспитах спричинило соціальне невдоволення, яке призвело до масових акцій протесту, а також подання нових справ на розгляд до Вищого та Верховного судів проти мовного імперіалізму англійської та гінді. Влада може визначати мови, проте в умовах демократії переважає думка народу. Незважаючи на це, автор зазначає, що деякі мови приречені зазнати важкої втрати як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

Ключові слова: мова, двомовність, багатомовність, рідна мова, мовний імперіалізм, конституція, графік.

1. Introduction

About six thousand languages are being used currently in more than two hundred countries of the world. The questions like: "What/Who made so many languages?" and "Why different languages are used by different social groups all over the world?" have no definite answers. According to the Greeks diversity in speech was brought by the god Hermes and along with it separation and discord ensued; the *Bible* narrates the story of the "Tower of Babel" (Genesis 11:1–9) to explain the phenomenon of multi-lingualism that led to "disharmony". On the other hand people of some ethnicities like those in North America believe in a Great Deluge that separated people and their speech while those in Africa believe in great famine as the cause of different languages. These discourses/explanations underline the politics of dominance and the natural/geographical intervention as the probable reasons for so much diversity in languages.

"What comes first: language or thought?" is a riddle that remains unsolved like the riddle as to what came first – a hen or an egg. However, there is no disagreement on the fact that language is a wonderful creation the use of which grants one the status of being human and distinguishes one from vegetative state. All languages are capable enough of meeting the requirements of a social group where they have originated though they also become the instruments of oppression/expression in the hands of institutions wielding/professing educational, economic, political and religious power. Each social group/institution keeps on updating its language by way of adding/disusing vocabulary items and modifying syntactical structures to meet its current requirements which lead to modernization of a language. If a group and its language fail to meet the current challenges both of them either lose their significance or get wiped out. The disciplines of Anthropology and Historical Linguistics are full of examples to prove the veracity of the above statements.

Language is an important tool not only for the purpose of communication among the members of a gregarious group but also to form bonds among the members of a family and a society. It is also a vital tool to understand the world around us and for forging and maintaining friendly, cultural and economic tie-ups. John Stuart Mill says, "Language is the light of the mind." (Dictionary, 1997:128) The linguist Edward Sapir maintains that language is not only a vehicle for the expression of thoughts, perceptions, sentiments, and values characteristic of a community but it

also represents a fundamental expression of social identity. Sapir says, "... the mere fact of a common speech serves as a peculiar potent symbol of the social solidarity of those who speak the language" (Qtd by Farinde, 2007:157). Benjamin Whorf has noted that language shapes one's thoughts and emotions besides determining one's perception of reality. He writes: "We cut nature up, organize it into concepts, and ascribe significances as we do, largely because we are parties to an agreement to organize it in this way – an agreement that holds throughout our speech community

and is codified in the patterns of our language." (Whorf, 1940:229–31, 247–8.) One's mother tongue is an essential component in shaping and giving a person one's identity; it is not only a social need but also a psychological need. If one is not able to use it for a long time one becomes emotionally dry; it may turn one into a psycho or may lead one to madness. Therefore, one craves to use one's mother tongue when one goes to an alien land where one's language is not used and insists on preserving it. One's language is the most important part of one's being though it is equally important to learn other languages besides one's own if one wishes to expand one's mental and other horizons and wishes to learn about other people, their



The poster reads: "Why is English preeminent in UPSC?"

The headline in the front page of Periyar E. V. Ramasamy's periodical *Kudiyarasu* (3 September 1939) reads "Veezhga Indhi" (Down with Hindi)

problems and perspectives and cultures and explore the world for economic, educational, political and religious purposes. Every normal child knows his/her mother tongues well (listening and speaking skills) when s/he is sent to a school at the age of three or four for becoming literate (reading and writing skills), learning some skill and becoming proficient in some subject in order to render his/her services to his/her family, society, country and humanity at large. These objectives are achievable both by formal and informal education. The higher goal of liberating oneself (*sa vidya ya vimuktaye*¹) is not an achievable objective in the present system of education being practised at the behest of the different governments all over the world. Still all governments have to impart education and language planning is one of the key issues in the field. In Indian context "Language" is both could be a means of communication (of knowledge in a particular discipline) and a subject matter (in

itself). Since most of the Indian leaders, who participated in the freedom struggle during late 19th and early 20th century had been trained in Europe/USA the Indian state was shaped on European models by them. Solutions to many Indian problematic social issues cropping up owing a to a curious history and its colonial interpretation in many areas were derived out of the existing European models. Issues like education and languages had been independent of the political/government interference before the arrival of the European colonisers in India but the situation had changed by the time they left. The British left a strong burden of educational system/institutions imparting education in English which were patronised by the Government both directly (in terms of grants) and indirectly (in terms of recognition). The system could not be overthrown overnight though the



nationalist fervour and a clamour to develop Indian identity after independence necessitated having fresh look at the related issue of education and language. With the emergence of new disciplines of Sociology of Languages (Basil, 1971, Fishman, 1972, Giglioli, 1972, Peñalosa, 1981), Sociolinguistics (Gumperz & Hymes, 1972, Hymes, 1974, Trudgil, 2000, Chambers, 2009) and Language Planning (Haugen,

1966, Lewis, 1972, Jernudd, 1982, Mansor, 2005) and the emphasis of the United Nations since 1950's on imparting education in mother tongue further livened up the debates regarding the issues of Mother Tongue and Multilingualism in India as several new dimensions were added to them at the International level. The area is quite fascinating for further researches in psycho-linguistics and cognitive sciences as traditionally almost every Indian is a multi-lingual. Because different areas of brain are used in using different languages an Indian's reactions and perspectives on social and political issues are largely different.

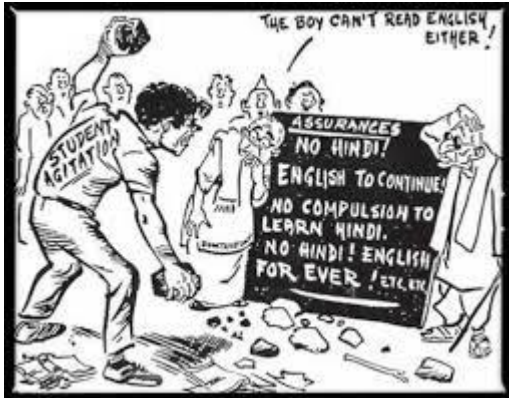
2. Methods

In order to understand the matrix of Mother Tongue and Multilingualism in India a theoretical study of the language planning policies and practices with reference to Mother Tongues and Multi-lingualism has been undertaken. The data available at different sources in public domain has been used to corroborate the study. A comparative approach has been followed to analyse the actual practice of the multi-lingualism and use of mother tongue in the education system. The observations on the data of actual practice have been compared and contrasted with a view to see its import on the larger goal of the development of a civilization. The limitation of the study is the data drawn from secondary sources (mainly from the agencies involved in the process) as it is not possible for an individual to collect the data because of the enormous size of the country which is almost of the size of Europe, and a huge population of 382 persons per sq km (totalling to 17.86 % of the

total world population) yet the findings are not likely to change with the corrections in the data at micro-level.

3. The Study

It is in the modern formal system that the first conflict regarding languages starts – if education should be imparted in one's mother tongue or in an alien language. All over the world, except in developing countries (=backward in the development of science and technology and imparting modern education i.e. education developed in the West/colonisers), all education from primary language to higher education is provided in their national language which is also mother tongue in most of the cases. In British and American schools/universities it is English, in France French, in Germany German, in Japan Japanese and the like. Even the (former) communist countries like China, Russia (former USSR), Poland, Ukraine, Czech and Slovak Republics (former Czechoslovakia), Vietnam and the like promote the use of one language to promote nationhood, equality and comradeship. This historical reality

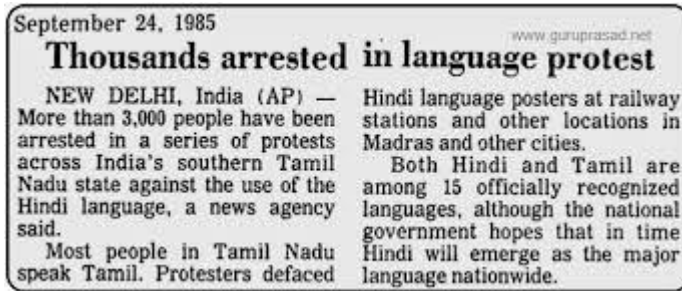


leads to a logical derivation that the knowledge of modern science can be acquired in any language because it is a methodology and not parroting a subject/knowledge. If one acquires scientific temperament one can make scientific advancements independently as has been done in Germany, Russia, Japan and China. A person thinks in one's mother tongue and can come up with innovative ideas to solve the problems around one. Developing countries will always

remain in the third world group unless they make discoveries and inventions to make a leap into the scientifically/technologically developed economic world. Researches in science/technology are always a matter of time unlike the literary works which are unique products of a combination of their times and artists; scientific innovations take place in some places earlier than at some others but philosophical/literary productions remain unique. This timing is of utmost value as the early invention in the field of science and technology gives one an edge over others and it makes all the difference. Language of one's thought is very vital for an innovation for one thinks best in one's mother tongue. Developing countries are likely to be in the same situation if the medium of instruction is not changed at their higher education institutions.

It is a well known fact that the modern education system in India is the brainchild the British. They created municipality schools for the commoners (mostly located in impecunious and scruffy localities) and elite institutions (like Rajkumar Colleges) which were located in posh and elite areas for the education of sons and relatives of the Feudatory class, who donated funds. A parallel education system in the form of Mission Schools/ Colleges was started by the churches as a missionary activity with a dual purpose in mind: mainly to convert the heathens into believers and secondly to cater to needs of the children of British and Anglo-Indian officials

serving in India. All these formal activities largely took place in English and it gave birth to a new “class of persons Indian in blood and colour, but English in tastes, in opinions, in morals and in intellect.” (Macaulay, 1835) This class of persons were to be the agents of change (not the innovators themselves) in the country: “To that class we may leave it to refine the vernacular dialects of the country, to enrich those dialects with terms of science borrowed from the Western nomenclature, and to



render them by degrees fit vehicles for conveying knowledge to the great mass of the population.” (Macaulay, 1835) Even in the post-independence era the pattern of education has virtually remained the same and a derivative of the Western Epistemology as is evident

from the lists of prescribed reading and recommended books in various courses. Since these books are in English, learning English becomes obligatory for a University degree which in turn is imperative for a government job. English, therefore, continues to be at the helm of affairs and enjoys the status of the language of the social elites; the process starts a chain reaction to promote the need of the English language. This is a situation not only in India but in almost all the countries that have a colonial past. Because of this situation there has been a debate whether education should be provided in mother tongue (MT) or in an alien language. Also the large gap between the achievements of MT schools and English medium schools in terms of proficiency in English has led to the democratic demand of “uniform education”. The related corollary is if the innovations and the discoveries that the civilization is proud of will ever be made by a person who does not work in his/her mother tongue and who works with a second language. If one tries to verify Macaulay’s tall claims of developing “intellect” through English (the second language) by way of the contribution of the products of even the best Public Schools (like Doon School, Dehradun, Mayo College, Ajmer, Woodstock School, Mussoorie and Scindia School, Gwalior and the like) and the Rajkumar Colleges) one realises that it is almost insignificant to mention. They just appear on the scene when one tries to locate the most expensive schools in India as their graduates do not have any discovery, innovation, patent or path breaking research to their credit in the fields of science, technology and medicine or the related areas. Nor do they seem to be contributing significantly in the fields of Humanities, Social Sciences and Commerce. We of course value Gandhi and Nehru for their intellectual contribution and building of the nation but for both of them English was the second language. However, Gandhi, the imitator of the British/ English, is neither valued nor revered. Gandhi could become the leader of the masses and was able to connect with them and their culture because of his solid foundations in his mother tongue. On the other hand it is also true that Gandhi would not been Gandhi without his English education. Gandhi’s greatness is an example of the greatness generated out of the hybridity in English was grafted to his MT Gujarati.

Language learning is a simple process as well as a complex one. It is so simple a process that every child with ordinary/normal abilities is able to learn the language being used around one. But it turns out to be a complex one if an alien language is to be learnt in unrealistic situations by a young one or when an adult wants to learn a



new language. Therefore, the teaching materials, methods and strategies of L1 and L2 users are different. Even different evaluation parameters, strategies and methods are required to judge one's performance in these languages. UNESCO has encouraged mother tongue instruction in primary education since 1953 (UNESCO, 1953) and UNESCO highlights the advantages of mother tongue education right from the start: children are

more likely to enrol and succeed in school and UNESCO highlights the advantages of mother tongue education right from the start: children are more likely to enrol and succeed in school. (Kosonen, 2005) Oliver Stegen, a German linguist also holds the same view though with certain reservations: "Every child should receive basic education in the language which s/he is most familiar with. ... Once a solid foundation is laid in the child's first language, the child can expand her experience and learn more even through other languages spoken in her wider environment. Mother tongue education is not the answer to everything. Teaching methods and students' environments have to be taken into account also. ... In the same way that biodiversity is important for the balance of life on our planet, language diversity is important for the balance of cultures." (Stegen) Gandhi also believed that one may find succour only in one's mother tongue. He was of the opinion that not only primary but also higher and technical education should be provided in one's MT. (Gandhi) It has been observed that the students in "total immersion" system become dull and that they just to cram up the material without involving any creative skills as compared to the ones in L1 or bilingual schools. (author's personal experience); it has also been reported that the children in multilingual education tend to develop better thinking skills compared to their monolingual peers. (Bialystok, 2001; Cummins, 2000; King & Mackey, 2007) The Indian education system is truly multilingual in its character and it does not ignore the importance of mother tongue in teaching and learning at the primary and secondary level. The three-language formula² widely accepted in the country aims at developing and strengthening the multilingual character of the nation; in some cases (linguistically minority groups) this formula becomes a four-language formula as they have to learn their mother tongue, the dominant regional language, English and Hindi. Various public agencies run schools in bi-lingual and multilingual schools to cater to the needs of various linguistic communities. However, higher education system in India impedes multilingualism. Though most of the Indian universities have both English and local languages as media of instruction yet the quality of graduates opting for an Indian

The Tower of Babel: Mother Tongue and Multilingualism in India has been a dearth of sufficient number of high quality text-books and reference materials keeping pace with times in the Indian languages. The following data regarding academic/research journals culled from the official website of University Grants Commission³ clearly indicates that most of the academicians do not take their mother tongues seriously at higher education level.

Table 1.

Languages of published academic/research journals

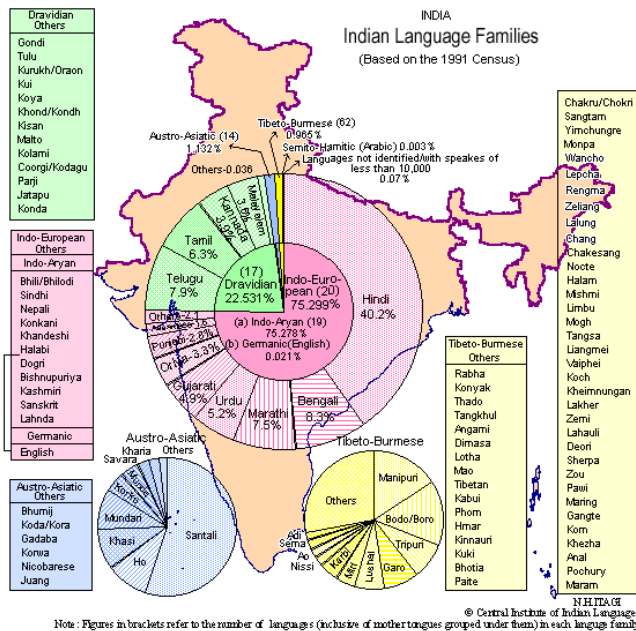
Sl.	Language in VIII schedule	No. of Journals	Sl.	Language in VIII schedule	No. of Journals
1.	Assamese	0	12.	Manipuri	0
2.	Bengali	38	13.	Marathi	11
3.	Bodo	0	14.	Nepali	3
4.	Dogri	0	15.	Odia	4
5.	Gujarati	5	16.	Punjabi	14
6.	Hindi	210	17.	Sanskrit	64
7.	Kannada	1	18.	Santhali	1
8.	Kashmiri	0	19.	Sindhi	Not mentioned
9.	Konkani	0	20.	Tamil	10
10.	Maithili	0	21.	Telugu	2
11.	Malayalam	0	22.	Urdu	67

In professional courses like medical and engineering English as the medium of instruction has been enjoying a predominant position because of our colonial past and non-availability of not only the teaching/research materials but also the experts/teachers ready to deliver in Indian languages. Therefore, a large amount of exchequer goes into importing books in higher education from the English speaking world.

3.1. Mapping the Linguistic Plurality in India

India has always harboured a notion of multi-lingual society as is evident from the following verse of the *Atharva Veda*: “*janam vibranti bahudha vivacasam nana dharmanam prithivi yathaukasam/ sahasra dhara dravitasya ye duham dhruvena dhamurenk pasphuranti* (*Atharva Veda, Prithvi Sukta XII-1-45*, The earth that holds people of manifold varied speech, of different customs, according to their habitations, as a reliable milch-cow that does not kick, shall she milk for me a thousand streams of wealth!) Ashoka’s edicts have been found in languages like Pali, Prākrit, Magadhi, Aramaic and Greek and in scripts like Brahmi, Kharoshthi and Greek. Because of constant touch between Indian and Chinese scholars over the matter a *Sanskrit Chinese Dictionary* was prepared. During Mogul rule in the medieval period several persons of the royal court like Dara Shikoh translated texts and Akbar used to entertain scholars of many languages. Tulsidas, the saint poet composed his verses in Sanskrit, Avadhi and Brij Bhasha while and Vidyapati in

Sanskrit and Maithili. Likewise the Azhwars and Nayanmars in the Southern part composed their literature in a language spoken by the ordinary people and Sanskrit. Indian classical drama uses both dialects and ‘standard’ languages. Writers used Magadhi, Shaurseni, Prakrit, and Apabhramsa, even as they excelled in the use of Sanskrit.



However, the first effort to document this plurality is seen in the form of the first official language survey popularly known the Linguistic Survey of India, conducted between 1894 and 1928, under the direction of George A. Grierson (dsal.uchicago.edu) The survey was incomplete even in the then British India as it did not take into consideration the former provinces of Burma and Madras to a large extent

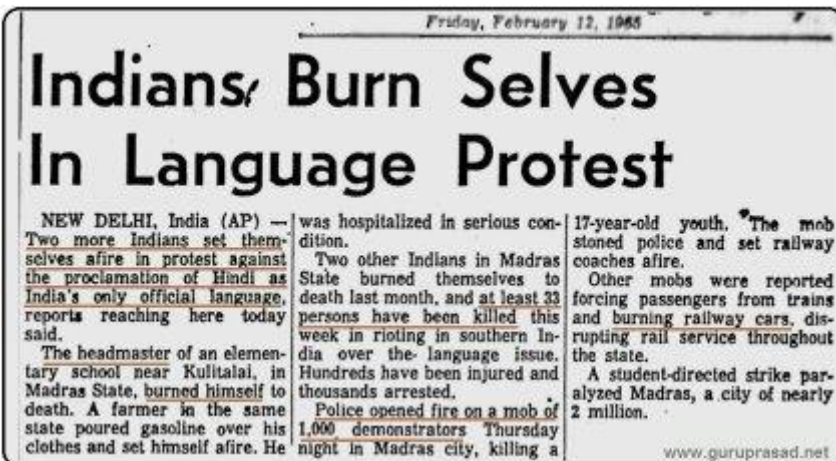
and the then princely States of Hyderabad and Mysore perhaps owing to non-availability of data. Still, it identified 364 languages and dialects. The survey is incomplete for the present day needs of India as well because Afghanistan, Baluchistan, Pakistan and Bangladesh included in the survey are no more parts of the present day independent India and complete data about south Indian languages is not there in it. Nor does this survey reflect the present day geographical reality as between 1894 and 2014 so many pidgins, creoles and dialects might have come into existence as a result of bi-lingualism and tri-lingualism and also that many of the languages must have shrunk in their areas or might have disappeared. Even if the data-collections tools, efficiency of surveyors and methodology of Grierson are ignored so many new ideas about language, culture and their preservation have come into existence which make a new survey a necessity.

But for a proposal made by the Central Institute of Indian Languages (CIIL), Mysore (under Ministry of Human Resource Development, India) to the Central Govt to undertake such a survey in the nineties no substantial effort has been made to document the linguistic plurality in the country by more than 250 odd universities in India where language departments function and at least a dozen Universities and Institutes exclusively meant for languages. It is all the more deploring because every University has an area of jurisdiction/operation and the work could have been carried out very easily had there been any planning, concern, co-ordination and will for doing it. Being aware of this lacuna the Government of India launched an ambitious project to expand and revise the linguistic survey of India under VI – Five Year plan. The task was assigned to the Language Division of the Registrar General & Census Commissioner of India (under the Ministry of Home Affairs) and the work on this project has been going on it since 1984. The work gained momentum

around 2000. So far it has published five reports: two on Sikkim (2009) and one each on Odisha (2002), Dadra and Nagar Haveli (2003) and Rajasthan (2011). (censusindia.gov.in/) The Registrar General is perhaps not the proper authority to conduct a special and technical linguistic study of a language as is also evident from their lean output up to the early 2000 AD. Since 2012, the two organisations viz. Registrar General and CIIL have been working in collaboration with each other on the LSI. However, the result of their collaboration is yet to be seen in the form of some publication.

Some individuals have also devoted themselves to documenting languages and by roping in some others. For example, Ganesh N Devy, a Sahitya Akademi winner for *After Amnesia* (1993), a Padma Shri awardee (2014) and an activist for Tribal rights started documenting oral languages under the banner of Bhasha Research and Publication Centre at his Tribal Academy located at Tejgadh near Vadodara (Gujarat). He calls his project Peoples' Linguistic Survey of India (PLSI). Jamsetji Tata Trust, Mumbai partially funds PLSI programme which plans to bring out at least 50 volumes on people's languages. So far thirty volumes on various Indian languages have been prepared by authentic users/scholars of the languages. "The People's Linguistic Survey of India (PLSI) envisions the creation of a Linguistic Survey rooted in people's perception of language. PLSI as a nation-wide survey is

being carried out by members of respective communities, writers, cultural activists, scholars of intangible heritage, practitioners of oral arts and traditions, responsible citizens interested in working out alternate ways of development and scholars who believe in maintaining organic links



between scholarship and the social context.” (peopleslinguisticsurvey.org/)

4. Results and Discussion

It is clear that even after sixty six years of independence Grierson's survey remains to be the only official and (in) complete survey in the hands of the Government of India. Therefore, a policy regarding Language Planning and related issues in independent India can very safely be attributed to the whims of some powerful individuals/ social groups/ officials/ elites. For example, Sindhi, Kashmiri and Dogri are not the official languages in any Indian state but they find a place in the VIII schedule. On 18th February, 2014 the union Government admitted in the Parliament that there was no approved criterion for inclusion of a language in the VIII schedule⁴, one of the issues in Language planning. However, it will be a misconstruction of facts to believe that in absence of a complete survey of languages there is no official record of the languages being used and the number of users of a

particular language in this highly populated and vast country. The Govt collects some data through Census Commission regarding the languages in use in the form of mother tongue on the basis of which it frames its policies. The following table⁵ will give a rough idea about the changing profile of the number of languages in India and their users:

Table 2

The changing profile of the number of languages in India and their users

Sl. No	Year of National Census	Total No. of Mother Tongues identified	No. of persons claiming English as their Mother Tongue	Total No. of Scheduled		Total No. of Unscheduled	
				Languages	Speakers	Languages	Speakers
1	1951	845	171742	15	323972607	830	32906787
2	1961	1652	223781	14	382333847	179	56900924
3	1971	132	191595	15	522759625	90	25400027
4	1981	221	202440	15	587035664	93	29844108
5	1991	216	178598	18	807441612	96	31142376
6	2001	234	226449	22	993245089	100	35365239
7	2011	Data not yet released		Data not yet released		Data not yet released	

Note:

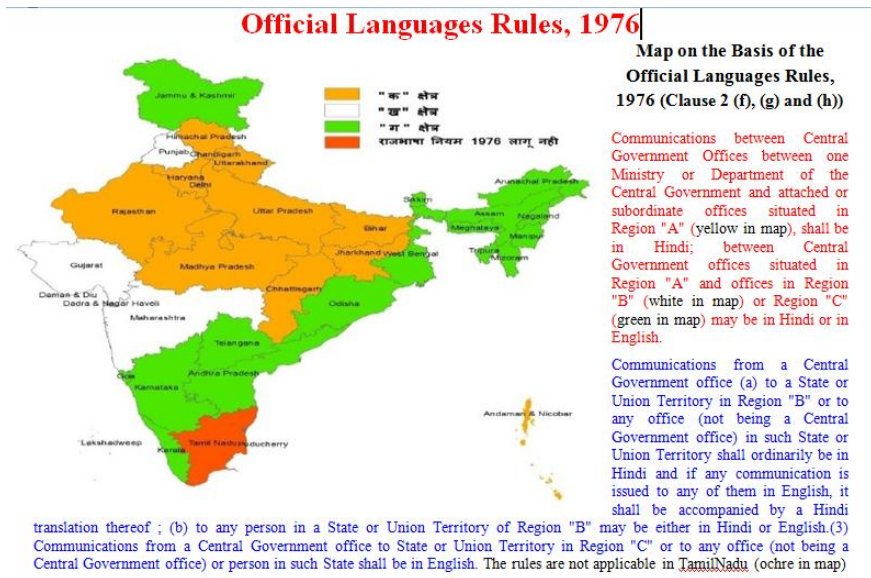
1. The statistics of 1961 is not comparable to post – Censuses since from 1971 Census onwards only the languages / mother tongues returned by 10000 or more speakers at all India level are published for public domain by the decision of Government of India.
2. The pre – Census result of 1961 (i.e. 1951) also is not comparable due to non – systematisation of language Census statistics in Independence India.
3. The language Census result from 1891–1931 is not readily available and the presentation has been avoided since the statistics is not comparable on the ground of geo- political boundary of pre – Independence India.

It can be noticed that the number of mother tongues (MT) is gradually declining. This can be attributed to 1) changing definition of MT in every census 2) people are not aware of their MT 3) people name the majority language as their MT to take political/social advantage of their geographical location 4) people are not proud of their MT rather they feel awkward in associating themselves with it and 5) people have actually lost touch with their MT and have adopted/adapted an associate – related language and in the process the MT has vanished from their memory or is no more on their priority list. Whatever be the reason, the movement appears to be from a multi-lingual situation to a mono-lingual situation. However, there is no agreement on the above figures. There are some like Gary F Simons and others for whom the “number of individual languages listed for India is 462. Of these 448 are living and 14 are extinct. Of the living languages, 64 are institutional, 126 are developing, 190 are vigorous, 55 are in trouble, and 13 are dying.” (ethnologue.com). Vikas Kamat writes, “Depending on whom you ask, the number of languages in India vary from fifteen to two thousand. In other words, there is no definitive count of the languages in practice.

The problem of counting and classifying the languages is compounded by the myriad of dialects, and mixed languages.” (kamat.com/indica/)

4.1. Constitutional Provisions and Their Fallout

The Constitution of India in its Preamble provides for social, economic and political justice; liberty of thought, expression, ... worship; equality of status and of opportunity; and to promote among the people fraternity assuring the dignity of the individual and the unity and integrity of the nation. Language is an important tool to achieve these objectives. Equality of opportunity in matters of public employment has been granted as a Fundamental right to Indian citizens (Article 16). Under the fundamental right to freedom, freedom of speech has been protected and all citizens have been granted the right to freedom of speech and expression and to practise any profession, or to carry on any occupation, trade or business (Article 19(2) a, f). Besides, the *Constitution* also protects cultural and educational rights as fundamental rights of even the minorities in the country: “Any section of the citizens residing in the territory



of India or any part thereof having a distinct language, script or culture of its own shall have the right to conserve the same.” (Article 29(1)) “All minorities, whether based on religion or language”, have been granted the right “to establish and administer educational institutions of their choice.” (Article 30(1))

Discrimination by way denial to admission has been checked: “No citizen shall be denied admission into any educational institution maintained by the State or receiving aid out of State funds on grounds only of religion, race, caste, language or any of them.” (Article 29(1)).

The state has not taken upon itself the duty to protect and preserve any particular language but it is the Fundamental duty of every citizens of India “to promote harmony and the spirit of common brotherhood amongst all the people of India transcending religious, linguistic and regional or sectional diversities;” (Part IV A(e)) and “to develop the scientific temper, humanism and the spirit of inquiry and reform.” (Part IV A(h)) However, under Article 351 the Union has been directed to develop and spread develop Hindi language “so that it may serve as a medium of expression for all the elements of the composite culture of India.” Hindi has to enrich itself “by assimilating ... the forms, style and expressions used in Hindustani and in the other languages of India specified in the Eighth Schedule, and by drawing, wherever necessary or desirable, for its vocabulary, primarily on Sanskrit and secondarily on other languages” (Article 351). Thus the purpose of the founding fathers appears to develop a common

language for the nation by providing Hindi a major role and the other Indian languages in the VIII schedule a subordinate role. Hindi in the process has to undergo several changes but other languages may stay in their linguistically pure form. Hindi in Devanagari script has been accepted as official language of the Union but the international form of Indian numerals are to be used for the official purposes of the Union (Article 343 (1)). Hindi was to perform the role of an assistant to English up to 26 January 1965 (Article 343 (2)) but English would become its assistant “from the appointed day” (Official Languages Act, 1963, Clause 3.1). A lease life of fifteen years with effect from 26 January 1950 was provided to English after which it was to be fully replaced by Hindi. Unfortunately, “the appointed day” has not yet been decided.

Article 347 makes special provisions relating to language spoken by a section of the population of a State; the wishes of “a substantial proportion of population” have to be honoured by officially recognising their language. Some state governments have not fulfilled people’s aspiration which has led to agitations. On the contrary when some other states have tried to give these rights to a language group people of different language community take it as an action against their interests. Though Article 345 clearly provides that “the Legislature of a State may by law adopt any one or more of the languages in use in the State or Hindi as the language or languages to be used for all or any of the official purposes of that State” yet some enthusiast have filed petitions against the decisions of the State legislatures with respect to recognition of some languages. For example, U P Hindi Sahitya Sammelan filed a petition against the State of UP and others in the Supreme Court of India (2014STPL(web)569SC) challenging the validity of declaring Urdu as the second official language in UP. Such petitions have rightfully been dismissed but their intentions have not been dismissed and Hindi is charged with having imperial designs. Whether primary education should be given in one’s mother tongue only has also been a subject matter of litigation. For example, Associated Management of (Government Recognised – Unaided – English Medium) Primary and Secondary Schools and others sought legal intervention against an order (dated 22 June 1989) of the Karnataka Government which said that “from 1st standard to 4th standard, ... it is expected that normally mother tongue will be the medium of instruction that Kannada.” The matter was referred to Constitutional Bench of the Supreme Court on 05.07.2013 by an ordinary Bench of the same Court. Ultimately the Supreme Court struck down the decision of the Karnataka Government with the following observations:

“We are of the considered opinion that though the experts may be uniform in their opinion that children studying in classes I to IV in the primary school can learn better if they are taught in their mother tongue, the State cannot stipulate as a condition for recognition that the medium of instruction for children studying in classes I to IV in minority schools protected under Articles 29(1) and 30(1) of the Constitution and in private unaided schools enjoying the right to carry on any occupation under Article 19(1)(g) of the Constitution would be the mother tongue of the children as such stipulation. We accordingly answer question No.(iii) referred to us and hold that the imposition of mother tongue affects the fundamental rights under Articles 19, 29 and 30 of the Constitution.

“Article 350A therefore cannot be interpreted to empower the State to compel a linguistic minority to choose its mother tongue only as a medium of instruction in a primary school established by it in violation of this fundamental right under Article

AGITATED
Fretful annoyed
nervous **scared** worried
DISTRESSED FRUSTRATED discouraged
irritated

30(1). We accordingly hold that State has no power under Article 350A of the Constitution to compel the linguistic minorities to choose their mother tongue only as a medium of instruction in primary schools”

There are also examples where state governments have tried to curtail their rights

of some language communities. For example, in Bihar teaching of Maithili subject was discontinued from the schools and consequently recruitment of Maithili teachers was stopped. Maithili was also removed from the Bihar Public Service Examination. Petitions have been filed against such autocratic decisions of the governments (J K Mishra: 1998). Again such steps of the government are viewed by some as imbued with imperialistic designs. It may be argued that a legal mechanism for corrective measure has been provided for in the Constitution and one is free to take recourse to legal action if one feels otherwise. It is true that legal actions have been taken and aberrations have been set right but the scars that have been left behind in the process of the creation of acerbity is no less disparaging. Similarly, Article 350 entitles every person “to submit a representation for the redress of any grievance to any officer or authority of the Union or a State in any of the languages used in the Union or in the State, as the case may be.” When due to the prevalent apathy of the bureaucratic set up no satisfactory action is taken on the representation written even in a major language of the state there should be no wonder at the apathy shown to one submitted in the minor language. The anger of the petitioner in such a case is easily shifted on to the language and the culprit officer goes scot-free.⁶ According the Constitution (Article 351 see supra) it is imperative on the “Union to promote the spread of the Hindi language, ... by drawing ... its vocabulary, primarily on Sanskrit and secondarily on other languages.” But the government can only act as facilitator the actual research/work in/ for their languages has to be carried out by the people/ users of a language. However, the books translated into Hindi mainly from English have not found favour with the students and teachers. The absence of authentic academic/research journals in languages in the Indian languages proves that these languages have so far not become the language of people’s thought. On the other hand the predominance of English in various competitive examinations has caused social discontent leading to mass protests and cases have been filed in the High Courts and the Supreme Court against linguistic imperialism of English and Hindi.

5. Conclusions

The above discussion leads us to conclude that 1) The language planning in India leaves a large number of people distressed, worried and agitated; a large number of people are anxious, annoyed, irritated and distressed with it. 2) Gandhi’s opinion “... English can never and ought not to become the national language of India” is still

relevant in Indian case as English is considered to be a symbol of slavery by a large number of people though it is the language of opportunities and intellectual make up for yet another large group 3) Choosing one language to project national identity in terms of the western notion of a Nation-State may is not the best option in Indian context 4) Hindi is being projected as an alternative to English; it is a natural corollary that Hindi imperialism is presented as an alternative to English imperialism; in a democratic set up neither kind of imperialism will be sustainable 5) Mono-lingualism is being preferred over muti-lingualism in contradiction to the national – cultural ethos of respecting plurality as demonstrated above and 6) the language is being used by those in power as a tool of oppression.

In drawing a model from euro-centric notion of state some basic facts are being forgotten. In Europe countries are geographically smaller compared to the size of this nation; the entire size of Europe is almost that of India; here some states are larger than many of the European countries. The population of entire Europe is almost the population of one state here. The ethnic variety in this country is unique and is not found in any of the European nations. Naturally, European models are unfit for fulfilling the aspirations of the people.

Acknowledgements

I am thankful to the Language Division, Office of the Registrar General and Census Commissioner India, Kolakata for providing required statistics along with notes in the table at my request dated July1, 2014.

Notes

1. *sa vidya ya vimuktaye*: tr. “knowledge is one that liberates”; the full verse is: tatkarma yan na bandhāya sā vidyā yā vimuktaye | āyāsāyāparaṃ karma vidyānyā śilpanaipuṇam || *Viṣṇu Purāṇa* 1,19.41 ||
2. In1952, Muthaliyar Commission recommended Three Language Formula which stated that mother tongue should be taught at primary stage but English and Hindi should be introduced later. In 1966, Kothari modified Three Language Formula and recommended that along with Mother tongue English and Hindi should be taught in non-Hindi states while instead of Hindi, any other modern South Indian language should be taught in Hindi speaking states. The National Policy on Education (NPE) – 1986 reiterated the need for the implementation of the three language formula in its true spirit. The National Curriculum Framework – 2005 developed after a nation-wide debate and discussion and approved by Central Advisory Board of Education (CABE) endorsed the formula so that the children receive multilingual education from the outset and develop multilingual communicative abilities in a multilingual country. Most of the Hindi Speaking states now follow “Hindi, English and Sanskrit formula” while two non-Hindi speaking states viz. Tamil Nadu and Tripura and one Union Territory, Pudicherry, follow a two language formula i.e. Mother tongue and English and the states like Odisha, West Bengal and Maharashtra follows the three language formula i.e. Hindi + English+ a modern south Indian language. Some boards/institutions permit even European/ foreign languages like Spanish, French and German in place of Hindi or Sanskrit. (Retrieved from <http://mha1.nic.in/par2013/par2014-pdfs/ls-050814/LS%203790.pdf>)
3. University Grants Commission (a national grant-giving agency responsible for “coordination, determination and maintenance of standards in institutions of higher education”) has displayed the list of academic/research journals in various subjects/disciplines. Here only the relevant statistics from the discipline of Arts & Humanities in which 3584 journals are recorded by the UGC is being discussed.
4. In 1950 when India became a sovereign democratic republic the following fourteen languages were recognized in the Eighth Schedule of *The Constitution of India* (Article 344 (1) and 351): Assamese,

Bengali, Gujarati, Hindi, Kannada, Kashmiri, Malayalam, Marathi, Oriya, Punjabi, Sanskrit, Tamil, Telugu and Urdu. Later, the following eight more languages were added taking the toll to 22 languages: Sindhi (21st Amendment Act, 1967), Konkani, Nepali and Manipuri (71st Amendment Act, 1992) and Bodo, Dogri, Maithili and Santhali (92nd Amendment Act, 2004). The following thirty eight languages are also making their claim for inclusion into the list: Angika, Banjara, Bazika, Bhojpuri, Bhoti, Bhotia, Budelkhandi, Chattisgarhi, Dhatki, English, Garhwali (Pahari), Gondi, Gujjar/Gujjari, Ho, Kachachhi, Kamtapuri, Karbi, Khasi, Kodava (Coorg), Kok Barak, Kumaoni (Pahari), Kurak, Kurmali, Lepcha, Limbu, Mizo (Lushai), Magahi, Mundari, Nagpuri, Nicobarese, Pahari (Himachali), Pali, Rajasthani, Samabalpuri/ Kosali, Shaurseni (Prakrit), Siraiki, Tenyidi and Tulu. A decision on the report submitted by a committee constituted under the chairmanship of Mr Sitakant Mahapatra in 2003 for the purpose is pending with the government. (Retrieved from <http://mha1.nic.in/par2013/par2014-pdfs/ls-180214/356.pdf>)

5. A Bench of Justices **Madan B Lokur** and **Deepak Gupta** has set aside a judgment of the Himachal Pradesh High Court because of the convoluted English used in the judgment, Retrieved from <https://barandbench.com/convoluted-english-forces-supreme-court-set-aside-himachal-pradesh-high-court-judgment/>

References

1. Basil, Bernstein. (1971). *Class, Codes and Control: Theoretical Studies Towards a Sociology of Language*. London: Routledge & Kegan Paul.
2. Bialystok, E. (2001). *Bilingualism in Development: Language, Literacy, and Cognition*. Cambridge: Cambridge UP.
3. Chambers, J. K. (2009). *Sociolinguistic Theory: Linguistic Variation and Its Social Significance*. Malden: Wiley Blackwell.
4. *Constitution of India [The]*. (2007). Retrieved from: <http://lawmin.nic.in/coi/coiason29july08.pdf>.
5. Cummins, J. (2000). *Language, Power and Pedagogy*. Clevedon: Multilingual Matters.
6. *Dictionary of Quotations in Communications*. (1997). L. McPherson Shilling and L. K. Fuller (eds.), Westport: Greenwood.
7. Fishman, J. A. (1972). *The Sociology of Language. An Interdisciplinary Social Science Approach to Language in Society*. Rowley, MA: Newbury House.
8. Gandhi, M. K. (1917). Hindi: The National Language for India. In: *Speeches and Writings of Mahatma Gandhi*, (pp.395–99). Retrieved from http://www.mk gandhi.org/towrds_edu/chap15.htm.
9. Gandhi, M. K. Medium of Instruction. Retrieved from http://www.mk gandhi.org/towrds_edu/chap14.htm.
10. Giglioli, P. P. (1972). *Language and Social Context: Selected Readings*. Middlesex: Penguin Books.
11. Gumperz, J. J., Dell H. H. (1972). *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
12. Haugen, E. (1966). *Language Conflict and Language Planning: The Case of Modern Norwegian*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
13. Hymes, D. (1974). *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
14. *Hymns of the Atharva-Veda*. Tr. Maurice Bloomfield. In: *Sacred Books of the East*, 42, 1897. Retrieved from: <http://www.archive.org/stream/SacredBooksEastVariousOrientalScholarsWithIndex.50VolsMaxMuller/42.SacredBooksEast.VarOrSch.v42.Muller.Hindu.Bloomfield.HymnsAtharvaVed.ExRitBkCom.Oxf.1897.#page/n19/mode/2up>.
15. Jernudd, B. H. (1982). Language Planning as a Focus for Language Correction. *Language Planning Newsletter*, 8(4) November, 1–3. Retrieved from

- http://languagemanagement.ff.cuni.cz/en/system/files/documents/Jernudd_LP%20as%20LC.pdf.
16. Kamat, V. The Languages of India. Retrieved from <http://www.kamat.com/indica/diversity/languages.htm>.
 17. King, K., & Mackey, A. (2007). *The Bilingual Edge: Why, When, and How to Teach Your Child a Second Language*. New York: Collins.
 18. Kosonen, K. (2005). *Education in Local Languages: Policy and Practice in Southeast Asia. First Languages First: Community-based Literacy Programmes for Minority Language Contexts in Asia*. Bangkok: UNESCO Bangkok.
 19. Lewis, E. G. (1972). *Multilingualism in the Soviet Union: Aspects of Language Policy and Its Implementation*. Mouton: The Hague.
 20. *Linguistic Survey of India*. George Abraham Grierson (Comp. and ed.). Calcutta: Office of the Superintendent of Government Printing, India, 1903–1928. PDF. Retrieved from <http://dsal.uchicago.edu/books/lsi/>.
 21. Macaulay, T. B. (1835). *Minute* dated the 2nd February 1835. Web. Retrieved from
 22. http://www.columbia.edu/itc/mealac/pritchett/00generallinks/macaulay/txt_minute_education_1835.html.
 23. Mansor, S. (2005). *Language Planning in Higher Education*. New York: Oxford University Press.
 24. Mishra, Dr Jayakanta & others, PIL Case no. CWJC 7505/1998. Patna High Court.
 25. Peñalosa, F. (1981). *Introduction to the Sociology of Language*. New York: Newbury House Publishers.
 26. Sapir, E. in “Multilingualism & National Development: The Nigerian Situation”, R O Farinde, In *Nigerian Languages, Literatures, Culture and Reforms*, Ndimele, Ozo-mekuri (Ed.), Port Harcourt: M & J Grand Orbit Communications, 2007.
 27. Simons, G., Fennig, C. (2017). *Ethnologue: Languages of the World*, Twentieth edition. Dallas, Texas: SIL International. Retrieved from <http://www.ethnologue.com/country/IN>.
 28. Stegen, O. Why Teaching the Mother Tongue is Important? Retrieved from https://www.academia.edu/2406265/Why_teaching_the_mother_tongue_is_important.
 29. “The Tower of Babel”. Genesis 11:1–9. *The Bible*. Retrieved from <https://www.biblegateway.com/passage/?search=Genesis+11:1-9>.
 30. Trudgill, Peter (2000). *Sociolinguistics: An Introduction to Language and Society*. London: Penguin.
 31. UNESCO (1953). *The Use of the Vernacular Languages in Education*. Monographs on Foundations of Education, No. 8. Paris: UNESCO.
 32. U P Hindi Sahitya Sammelan vs. the State of UP and others. Supreme Court of India 2014STPL(web)569SC. Retrieved from: <http://judis.nic.in/supremecourt/imgs1.aspx?filename=41872>.
 33. Whorf, B. L. (1940). Science and linguistics. *Technology Review*, 42(6), 229–31, 247–8.

Sources

1. http://www.censusindia.gov.in/2011-documents/lsi/ling_survey_india.htm
2. <http://www.ciil-lisindia.net/>
3. <http://www.ethnologue.com/country/IN>
4. <http://peopleslinguisticsurvey.org/>
5. <http://www.rajbhasha.nic.in/en/official-language-rules-1976>
6. <http://www.ugc.ac.in/journallist/>
7. <http://www.unesco.org/new/en/international-mother-language-day/>

CATEGORIZATION, FAST AND SLOW

Vasyl Starko

vasyl_starko@yahoo.com

Lesya Ukrainka Eastern European National University, Ukraine

Received May 23, 2017; Revised June 23, 2017; Accepted June 26, 2017

Abstract. The title of this study is inspired by Daniel Kahneman's best-selling book *Thinking, Fast and Slow*. In it, the Nobel Prize winner explains in great detail the working of two systems of human reasoning: System 1, which is fast, automatic, associative, subconscious, involuntary and (nearly) effortless, and System 2, which is slow, intentional, logical, conscious, effortful and requires executive control, attention, and concentration. It is our contention that this distinction applies to human categorization as well. We subscribe to the view that each of the two labels refers, in fact, to a set of systems and call them Type 1 and Type 2 processes. Analyzing and re-interpreting well-known examples found in linguistic literature and our own data, we argue that Type 1 categorization relies on the 'shallow' linguistic representation of the world, while Type 2 tends to use 'deep' extralinguistic knowledge. The differences between Type 1 and Type 2 categorization are also evident in psycholinguistic experiments and evaluations of linguistic data elicited from speakers. A conclusion is drawn about the need to take this distinction into account in psycholinguistic and linguistic research on categorization.

Keywords: *categorization, category, dual-process theory, Type 1, Type 2, linguistic representation of the world.*

Старко Василь. Категоризація, швидка й повільна.

Анотація. Назва цієї розвідки інспірована книжкою Денієла Канемана «Мислення, швидке й повільне», в якій автор, нобелівський лауреат, докладно пояснює роботу двох систем мислення людини: системи 1 – швидкої, автоматичної, асоціативної, підсвідомої, мимовільної системи, що (майже) не вимагає зусиль, і системи 2 – повільної, умисної, логічної, свідомої системи, що вимагає зусиль, контролю за виконанням, уваги й концентрації. Автор обстоює тезу, що ця відмінність стосується також сфери людської категоризації й приймаємо положення про те, що кожна з цих назв позначає, насправді, набір систем, що їх ми позначаємо «процеси типу 1» і «процеси типу 2». Аналізуючи та реінтерпретуємо відомі приклади з лінгвістичної літератури та власні дані, обґрунтовано, що категоризація типу 1 спирається на 'неглибоку' мовну картину світу, а категоризація типу 2 залучає 'глибокі' позамовні знання. Відмінність між категоризацією типу 1 і типу 2 виявляється й у психолінгвістичних експериментах та оцінках мовних даних, отриманих від носіїв мови. Зроблено висновок про потребу враховувати цю відмінність у психолінгвістичних і лінгвістичних дослідженнях категоризації.

Ключові слова: *категоризація, категорія, теорія подвійних процесів, тип 1, тип 2, мовна картина світу.*

1. Introduction

Daniel Kahneman's best-selling book *Thinking, Fast and Slow* (Kahneman, 2015) and other literature point to the existence of two systems of information processing in human cognition. We believe that valuable insights into human categorization can be gained by adopting this dual processing perspective. Our goal is to bridge the gap between dual-process research in psychology and linguistic research and show how the dual-processing approach can be applied in the study of categorization.

It appears that there two kinds of processes involved: ample psycholinguistic data reflect the neural organization of the brain and spreading activation effects, which are the manifestation of the fast, implicit, unconscious categorization process. In contrast, the working of the explicit and conscious process is evident in situations when the categorizing subject has to make an effort, exercise control, and in general proceed with deliberation, relying on the slow categorization system. It should be noted that these systems may overlap with but are not necessarily identical with categorization models, such as the classical model, family resemblance model, prototype theory, exemplar theory, etc.

Theories of dual processing go back to the 1970s and 1980s (Wason & Evans, 1975) and have become extremely common in psychology in a variety of areas, such as emotion (Teasdale, 1999), psychology of learning (Reber, 1993; Sun, Slusarz, & Terry, 2005), judgment and decision making (Kahneman & Frederick, 2002; Kahneman, 2015), and social cognition (Chaiken & Trope, 1999), in particular person perception (, Sanders, & Garza, 2000), stereotyping (Devine, 1989), etc.

A variety of labels have been used in psychology in this context: System 1 and System 2, which gained popularity following (Stanovich, 1999); dual systems; fast and slow system; implicit and explicit system; intuition and reasoning (Kahneman, 2003); heuristic and systematic processing, etc. However, it has been argued that many of these designations are misleading because they may suggest the (incorrect) idea that there are exactly two systems at work. To emphasize such plurality, in this study they will be called Type 1 and Type 2 processes in the following sense: “These terms indicate qualitatively distinct forms of processing but allow that multiple cognitive or neural systems may underlie them” (Evans & Stanovich, 2013:226). Both Type 1 and Type 2 refers to a set of systems in the brain. Types of mental processing should not be confused with modes of processing, which are cognitive styles subsumed under Type 2 processes.

There are a number of properties typically associated with the two types of processing (summarized in Table 1). Note that these attributes might not all co-occur in a given dual-processing situation.

Table 1

Some attributes associated with Type 1 and Type 2 processes, based on (Evans & Stanovich, 2013), (Kahneman, 2015)

Type 1 processes	Type 2 processes
Fast	Slow
Automatic	Controlled
Unconscious	Conscious
Implicit	Explicit
Associative	Rule-based
Low effort	High effort
High capacity	Limited capacity
Contextualized	Abstract
Independent of working memory	Limited by working memory capacity
Parallel	Serial
Non-logical	Logical

The default-interventionist architecture of Type 1 and Type 2 processes, accepted here, presupposes the following: Type 1 processes constantly and automatically generate default responses (activate respective categories in the brain), while Type 2 processes may or may not be called to intervene and correct or modify these (Kahneman & Frederick, 2002; Kahneman, 2015). There is growing neuroscientific evidence to support this kind of architecture showing that, unlike Type 1, Type 2 processing requires the activation of brain regions associated with executive control (Evans & Stanovich, 2013).

It has been observed on many occasions (see, for example, (Lakoff, 1987)) that, under normal circumstances in everyday activities, categorization occurs largely unconsciously. Type 1 categorization processing proceeds roughly in the following manner: our attention is involuntarily captured by the sensory properties of objects, which leads to the automatic activation of certain knowledge structures. This may or may not be coupled with (unproblematic) verbalization. The object of categorization and the situation in which it is categorized provide multiple converging clues with regard to the relevant category, and the Type 1 categorization proceeds unimpeded. In fact, whenever we conveniently and effortlessly rely on the linguistically motivated representation of the world (linguistic worldview, linguistic picture of the world) and let it guide us in our thinking and action, we use Type 1 categorization. However, in cases when categorization is challenging, uncertain, or problematic in some way, this reliance fails and Type 2 processes are called to intervene. The reasons and situations in which this occurs are diverse, but in every case the categorizing subject is forced to deliberate and consciously manipulate mental representations for the purpose of successful categorization (Barrett, Tugade & Engle 2004:554). This requires control, attention, the engagement of working memory, etc. Most important, Type 2 categorization triggers certain operations over the representations of a given category that may differ from those involved in Type 1 categorization processes.

2. Methods

In order to show that the dual-processing theory is relevant for categorization research, we re-interpret well-known examples published in linguistic literature and analyze our own linguistic data obtained by way of observation in the light of this theory. Additionally, we identify the types of linguistic data that correspond to Type 1 and Type 2 categorization processing. Moreover, for the purpose of illustrating the benefits of the dual-processing approach in resolving some long-standing paradoxes and contradictions in research on categorization, we offer a dual-processing interpretation of the results of psycholinguistic experiments and speakers' evaluations of linguistic data that have been reported in oft-cited publications and perceived as being mutually contradictory.

3. Results and Discussion

Let us consider a famous example provided by Benjamin Lee Whorf (1956). People tend to be careless with smoking and cigarettes around gasoline drums that

are ‘empty’, whereas they, in fact, contain explosive vapor and are highly dangerous. The entire situation as categorized via Type 1 processing leads to the superficial conclusion that there is nothing left in these containers and, hence, they are not hazardous. It requires conscious reasoning and the involvement of Type 2 processing for the subject to become aware of the presence of vapor and the danger it poses. Type 2 processes may be engaged by the categorizing subject himself/herself (due to his/her inherent vigilance and alertness) or in response to an admonition from a better informed person. Noteworthy, Type 1 categorization is ‘shallow’ in that it involves merely the linguistic meaning of *empty* ‘containing nothing’, whereas deliberate categorization involves non-linguistic knowledge of the world (gasoline drums contain vapor). This extralinguistic knowledge ultimately comes into conflict with linguistically guided, effortless, fast categorization.

Another example when Type 2 categorization processing intervenes is when a person studies a foreign language. From our experience, an English-speaking student of Ukrainian will find it relatively easy to learn the Ukrainian color words for, say, red and green but will be much more challenged by the Ukrainian *synii*, *blakytnyi*, and *holubyi*, which together cover the denotational range of the English *blue*. The student will need to engage Type 2 processing repeatedly and persistently to properly name lighter and darker shades of blue in Ukrainian. Conversely, a Ukrainian student of English will have to resort to Type 2 processes in order to learn to correctly designate, for example, *arm* and *hand* and *foot* and *leg* in English, because Ukrainian typically uses just one word in each case—*ruka* and *noha*. Thus, conscious effort and attention are required—at least initially, before entrenchment and routinization occur—because of conflicting L1 and L2 categorization patterns.

Now consider the following interaction occurring late at night:

Speaker 1: *I'm tired. Let's return to this task tomorrow.*

Speaker 2: *OK. But it's already past midnight, so we'll get back to it today, not tomorrow.*

Dialogues along these lines have been witnessed by the author multiple times (between speakers of Ukrainian). The use of *tomorrow* and *today* is dictated by the invocation of two different frames of reference. Speaker 1 automatically uses the naïve understanding that two successive days are separated by the night (night sleep), whereas Speaker 2 (probably after checking the time) refers to a more rigorous clock-based model. This involves conscious effort and, thus, Type 2 processing. This example is an illustration of the type of situations in which reference is made not to the linguistic model of the world but to a different reference frame.

One common subtype is a conflict with the scientific model of the world. There are many examples of divergences, big and small, between the linguistic and scientific models. To give just one example, the naïve and scientific understanding of *nuts* and *fruit* differ along the following lines: “Technically, any seed-containing part of a plant is the fruit of that plant; as such, nuts in general are fruit. In ordinary language, on the other hand, nuts and fruit are basically distinct categories (regardless of the possible boundary status of the coconut): nuts are dry and hard,

while fruits are soft, sweet, and juicy; also, the situations in which nuts and fruits are eaten are typically different.” (Geeraerts, 1993: 239).

Stereotypes embodied in linguistic structures are another result of Type 1 categorization processing. In stereotyping, certain features are ascribed to a category and are automatically associated with any particular representative of this category (until experience or other factors prove the association wrong). An extensive body of literature in social psychology (Chaiken & Trope, 1999) and other disciplines is focused on stereotyping. Stereotypes may or may not be true to reality, but the defining characteristic is that they are available in the Type 1 shallow processing, i.e., automatically activated, and serve to simplify information and make sense of the world. Once stereotypes are formed, they are persistent and extremely difficult to overcome. It takes serious experiences or other weighty impact to help a person learn to overcome entrenched stereotypes, and even then, they do not disappear but are, rather, put under control.

Another class of cases when Type 1 categorization fails includes situations when an object is hard (or impossible) to categorize easily. For example, an object of an unusual shape and unclear function may present difficulties. Novel objects that have never been seen before are hard to categorize as well. There are also borderline cases when an object combines the features of two or more categories. Consider the following exchange:

– *Daddy, are skis a vehicle?*

– *Well, in a way they are.* (Which means that they possess some features of a vehicle or may serve the same purpose as a vehicle, but they are also different from the members of the vehicle category in important ways.)

In such cases, speakers often employ hedges (Lakoff, 1973). We have singled out a large group of categorization-related hedges which are present in various languages and which we call categorization qualifiers, such as *loosely speaking, in broad terms, by and large, up to a point, in a narrow (strict) sense, in a way, in a manner of speaking, in name only, technically*, etc (Starko, 2013).

One of the manifestations of Type 2 categorization is newly coined words or, more generally, innovative nominalization. We identify this class of lexemes as Type 2 categorization products on the following basis: the categorizing subject feels the inadequacy of established terms for the designation of an object or phenomenon at hand; thus, the speaker come up with a new designation by using available linguistic units and adding qualifying formants to them. From our observations, such nominations frequently refer to objects that do not meet the qualitative requirements for category members or do not quite fit the category, e.g., *quasi-patriots, semi-knowledge*, German *Ersatzkaffee*, Ukrainian *nedomystetstvo* (literally, not-quite-art), and so on.

Now let us consider an apparent contradiction between the results of some psycholinguistic experiments and speakers’ deliberate evaluation of linguistic data and see how it can be explained from the position of the dual-processing account of human categorization. In her seminal paper (1973: 133), Eleanor Rosch Heider reported the results of psycholinguistic experiments which revealed that category

members form a scale of exemplariness from the ‘best’ category members to the ‘worst’:

fruit: apple, plum, pineapple, strawberry, fig, olive;

vehicle: car, boat, scooter, tricycle, horse, skis;

bird: robin, eagle, wren, chicken, ostrich, bat;

vegetable: carrot, asparagus, celery, onion, parsley, pickle;

disease: cancer, measles, cold, malaria, muscular dystrophy, rheumatism.

These results were produced by respondents who had been asked to rate category members on a scale. Moreover, in a sentence verification test, response times for more central members were faster than for more peripheral members. George Lakoff (1973: 460) inferred from these findings that category membership is a matter of degree: “Degree of truth (corresponding to degree of category membership)

a. A robin is a bird. (true)

b. A chicken is a bird. (less true than a)

c. A penguin is a bird. (less true than b)

d. A bat is a bird. (false, or at least very far from true)

e. A cow is a bird (absolutely false)”

Being an honest researcher, he then reported: “Most speakers I have checked with bear out this judgment, though some seem to collapse the cases [a-c], and don’t distinguish among them.” This sentiment was then echoed and amplified by Anna Wierzbicka (1996:151): “It is hard to see, however, how this reasoning [about degrees of category membership] can be reconciled with native speakers’ firm intuition that whereas a bat is definitely not a bird at all, an ostrich is a bird—a “funny” bird, an atypical bird, but a bird.” Wierzbicka argues for features that are necessary (rather than prototypical) components of the concept ‘bird’ but are not necessarily realized in all members of the category ‘bird’: “properties such as flying, feathers, and so on are presented as essential parts of the prototype, not as necessary features of every bird” (Wierzbicka 1996:164). Thus, there are birds that cannot fly, but they are still categorized as birds. The same argument applies to many other concepts: raspberries are fruit, but unlike prototypical fruit, they do not grow on trees; tomatoes are thought of as being red, even though there are yellow tomatoes; cabbage is greenish, but there is also the so-called *red cabbage*; prototypical apples are construed as being red, despite the existence of green and yellow apples, and so on (Wierzbicka, 1996:164–165).

It should be noted that psycholinguistic findings that point to graded prototypicality are just as real as the intuition that there is (at least for some cases) a clear, cut-and-dried category boundary separating birds from non-birds.

The apparent contradiction between the results obtained by Rosch and what was reported by Lakoff’s respondents and elicited by Wierzbicka via her own linguistic intuition and observation lies in the distinction between Type 1 and Type 2 categorization processing. These results are, in fact, complementary rather than contradictory. There are many psycholinguistic experiments in which subjects are instructed to produce fast reactions, asked to quickly rank objects, or put under a

time limit or in other conditions forcing them to rely solely on the speed of neural firing in association links. This is conducive to fast, automatic categorization, and such experiments yield the results of Type 1 categorization processing. These are valid results, but they uncover only part of the whole picture. In the case of deliberate categorization (evaluations by Lakoff's respondents and Wierzbicka's data), speakers appear to perform a weighting of features and draw a line between members and non-members. In doing so, they may, and sometimes do, reach further along their information network bringing extralinguistic knowledge to bear on their categorization judgments. This procedure does not rule out the presence of borderline and doubtful cases, but the structure of the category, as processed with the involvement of Type 2 categorization resources, is starkly different from the goodness-of-membership continuum typically yielded by Type 1 processes.

Clearly, this issue requires further investigation and analysis, but it is undeniable that psycholinguistic and linguistic research into categorization needs to take into account Type 1 / Type 2 differences.

4. Conclusions

The dual-process paradigm, common in psychology, applies to the domain of categorization. The distinctions between Type 1 and Type 2 categorization are revealed in various classes of cases. Type 1 processing is characteristic of linguistically guided representation of the world. Under normal circumstances, people uncritically follow this representation, relying on default mental representations activated via Type 1 processing. In a number of cases (for example, categorization of novel objects, conflicting results from a different frame of reference or L2 language pattern, etc.), Type 2 categorization processes intervene. These processes involve a re-evaluation of the mental constructs used by Type 1 processes and may involve extensive, 'deep' extralinguistic knowledge (as opposed to 'shallow' linguistic knowledge available to Type 1). Psycholinguistic research will benefit from taking into account the distinctions between these two types of categorization processes.

References

1. Barrett, F., Tugade, M. M., & Engle, R. (2004). Individual differences in working memory capacity in dual-process theories of the mind. *Psychological Bulletin*, 130(4), 553–573.
2. Chaiken, S., & Trope, Y. (Eds.). (1999). *Dual-process theories in social psychology*. New York, NY: Guilford Press.
3. Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5–18.
4. Evans, J. St. B. T., & Stanovich, K. (2013) Dual-process theories of higher cognition: Advancing the debate. *Perspectives on Psychological Science*, 8(3), 223–241.
5. Geeraerts, D. (1993). Vagueness's puzzles, polysemy's vagaries. *Cognitive Linguistics*, 4(3), 223–272.
6. Heider, Eleanor Rosch (1973). On the internal structure of perceptual and semantic categories. In: *Cognitive Development and the Acquisition of Language*, (pp. 111–144). T. E. Moore, (ed.). New York: Academic Press

7. Kahneman, D. (2003). A perspective on judgement and choice. *American Psychologist*, 58, 697–720.
8. Kahneman, D. (2015). *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
9. Kahneman, D., & Frederick, S. (2002). Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgement. In: *Heuristics and Biases: The Psychology of Intuitive Judgment*, (pp. 49–81). T. Gilovich, D. Griffin, & D. Kahneman, (eds.). Cambridge, MA: Cambridge University Press.
10. Lakoff, G. (1973). Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts. *Journal of Philosophical Logic*, 2, 458–508.
11. Lakoff, G. (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things*. Chicago, London: University of Chicago Press.
12. Reber, A. S. (1993). *Implicit Learning and Tacit Knowledge*. Oxford, England: Oxford University Press.
13. Stanovich, K. E. (1999). *Who is Rational? Studies of Individual Differences in Reasoning*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
14. Stanovich, K. E., & West, R F. (2000). Individual difference in reasoning: implications for the rationality debate? *Behavioural and Brain Sciences*, 23, 645–726.
15. Старко В. Категоризаційні кваліфікатори// Проблеми зіставної семантики. 2013, № 11. С. 132–138.
Starcko, V. (2013). Katehoryzatsiini kvalifikatory. *Problemy Zistavnoyi Semantyky*, 11, 132–138.
16. Sun, R., Slusarz, P., & Terry, C. (2005). The interaction of the explicit and the implicit in skill learning: A dual-process approach. *Psychological Review*, 112, 159–192.
17. Teasdale, J. D. (1999). Multi-level theories of cognition–emotion relations. In: *Handbook of Cognition and Emotion*, (pp. 665–681). T. Dalgleish & M. J. Power, (eds.). Chichester, England: Wiley.
18. Wason, P. C., & Evans, J. St. B. T. (1975). Dual processes in reasoning? *Cognition*, 3, 141–154.
19. Whorf, B. L. (1956). The relation of habitual thought and behavior to language. In: *Language, Thought, and Reality. Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*, (pp. 134–159). Cambridge, Massachusetts: The M.I.T. Press. (originally published in 1941)
20. Wierzbicka, A. (1996). *Semantic Primes and Universals*. Oxford: Oxford University Press.
21. rate, M. A., Sanders, J. D., & Garza, A. A. (2000). Neurological disassociations of social perception processes. *Social Cognition*, 18, 223–251.

**THE STRUCTURE OF ASSOCIATIVE FIELDS OF STIMULI
ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR
IN EAST SLAVIC AND GERMAN LANGUAGES**

Diana Terekhova

dterekhova@ukr.net

Kyiv National Linguistic University, Ukraine

Received May 3, 2017; Revised June 2, 2017; Accepted June 12, 2017

Abstract. Association test is one of the traditional methods of studying the images of linguistic consciousness that hide behind a word in a particular culture. A number of associative experiments have been carried out in the early twentieth century in Ukraine, Russia, Belarus, and Germany. Students of higher education institutions of these countries (100 representatives from each nation) were the respondents of the experiment. The materials of the free word associatin test are used in the article. The article deals with psycholinguistic analyses of associative fields of the stimuli ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR demonstrating features of corresponding fragments of the mental and lingual worldviews of the Ukrainians, Russians, and Belarusians. The structure and composition of the associative fields is analyzed with the help of the "associative gestalt". The gestalt structure of associative fields in each language clearly demonstrate the differences in images of linguistic consciousness. The differences are seen in the different number of zones in four gestalts of studied languages, in the presence of some zones only in certain gestalt unlike others, in size of zones, that define their rating and originality of structure of each associative field, in quantitative and qualitative composition of zones as well as in the cores of gestalts.

Keywords: *world image, linguistic consciousness, association test, association, associative field, associative gestalt.*

Терехова Діана. Структура асоціативних полів стимулів ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR у східнослов'янських та німецькій мовах

Анотація. Традиційним методом дослідження образів мовної свідомості, що стоять за словом у певній культурі, є асоціативний експеримент. У дослідженні проведено низку асоціативних експериментів на початку ХХІ століття в Україні, Росії, Білорусі та Німеччині. Респондентами були студенти вищих навчальних закладів цих країн (по сто представників від кожного народу). У роботі використано матеріали вільного асоціативного експерименту. У статті репрезентовано результати психолінгвістичного аналізу асоціативних полів слів-стимулів ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR, виявлено загальні риси та етнокультурну специфіку відповідних фрагментів образів світу українців, росіян, білорусів та німців. Структуру і склад асоціативних полів проаналізовано за допомогою "асоціативного гештальту", у наслідок чого визначено різноманітні зони, які наочно демонструють своєрідність асоціативних полів у кожній мові. Розбіжності виявлено в кількості зон у гештальтах, у наявності окремих зон лише в певному гештальті на відміну від інших, у різному обсязі зон, що визначає їхній рейтинг та неповторність будови кожного асоціативного поля, у кількісному та якісному складі зон, а також у ядрах гештальтів.

Ключові слова: *образ світу, мовна свідомість, асоціативний експеримент, асоціація, асоціативне поле, асоціативний гештальт.*

There is in nature an eternal life, becoming, and movement.
J.W. Goethe

1. Introduction

The problem of the relationship between man and nature, society and nature is of current interest for many sciences. Global processes occurring in the world, also due to human activities, increasingly attract attention of community to the ecology, highlight the fragility of life in general and humans in particular.

Despite the polysemy of the word “nature” in the explanatory dictionaries of each of the studied languages, in the philosophical sense this concept is used primarily in two meanings: as a synonym for the Universe and as an environment in which people live. It is the latter meaning that illustrates the entire range of interaction between society and nature from the source of the resources to the problems of the ecology of the surrounding world. A man as a part of nature and at the same time as a social being must solve the whole complexity of the relationship between society and nature with awareness of the consequences of his activities. Indulgent attitude to the consequences of changes in the natural environment according to the needs of industry, agriculture, political confrontations and armed conflicts leads to a threat to human existence.

Thus, the *topicality* of research is determined by the need to study the ethno-cultural specificity of the linguistic consciousness of representatives of different peoples, since it makes it possible to highlight the national and cultural features of fragments of the world’s images that hide behind the word in each language, which is important both for cognition and self-knowledge of identity of people, and as from the side of problems of intercultural communication; secondly, by the need to solve the problem of harmonious coexistence of man and nature and to clarify the awareness of this issue.

The nature was the subject of research of many scholars in the philosophical aspect of the interaction of nature and society, for example, T. Andreeva, O. Bazaluk, A. Valikhmetov, T. Gaynal, M. Goncharenko, M. Grigoriev, J. Huseynova, I. Ivanov, S. Pustovit, R. Romanova, O. Shishkina, D. Yavorsky), the legal aspect of ecology, for example: V. Galunko, S. Mikhailuk, N. Nesterenko, K. Ryabets, A. Filippenko, the geographic aspect of geological-geographical analysis of territory, for example: V. Baranovsky, sociological aspect of elaboration of formation of ecological cape, P. Yermolenko, O. Marar, T. Oreshkina, the linguistic aspect of studying as a separate concept of NATURE, and within thematic groups, in the writings of writers, in dialects, etc., for example: O. Belsky, L. Bogdanova, L. Verbitskaya, O. Verkhovod, L. Gaitova, A. Golovnya, M. Zozulya, I. Ivanenko, C. Kozak, N. Kremer, Y. Lebid, Liu Siao, G. Maximovsky, Yu. Olkhovikova, N. Solodovnikova, O. Tukhtangulova, M. Kachalova, P. Pasichnyk, V. Romanenko and others. The study of the word-stimulus NATURE in the psycholinguistic aspect requires attention both individually and in comparison in different languages.

Contrastive psycholinguistic analysis of associative fields of words-stimuli ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR was conducted with the *objective* of revealing the general and specific in the images of linguistic

consciousness of Ukrainians, Russians, Byelorussians and Germans. The attitude to nature was formed by every nation in its own national cultural space, in a historical context, it reflects its value priorities.

2. Methods

The material was obtained as a result of series of association tests in the early twenty-first century. Students of higher educational institutions of Ukraine, Russia, Belarus, Germany (one hundred representatives from each nation) were respondents of the experiment. The materials of the free association test are used in this study.

3. Results and Discussion

Associative fields of word-stimulus ПРИРОДА and its correlates in Russian, Belarusian and German languages were obtained in the result of processing of experimental material. The most frequent associations that make up cores of associative fields reflect the most dominant directions of respondents association (see Table 1).

Table 1

**Cores of associative fields of stimuli
ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR**

No	Ukrainian	Russian	Belarusian	German
1.	<i>ліс (12)</i>	<i>лес (13)</i>	<i>лес (20)</i>	<i>Wald (12)</i>
2.	<i>зелень (9)</i>	<i>красота (7)</i>	<i>прыгожасць (6)</i>	<i>grün (10)</i>
3.	<i>экалогія (6)</i>	<i>зелень (4)</i>	<i>ахова (3)</i>	<i>Bäume (9)</i>
4.	<i>земля (5)</i>	<i>пейзаж (4)</i>	<i>дрэвы 3</i>	<i>Wiesen (9)</i>
5.	<i>жытця (4)</i>	<i>мать (3)</i>		<i>Tiere (6)</i>
6.	<i>світ (4)</i>	<i>мир (3)</i>		<i>Freiheit (3)</i>
7.		<i>отдых (3)</i>		<i>schön (3)</i>

The most frequent reaction in the associative fields of all languages shows that respondents associate nature primarily with forest (ПРИРОДА – *ліс (12)* / ПРИРОДА – *лес (13)* / ПРЫРОДА – *лес (20)* / DIE NATUR – *Wald (12)* *ліс*), that reflects the objective features of the relieve of these countries and the perception of the forest as a natural complex that combines specific flora and fauna as opposed to urban areas. Not in vain the second most frequent reaction in the cores of the associative fields of the Ukrainian and German languages and the third one of the fields of Russian language indicate a green color, greenery reflecting the color of plants, tree leaves, bushes etc. This aspect of perception is corroborated by the reactions ПРЫРОДА – *дрэвы 3* / DIE NATUR – *Bäume (9)*, present in the cores of the associative fields of the Belarusian and German languages. The tendency of the perception of nature primarily as a traditional relieve by the German respondents is confirmed by the reaction DIE NATUR – *Wiesen (9)*.

The aesthetic aspect of the perception of nature is of great importance for Russian, Belarusian and German respondents, since they pay great attention to its

beauty (ПРИРОДА – краса (7), пейзаж (4) / ПРЫРОДА – прыгожасць (6) / DIE NATUR – schön (3)).

The association of Russian respondents ПРИРОДА – мать (3) reflects the traditional attitude to nature as a mother, progenitress of everything in the world. This is significant for them somewhat more than for other representatives of the East Slavic peoples, that also submitted relevant associations, but they are on the periphery of associative fields.

The perception of nature as a more global world indicate the association ПРИРОДА – світ (4) / ПРИРОДА – мир (3) of Ukrainian and Russian respondents.

At the same time, Ukrainians associate nature with earth (ПРИРОДА – земля (5)), that is an extremely important component of the picture of their being, that can be confirmed by the materials of other experiments, as well as with life (ПРИРОДА – життя (4)), that the nature generates. Equally important for Ukrainian respondents is the problem of conservation of nature, that is confirmed by the reaction of the core of the associative field ПРИРОДА – екологія (6). Such an attitude, according to the frequency of reactions, is observed in reactions of respondents from Belarus: ПРЫРОДА – ахова (3), that indicates the need to protect nature.

The aspect of presence of a natural fauna is important for German respondents (DIE NATUR – Tiere (6)).

The association DIE NATUR – Freiheit (3), which connects nature with freedom is presented only in the associative field of the German language. Perhaps, it means the understanding of freedom as life in accordance with the laws of nature, that is, in the context of the social-naturalistic concept.

Thus, the peculiarity of the images of the linguistic consciousness of the respondents who are representatives of these ethnic groups, can be already mentioned in the core zones of the associative fields of words-stimuli. More clearly they appear within the whole associative field. The method of “associative gestalt” was applied for further analysis of all associations. The essence of this method has been repeatedly stated in previous works (see Terekhova, D.I., 2005–2016). The main results of structuring of associative fields are presented in Table 2.

Table 2

**Gestalt zones of associative fields
of stimuli ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR**

№ п/п	Gestalt zones	Ukrainian language, %	Russian language, %	Belarusian language, %	German language, %
1.	Feature	16	17	9	18
2.	Relievo	13	15	26	23
3.	Attitude	10	16	18	4

End of Table 2

4.	Flora	7	6	2	11
5.	Environment	7	5	7	1
6.	Characteristics	6	2	4	3
7.	Ecology	6	2	–	–
8.	Relaxation	5	5	1	2
9.	Earth	5	2	–	2
10.	Fauna	4	6	5	7
11.	Emotional state of a person	4	5	5	1
12.	Human life	4	1	–	1
13.	Natural phenomena	3	3	4	1
14.	People	2	5	2	1
15.	Comparison	2	3	2	–
16.	Season	2	1	1	–
17.	Universe	2	–	–	–
18.	Food	1	1	–	–
19.	Academic discipline	1	1	–	2
20.	Natural area	1	–	–	–
21.	Transport	1	–	–	–
22.	Art	–	6	2	1
23.	Health	–	3	–	–
24.	Ponds	–	2	–	2
25.	Building	–	1	3	–
26.	Settlement	–	1	1	1
27.	Music	–	1	–	–
28.	Sky	–	1	–	–
29.	Personalities	–	1	1	–
30.	Homeland	–	–	1	–
31.	Parts of the body	–	–	1	–
32.	Industry	–	–	–	3
33.	Freedom	–	–	–	3
34.	Culture	–	–	–	1
35.	Sport	–	–	–	1
Total number of zones		20	26	17	21

A comparison of the structure of the associative fields indicates different number of certain zones in the gestalts: most of them are in the gestalt of the Russian language (26), close in terms are the gestalts of the German and Ukrainian languages (21 and 20 zones respectively), least of all zones (17) has the gestalt of the Belarusian language. Eleven zones are present in all four Gestalts, as we can see from the total number of zones. This is an indicator of a certain structural similarity

of associative fields in the studied languages. Such zones are, for example, “Features”, “Relievo”, “Attitude”, “Flora”, “Characteristics”, “Fauna”, “Emotional state of a person” etc. However, these zones only point to the main directions of respondents’ associating, and their volume and quality content may indicate both general features and differences. For example, the “Attitude” zones in different gestalts have significant discrepancies in volume, especially it is noticeable as for the German language, and in consist of the reactions that are included to them in each language: ПРИРОДА (10 %) – краса (3), захоплення, краса (рус.), феєрія; чудо, яке виживає / ПРИРОДА (16 %) – краса (7), наше багатство, багатство, ідеал, чудо / ПРЫРОДА (18 %) – прыгожасць б, ахова (3), багацце (3), турбота, храм / DIE NATUR (4 %) – schön (3), Schönheit. So, the respondents of the four groups primarily pay attention to the beauty of nature, but representatives of the East Slavic peoples regard it as something extraordinary (ПРИРОДА – феєрія; чудо, яке виживає / ПРИРОДА – ідеал, чудо / ПРЫРОДА – храм), valuable (ПРИРОДА – наше багатство, багатство / ПРЫРОДА – багацце (3)), that needs protection and care (ПРЫРОДА – ахова (3), турбота).

Similar models are observed in the “Characteristics” zones: ПРИРОДА (6 %) – грязна (рус.), дика, жива, красива, натуральне, незаймана / ПРИРОДА (2 %) – буйная, могучая / ПРЫРОДА (4 %) – жывая (2), зялены, натуральны / DIE NATUR (3 %) – kaputt, wunderschön, zerstört. Thus, characteristics of beauty (ПРИРОДА – красива / DIE NATUR – wunderschön) are presented by Ukrainians and Germans; other positive characteristics (ПРИРОДА – натуральне / ПРИРОДА – буйная, могучая / ПРЫРОДА – натуральны) are presented by Ukrainians, Russians and Belarusians; Belarusians and Ukrainians perceive it like a living being (жывая (2) / жива), while Ukrainians note its pristine purity, inviolability (ПРИРОДА – незаймана). German respondents are more focused on the destruction of nature: DIE NATUR – kaputt, zerstört.

Such zones as “Flora” and “Fauna” reflect the most typical plants and animals for the natural zone of each country; “Ponds” zones reflect the presence of rivers and lakes; “Relievo” zones reflect the corresponding landscape, for example: ПРИРОДА (13 %) – ліс (12), гори / ПРИРОДА (15 %) – лес (13), поля, равнина / ПРЫРОДА (26 %) – лес (20), рошча / DIE NATUR (23 %) – Wald (12), Wiesen (9).

The feeling that nature causes among representatives of different ethnic groups, is represented in the zones of “Emotional state of a person”, the majority of these feelings are similar for Ukrainians, Russians and Belarusians, this is calmness and pleasure: ПРИРОДА (4 %) – насолода (2), задоволення, одухотвореність (рус.) / ПРИРОДА (5 %) – грусть, покой, спокойствие, успокоение / ПРЫРОДА (5 %) – зачараваннасць, спакой / DIE NATUR (1 %) – genießen. Some Russian

respondents associate nature with sadness (ПРИРОДА – *грусть*); some German ones – with embarrassment (DIE NATUR – *genieren*).

Some zones of gestalts are not represented in all languages, for example, the zones of “Educational discipline” are represented in gestalts of Ukrainian, Russian and German languages; zones of “Art” are represented in the gestalts of Russian, Belarusian and German languages; zones of “Settlement” are also represented in the gestalts of Russian, Belarusian and German languages. However, if they are common names in Russian and German languages – ПРИРОДА (1 %) – *город* / DIE NATUR (1 %) – *Stadt*, it is a concrete city, significant for Ukrainians and Belarusians in Belarusian language: ПРЫРОДА (1 %) – *Чарнобыль*. The tragedy that occurred at the nuclear power plant near this Ukrainian city caused enormous damage to nature and people for long decades.

Zones of “Personalities” are represented only in the gestalts of two languages. The name of J. Rousseau is present in Russian language (ПРИРОДА (1 %) – *Руссо*). He is famous French philosopher of the Enlightenment, who developed the concept of the coexistence of man and nature, ideas of which are relevant up to now in the issue of the formation of ecological culture. The name of N.N. Prishvin is present in Belarusian language (ПРЫРОДА (1 %) – *Прышвін*). He is Russian Soviet writer, a considerable part of his works is devoted to the problem of interaction between man and nature.

The specific features of the picture of linguistic consciousness are indicated by zones that are present only in one gestalt. These zones in Ukrainian language are the follows: “Universe” (2 %) (ПРИРОДА – *Всесвіт* (2)), “Nature area” (1 %) (ПРИРОДА – *джунгли*), “Transport” (1%) (ПРИРОДА – *автобус*). These zones in Russian language are the follows: “Health” (3 %) (ПРИРОДА – *здоровье* (3)), “Musik” (1 %) (ПРИРОДА – *музыка*), “Sky” (1 %) (ПРИРОДА – *небо*). These zones in Belarusian language are the follows: “Homeland” (1 %) (ПРЫРОДА – *Радзіма*), “Parts of a body” (1 %) (ПРЫРОДА – *палец*). These zones in German language are the follows: “Industry” (3 %) (DIE NATUR – *Industrie* (2), *Technik*), “Freedom” (3 %) (DIE NATUR – *Freiheit* (3)), “Culture” (1 %) (DIE NATUR – *Die Kultur*), “Sport” (1 %) (DIE NATUR – *Sport*).

Some associations according to different semantic relationships may enter two or more zones. Let’s consider zone of “People”: ПРИРОДА (2 %) – *мати, матір* / ПРИРОДА (5 %) – *мать* (3), *натуралист, человек* / ПРЫРОДА (2 %) – *дзяўчына, маці* / DIE NATUR (1 %) – *Bursche*. Associations ПРИРОДА – *мати, матір* / ПРИРОДА – *мать* (3) / ПРЫРОДА – *маці*, that reflect the ancient thoughts and beliefs of the Slavs, can also be attributed to the “Comparison” or “Reminiscence” zones, that confirm a stereotype of perception of the nature as a living being, that is the beginning of everything.

Concluding the review of the structure of the associative fields of stimuli ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR, we would like to draw attention to the cores of gestalt zones, the two largest zones (see Table 3):

Table 3

**Gestalts' cores of associative fields of stimuli
ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR**

№	Ukrainian language, %	Russian language, %	Belarusian language, %	German language, %
1.	“Feature” zone, 16	“Feature” zone, 17	“Relievo” zone, 26	“Relievo” zone, 23
2.	“Relievo” zone, 13	“Attitude” zone, 16	“Attitude” zone, 18	“Feature” zone, 18

Thus, the gestalts' cores consist of the same zones at the first glance: “Feature”, “Relievo”, “Attitude”, but in combination with numerical indicators of the volumes of each of them, they form a unique structure in the gestalts of the associative fields of each language, the most important directions of associating of representatives of the East Slavic and German peoples.

For clarity, the structure of the gestalt stimulus associative fields ПРИРОДА / ПРИРОДА / ПРЫРОДА / DIE NATUR is represent in figures (see: figures 1-4):

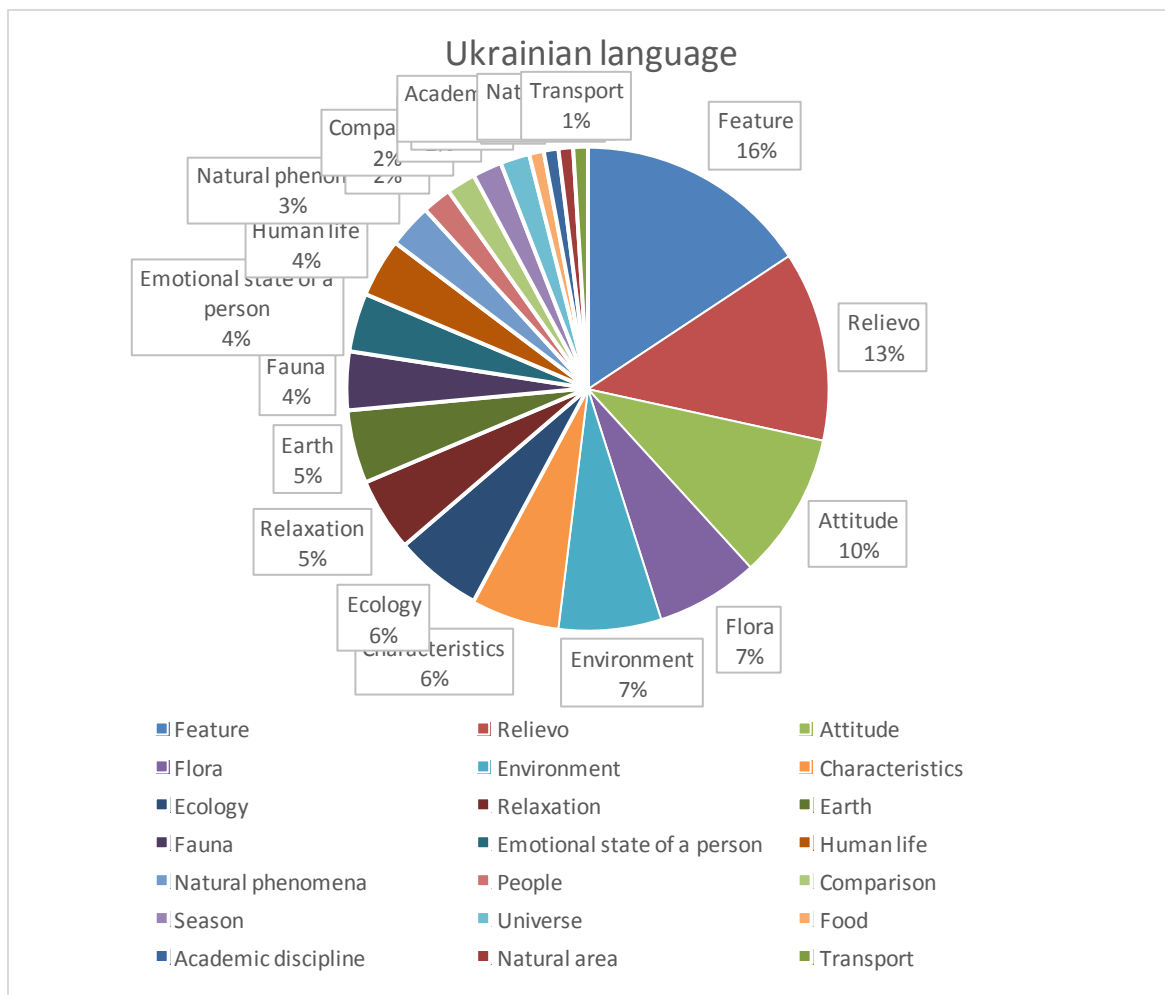


Fig. 1. The gestalt structure of the associative field of the stimulus ПРИРОДА

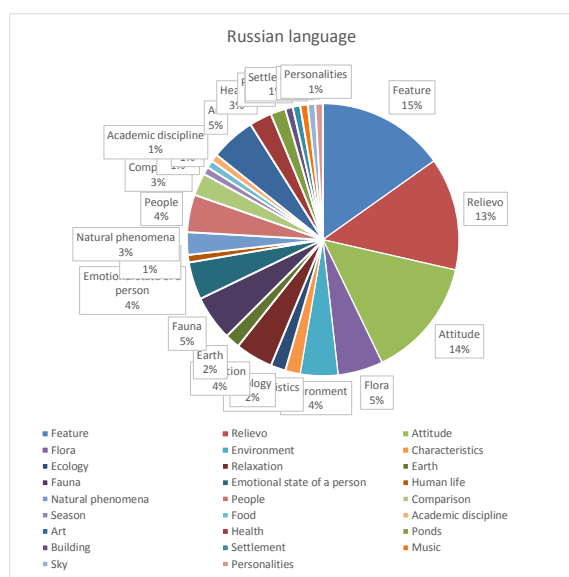


Fig. 2. The gestalt structure of the associative field of the stimulus ПРИРОДА

Consequently, the colored sectors of the diagrams indicate the national components of the gestalt: some of them – 11 zones – are repeated on each picture, but their size is purely individual within the associative field of a particular language. For example, the “Flora” zone occupy the following volume of diagrams in the East Slavic languages: 7 %, 5 %, 2 % in Ukrainian, Russian, Belarusian, and in German – 12 %; Zone “Feature” – 16 %, 15 %, 10 % in Ukrainian, Russian, Bluray, and in German – 20 %.

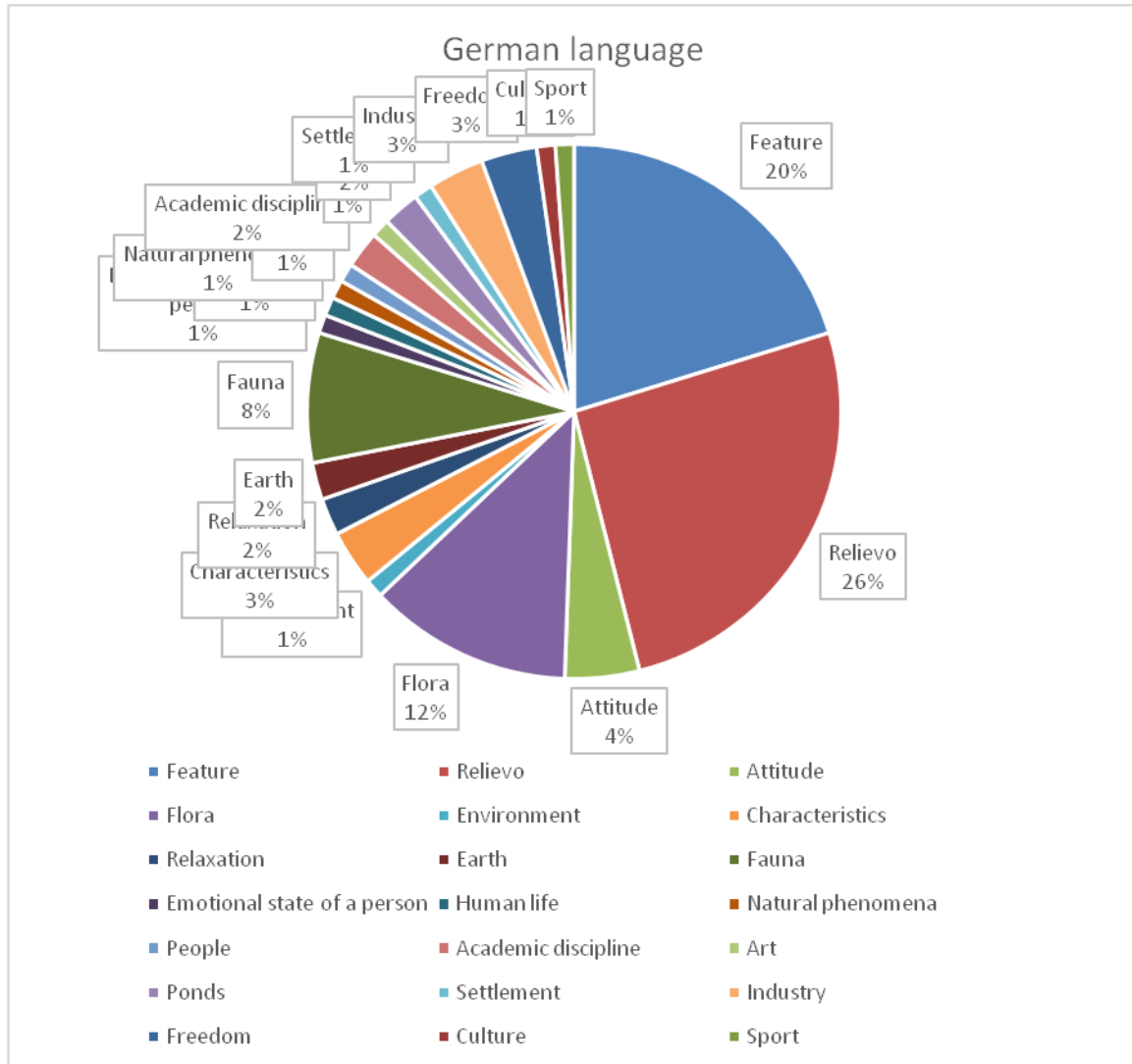


Fig. 4. The gestalt structure of the associative field of the stimulus DIE NATUR

The largest sectors in the Ukrainian language diagram correspond to zones “Feature” 16 %, “Relievo” 13 %, “Attitude” 10 %, “Flora” 7 %, “Environment” 7 %; in the diagram of the Russian language – “Feature” 15 %, “Attitude” 14 %, “Relievo” 13 %, “Flora” 5 %; in the diagram of the Belarusian language – “Relievo” 28 %, “Attitude” 19 %, “Feature” 10 %, “Environment” 8 %; in the diagram of the German language – “Relievo” 26 %, “Feature” 20 %, “Flora” 12 %, “Fauna” 8 %. Ultimately unique they are made by the sectors corresponding to the zones available only in the gestalt of the associative field of a particular language.

4. Conclusions

As a result of the contrastive psycholinguistic analysis of the picture of the linguistic consciousness of the representatives of the studied ethnoses, common features in the picture of the linguistic consciousness of the Ukrainians, Russians, Belarusians and Germans are revealed, which are explained mainly by the similar

natural conditions in which these peoples live and universal human values and differences. The gestalt structure of associative fields in each language clearly demonstrate the differences in the picture of the linguistic consciousness. The differences are seen in the different number of zones in four gestalts of studied languages, in the presence of some zones only in certain gestalt unlike others, in different size of zones, that define their rating and originality of structure of each associative field, in quantitative and qualitative composition of zones as well as in the cores of gestalts.

References

1. Марковина И. Ю., Данилова Е. В. Специфика языкового сознания русских и американцев: опыт построения “ассоциативного гештальта” текстов оригинала и перевода // Языковое сознание и образ мира / Отв. ред. Н. В. Уфимцева. М.: Институт языкознания РАН, 2000. С. 116–132.

Markovina, I., Danilova, Ye. (2000). Spetsifika jazikovogo soznaniya russkikh i amerikants ev: opit postroyeniya assotsiativnogo geshtalta” tekstovoriginala i perevoda. [Specificity of the linguistic consciousness of Russians and Americans: the experience of constructing of the “associative gestalt” of texts of original and translation]. In: *Yazikovoye Soznaniye i Obraz Mira* (pp. 116–132), N. V. Ufimtseva, (ed). Moscow: Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences.

PROSODIC MEANS OF SPEECH INFLUENCE REALIZATION: AUDITORY ANALYSIS

Marta Tomakhiv

marta.tomakhiv@gmail.com

Research and Educational Center of Foreign Languages, National Academy of
Sciences, Ukraine

Received May 27, 2017; Revised June 24, 2017; Accepted June 26, 2017

Abstract. The article offers the results of the experimental phonetics research on the role of intonation in speech influence realization in the video lecture as a main massive open online courses material. This methodology is elaborated according to the proven techniques in contemporary phonetics and combines the use of auditory analysis, methods of quantitative data and linguistic analysis, methods of semantic differential and questionnaire. The goal of the experiment was to prove the hypothesis about the role of prosodic organization and components of the tutors' intonation in video lectures in better supporting students' attention, capturing the interest to the subject, facilitating understanding, which help in realization of speech influence in scholarly discourse, thus making the communication and learning more efficient, productive and successful. As a result of the experiment, the intonation parameters used in the video lecture and contributory for students' perception have been established. The paper gives brief insights into such notions as speech influence, scholarly discourse and an e-lecture as a genre of modern scholarly discourse.

Keywords: *experimental phonetics, research methodology, speech influence, video lecture, English scholarly discourse, intonation, prosody*

Томашів Марта. Просодичні засоби реалізації мовленнєвого впливу: аудитивний аналіз.

Анотація. У статті проаналізовані отримані результати проведення експериментально-фонетичного дослідження інтонаційних засобів реалізації мовленнєвого впливу на прикладі відеолекції як нового жанру сучасного англomовного наукового дискурсу. Мета експерименту полягала у підтвердженні гіпотези про те, що просодична організація висловлень та компоненти інтонації, притаманні просодії усного мовлення викладачів відеолекцій, сприяють кращому сприйняттю студентами матеріалу викладу, утриманню їхньої уваги, а також опосередковують глибше розуміння предмета, під чим загалом ми розуміємо здійснення мовленнєвого впливу. Експериментально-фонетичне дослідження просодії відеолекції проводиться згідно розроблених у сучасній фонетиці методів експерименту, застосовуючи аудитивний та акустичний методи аналізу, а також використання методів кількісної та лінгвістичної обробки даних, порівняльного методу, анкетування та методу семантичного диференціала. У результаті експерименту визначено ті просодичні параметри, які сприяють здійсненню мовленнєвого впливу та є найоптимальнішими для сприйняття інформації студентами.

Ключові слова: *експериментально-фонетичне дослідження, мовленнєвий вплив, відеолекція, англomовний науковий дискурс, інтонація, просодія.*

1. Introduction

Plenty of contemporary linguistic research is conducted in the light of cognitive (Selivanova, 2012:223), discursive and energetic (Kalyta, 2016) approaches, for many scientists have a great interest in particularly cognitive processes which mediate our communication. A significant number of studies are devoted to the speech influence realization by the speaker within different kinds of discourse and on different types of audience. Under the conditions of wide spread and popularity of online education, a particular attention should be paid to a new genre of scientific discourse, a video lecture (Kasparinskyi & Polianskaia, 2013; Tomakhiv, 2016: 80). In terms of our research, a video lecture is defined as a lecture delivered through digital technology either synchronously (online) or asynchronously (on demand) (Demetriadis, Pombortsis, 2007). Video lecture plays an important role in the process of scientific communication being an active and dynamic genre of scholarly discourse and owing a number of peculiar features such as interactivity, multimodality, multidimensionality, combination of the linguistic and paralinguistic parameters and completely performs its communicative functions, taking into account a specific anonymous virtual targeted learner. Scientists argue (Antoshyntseva, 2011:46; Trench) that the Internet learning allows increasing the level of cognitive activity, individualizing the process of education, taking over the stereotypic and traditional approach to the interaction between a teacher and a student, thus forming a new type of a learner. This addressee is virtual and anonymous, distant in time and space, but active, motivated, targeted and determined at the same time. The tutor's job becomes more complicated as they cannot timely trace the student's reaction, evaluate previous experience, attitudes, emotions and immediate feedback unlike the lecturer dealing with the real audience.

The mechanism of the speech perception and decoding is a complicated and multichannel process which entails the coordinating between both brain hemispheres. Taking into account results of the scientific psycholinguistic experiments (Sedov, 2007: 118), the perception of the speech starts with the identification of the words in the flow of discourse based on the phonematic (phonological) ear which allows a recipient to distinguish and attribute sounds in relation to the sound models – phonemes. Further procession is based on the lexical and grammatical relations within the discourse, and the correlation between the intuitive perception of meaning and reality based on the means of intonation in particular and the context of communication. Thus, the prosody of the speech plays a primary role of speech perception as every utterance conveys the emotional and pragmatic potential (Kalyta, 2007). Under the conditions when the teacher does not see their audience which makes it necessary to exploit additional means of speech influence (prosodic means in particular) effectively to support the attention of the learners.

The experimental phonetics research on the prosodic structure of the video lecture has been conducted in order to test out the hypothesis about the role that

intonation components play in speech influence realization in English scholarly discourse on the examples of video-lectures as a main course material of massive open online courses.

In the context of the paper, by speech influence we understand the conviction of the learner in the adequacy of the learning material, supporting students' attention, capturing the interest to the subject, facilitating understanding. The hypothesis we put forward concerns the role of prosodic organization of the tutor's intonation for successful speech influence realization in a video lecture in making this type of scientific communication between the tutor of a digital lecture and a virtual learner more efficient and productive. Moreover, the hypothesis tests out the role of prosodic components in better supporting students' attention, capturing the interest to the subject, facilitating understanding and overall realization of speech influence via prosodic means of the video lecture.

2. Methods

To support this hypothesis, we use the experimental phonetic research methodology elaborated according to the proven techniques in contemporary phonetics and which combines the use of subjective (auditory), objective (acoustic) methods (Valihura O., 2008), methods of quantitative data and linguistic analysis (Rubchak, 2015), method of semantic differential (Osgood et al., 1957; Peer et al., 2012), questionnaire and comparative method (Padalka, 2015).

The auditory analysis has been conducted by two stages. The first stage involved two groups of informants. The first group comprised five native British English speaking auditors who have been listening to the corpus of the material consisting of video lectures in order to complete the following tasks: 1) to identify the authenticity of the video lectures' sounding and the pronunciation of the speakers in accordance with the orthoepic British English; 2) to distribute the video lectures under analysis according to their subgenre variety (e-lecture-presentation, e-lecture-instruction, e-lecture-interview, multimodal e-lecture); 3) to define the level of emotional potential of the video lecture (high, middle and low levels). As the result, from the whole corpus of the material, we have received the fragments of the video lectures consolidated into four blocks according to their subgenre varieties: e-lecture-presentation, e-lecture-instruction, e-lecture-interview, multimodal e-lecture (Tomakhiv, 2016:88).

In line with our assumptions, prepared speech in the video lecture differs from the piece of the video lecture that may be recorded by the native speaker. It is appropriate to use comparison as one of discourse analysis strategies which enables defining the specific character of the intonation means by the tutor in the e-lecture and the piece of text recorded by the speaker. Four native speakers were invited to record the fragments according to the texts of the video lectures received as a result of the first stage of the auditory analysis. The tutors in the e-lecture implying exact

communicative intention, organize their speech using certain parameters of prosodic means while the reader is directed mainly by the syntactic organization of the written text, taking into account punctuation marks. As a result, we have received a pair of texts – the original fragment of the video lecture and the recorded piece.

At this stage, 120 participants, who comprised the second group of informants, were involved in the experiment. Among them 17.5 % of native speakers and 82.5 % of those who speak English as a second language at B2 level of English from 23 countries aged 18–59 and who potentially may be interested to use massive open online courses as a learning platform. The participants were listening to the pairs of the original video lectures and fragments recorded by native speakers in order to evaluate their personal impression from each of the fragments. At this stage respondents were to choose one of the pair which was more favourable for comprehension and indicate the parameters of intonation which contributed to their better understanding. The method of semantic differential (Osgood et al., 1957; Padalka, 2015) has been used to evaluate the personal impression about the video lectures. With the help of this seven-point rating scale (-3, -2, -1, 0, +1, +2, +3) the participants were able to measure the stimulus produced by the video lecture. The bipolar scales of the antonymic adjectives on the basis of *Evaluation*, *Potency*, *Activity* factor were designed to receive the personal estimation of the students according to the following factors: 1) *Evaluation* factor, which enables to get general, perceptive and intellectual evaluation of the video lecture (scales of such pairs of adjectives as ‘natural-unnatural’, ‘impressive-unimpressive’, ‘pleasant-unpleasant’, ‘polite-impolite’, ‘articulated-unarticulated’); 2) *Potency* factor to estimate physical and emotional characteristics with the help of such pairs of antonymic adjectives as ‘confident-insecure’, ‘persuasive-unpersuasive’, ‘superficial – thought-provoking’, ‘intensive-superficial’, ‘passionate-emotionless’); 3) *Activity* factor which implies getting dynamic characteristics (‘aimless-determined’, ‘slow-fast’, ‘nervous-calm’, ‘calming-stimulating’, ‘monotonous-lively’ pairs of adjectives have been used).

Having received data on the impression about the video lectures as to the three factors according to the scales, the level of the speech influence realization may be calculated. The closer indices are to the positive poles of the scale, the stronger is the pragmatic influence on the listeners as to the factors of Evaluation, Activity and Potency. Proceeding the experiment further with the help of questionnaire participants were to choose those parameters which helped, according to them, in better comprehension.

At the second stage of the auditory analysis the experienced phoneticians took part in the experiment. Their task was to establish the peculiarities of the prosodic organization of the utterances of different subgenres of the video lecture as well as to correlate the results of their expertise with the results of the first stage of the auditory analysis and to select the fragments for further acoustic analysis.

3. Results

The results of the experiment have shown that the indices of the original video lecture evaluation by the respondents are higher than the indices got from the recorded fragment. Table 1 below shows the overall results (number of respondents is measured by per cent, OF stands for ‘original fragment’ of the video lecture, RF stands for ‘recorded fragment’ of the video lecture).

Table 1

Evaluation results of the original and recorded fragments of the video lecture according to the bipolar scales

Measure Adjective	OF (%)	RF (%)	Measure Adjective	OF (%)	RF (%)		OF (%)	RF (%)
Natural	78.3	56.6	Unnatural	13.3	33.3	Neutral	8.3	10.0
Determined	82.5	49.1	Aimless	8.3	39.1	Neutral	9.1	11.6
Impressive	75.8	38.3	Unimpressive	9.1	48.3	Neutral	15.0	13.3
Fast	55	55.8	Slow	25	28.3	Neutral	20.0	15.8
Pleasant	86.6	55	Unpleasant	6.6	26.6	Neutral	6.6	18.3
Confident	87.5	58.3	Insecure	3.3	25.8	Neutral	9.1	15.8
Calm	70.8	66.6	Nervous	16.6	22.5	Neutral	12.5	10.8
Persuasive	80.8	45	Unpersuasive	10	44.1	Neutral	9.1	10.8
Thought-provoking	61.6	35	Superficial	16.6	42.5	Neutral	21.6	22.5
Polite	85	74.1	Impolite	1.6	10.8	Neutral	13.3	15.0
Stimulating	67.5	36.6	Calming	21.6	50	Neutral	10.8	13.3
Articulated	88.3	59.1	Unarticulated	4.1	28.3	Neutral	7.5	12.5
Intensive	75	40.8	Superficial	11.6	44.1	Neutral	13.3	15.0
Passionate	73.3	37.5	Emotionless	1	49.1	Neutral	11.6	13.3
Lively	70	43.3	Monotonous	18.3	47.5	Neutral	11.6	9.1

The results of the informative auditory experiment reveal that the original video lecture has more pragmatic potential than the fragments recorded by speakers as to the three factors of *Evaluation*, *Activity* and *Potency*. For instance, 82.5 % of respondents evaluated the original fragments as determined, while only 49.19 % evaluated a recorded fragment as such; for 75.83 % of informants the original e-lecture seemed to be impressive, while only 38.33 % of participants describes the recorded fragments like that and etc. In conclusion, 67.17 % preferred the original fragment to the recorded one.

The questionnaire has been designed in order to define intonation parameters which dominated in the discourse of the video lectures and contributed to speech influence realization according to the listeners. Based on their impressions about the video lecture, participants were asked to choose the preferred fragment of the video lecture and justify their choice by indicating the parameters which contributed to better comprehension. Participants were asked to evaluate the type of stress, rhythm, loudness, tempo, pauses, terminal tones and the level of emotional potential. Table 2

below shows the overall data obtained from the questionnaire results according to the four subgenres of the video lecture.

Table 2

The perception of the prosodic parameters of the e-lecture utterance of different types

Prosodic Parameters		Type of the utterance							
		e-lecture presentation		e-lecture instruction		e-lecture interview		multimodal e-lecture	
		OF (%)	RF (%)	OF (%)	RF (%)	OF (%)	RF (%)	OF (%)	RF (%)
Stress	Logical	78.57	62.5	86.96	71.43	61.9	88.89	64.00	80.00
	Emphatic	21.43	37.5	13.04	28.57	38.1	11.11	36.00	20.00
Rhythm	Simple	23.31	31.25	26.1	28.56	9.52	77.78	20.00	80.00
	Complex	43.29	25	56.55	28.56	33.32	11.11	32.00	20.00
	Compound	33.40	43.57	17.35	42.86	57.16	11.11	48.00	–
Loudness	Low	–	–	–	–	9.52	–	–	24.00
	Reduced	14.28	12.5	17.4	42.86	4.76	11.11	12.00	24.00
	Moderate	57.12	56.25	56.55	57.14	42.84	77.78	48.00	52.00
	Increased	21.42	18.75	17.4	–	33.32	11.11	28.00	–
	High	7.14	6.25	8.65	–	9.52	–	12.00	–
Tempo	Rapid	–	6.25	–	–	4.76	–	4.00	–
	Accelerated	7.14	6.25	8.7	14.29	28.57	11.11	36.00	–
	Moderate	71.43	75.00	73.91	85.71	57.14	55.56	48.00	60.00
	Slowed down	14.29	6.25	13.04	–	9.52	33.33	12.00	20.00
	Slow	7.14	6.25	4.35	–	–	–	–	20.00
Pauses	Short	64.29	100	56.52	85.71	90.48	55.56	60.00	80.00
	Medium	35.71	–	43.48	14.29	9.52	33.33	36.00	20.00
	Long	–	–	–	–	–	11.11	4.00	–
Terminal tone	Flat	7.14	25.00	26.09	42.86	4.76	44.44	8.00	60.00
	Rise	21.43	18.75	8.7	14.29	19.05	11.11	8.00	–
	Fall	7.14	6.25	4.35	–	23.81	11.11	–	20.00
	Fall-rise	14.29	12.5	13.04	14.29	4.76	22.22	12.00	20.00
	Rise-fall	14.29	12.5	34.78	–	–	11.11	12.00	–
	Rise-fall-rise	35.71	25.00	13.04	28.57	47.62	–	60.00	–

At the final part of the questionnaire, respondents were asked to give the overall impression about the original video lecture as a learning resource. 63.32 % of participants answered that the material presented in the e-lecture was interesting and

informative. 73.35 % of respondents agreed that they can remember the main ideas presented in the e-lecture after having listened to it. 69.97 % of potential students answered that the speaker was delivering information in a friendly and intelligible manner. 55 % expressed their opinion that they can reproduce the main ideas presented in the e-lecture after having listened to it. The e-lecture was interesting to 44.17 % of the respondents and they were attentive during it. 35.82 % of participants found it was motivating enough to get me interested in further learning.

4. Discussion

Having analyzed the questionnaire, we may assume that such prosodic parameters as complex and combined rhythm, moderate loudness with increasing or decreasing on some of the segments, moderate tempo, interchange of short and long pauses, alteration of falling and rising terminal tones contribute to comprehension of the material, capturing the attention and interest during the lecture, better remembering of the material which overall affirms these parameters as the most optimal for speech influence realization.

It is worth to mention that e-lecture-interview and multi-modal e-lecture were reported to be better for the comprehension due to their interactive character, the level of emotional potential, while e-lecture-presentation and e-lecture-instruction were classified as one subgenre.

The results of the second stage of the auditory analysis showed that the invariant characteristics of the utterances in the video lecture are the following: medium or long syntagmas, predominance of the logical phrasal stress, moderate loudness with decreasing or increasing on the informatively meaningful segments of the utterance; melodic contour configuration of mid level gradually descending stepping scale, gradually descending falling scale and broken descending stepping scale finishing with simple rising or falling tones; reoccurrence of the medium or short pauses within the utterance and between them; medium tonal range, complex of combined rhythm; moderate tempo. Based on the analysis conducted by the experienced phoneticians in comparison to the results of the perceptive analysis conducted by the informants, the abovementioned prosodic parameters contribute to the speech influence realization in the video lecture and are the most optimal for the listeners' comprehension.

5. Conclusions

The results of the auditory analysis as a part of the experimental phonetics research reveal that the prosodic level of speech plays an important role in speech influence realization with the help of particular intonation parameters. Taking into account that the results have been obtained with the help of subjective methods, the fragments of the video lecture for the further acoustic analysis (identification of frequency, temporal and dynamic characteristics) with the help of Praat Software has been selected.

References

1. Антошинцева М. А. Механизмы адаптации жанра научно-учебной лекции к электронной сфере коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.cyberleninka.ru/article/n/mehanizmy-adaptatsii-zhanra-nauchno-uchebnoy-lektsii-k-elektronnoy-sfere-kommunikatsii
Antoshyntseva M. A. Mekhanizmy adaptatsii zhanra nauchno-uchebnoy lektsii k elektronnoy sfere kommunikatsii. [Mechanisms of scientific and academic discourse genre adaptation to the electronic domain of communication]. Retrieved from: www.cyberleninka.ru/article/n/mehanizmy-adaptatsii-zhanra-nauchno-uchebnoy-lektsii-k-elektronnoy-sfere-kommunikatsii
2. Валігура О. Р. Фонетична інтерференція в англійському мовленні білінгвів: монографія. Тернопіль: Підручники і посібники, 2008.
Valihura O. R. (2008). Fonetychna interferentsiia v anhliiskomu movlennia bilinhviv: monohrafiia. [Phonetical interference in the English speech of the bilinguals]. Ternopil: Pidruchnyku i posibnyku.
3. Калита А. А. Энергетика речи: монографія. К.: Кафедра, 2016.
Kalyta, A. A. (2016). Energetika rechi [Speech Energetics]. Kyiv: Kafedra.
4. Калита А. А. Актуалізація емоційно-прагматичного потенціалу висловлення: монографія. Тернопіль: Підручники і посібники, 2007.
Kalyta, A. A. (2007). Aktualizatsia emotsiino-prahmatychnoho potentsialu vyslovlennia. [Emotional and Pragmatic Potential of the Utterance Actualization]. Ternopil.
5. Каспаринський О. Ф., Полянская Е. И. Видеолекция как жанр. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://istina.msu.ru/media/publications/articles/8e9/82a/3559014/29LINK_FOK13v07.pdf
Kasparinskyi, O. F., Polianskaia, E. I. Videolektsiia kak Zhanr. [Videolecture as a Genre]. Retrieved from: https://istina.msu.ru/media/publications/articles/8e9/82a/3559014/29LINK_FOK13v07.pdf
6. Osgood, C. E., Suci, G. C., and Tannenbaum, P. H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana, IL : University of Illinois Press.
7. Падалка О. В. Просодика комунікативного членування промов сучасних політичних діячів Німеччини (експериментально-фонетичне дослідження): дисертація кандидата філологічних наук: 10.02.04 / Ольга Володимирівна Падалка. Київ: КНЛУ, 2015.
Padalka O. V. (2015). Prosodyka komunikatyvnoho chlenuvannia promov suchasnykh politychnukh diiachiv Nimechchyny (eksperymentalno-fonetychne doslidzhennia): [Prosody of the communicative segmentation of speech of contemporary German politicians (experimental phonetics research)]. Ph.D. dissertation. Kyiv: Kyiv National Linguistic University.
8. Peer, W. Van, Hakemulder, F., Syngier, S. (2012). *Scientific Methods for the Humanities. (Linguistic Approaches to Literature)*. Amsterdam: John Benjamins.
9. Рубчак О. Б. Просодична організація англомовних інтерв'ю (експериментально-фонетичне дослідження): дисертація кандидата філологічних наук: 10.02.04. Київ: КНЛУ, 2015
Rubchak O. B. (2015). Prosodychna organizatsiia anhlovnykh intervui (eksperymentalno-fonetychne doslidzhennia): dysertatsiia kandydata filolohichnykh nauk. [Prosodic structure of the English interviews: (experimental phonetics research): candidate of philological sciences degree dissertation]. Kyiv: Kyiv National Linguistic University.
10. Седов К. Ф. Нейропсихолінгвістика. Москва: Лабиринт, 2007.
Sedov, K. F. (2007). *Neiropsikholingvistika. [Neuropsycholinguistics]*. Moscow: Labirint.

11. Селіванова О. О. Мовленнєвий вплив у комунікативній взаємодії// Психолінгвістика. 2012, № 10. С. 223–229.
Selivanova Olena. (2012). Movlennievyi vplyv u komunikatyvni vzaemodii. *Psykholinhvistyka*, 10, 223–229.
12. Demetriadis, S., Pombortsis, A. (2007). E-Lectures for Flexible Learning: a Study on their Learning Efficiency. Retrieved from: http://www.ifets.info/journals/10_2/13.pdf
13. Tomakhiv, M. (2016). E-Lecture as a New Genre of Scholarly Discourse. *Science and Education a New Dimension. Philology*, IV (23), 100, 80–83.
14. Trench Brian. Internet – turning science communication inside-out? Retrieved from: http://doras.dcu.ie/14807/1/internet_science_communication.pdf.

REVIEWS

Андрієнко Т. *Стратегії і тактики перекладу: когнітивно-дискурсивний аспект (на матеріалі художнього перекладу з англійської мови на українську та російську). Монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2016. 340 с. ISBN 978-966-489-360-9*

Andrienko, T. (2016). *Strategies and Tactics of Translating: Cognitive and Discursive Aspect (Based on Literary Artistic Translation from English into Ukrainian and Russian). Monograph. Kyiv: Dmytro Burago Publishing House. 340 p. ISBN 978-966-489-360-9 (in Ukrainian)*

Рецензент:

Сергій Засєкін

s.zasyekin@gmail.com

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Поява монографії Тетяни Андрієнко «Стратегії і тактики перекладу: когнітивно-дискурсивний аспект (на матеріалі художнього перекладу з англійської мови на українську та російську)» в семіотичному просторі українського перекладознавства – непересічна й визначна наукова подія, що засвідчує поступ українського перекладознавства у світі. Її автор – досвідчений український теоретик і практик у галузі перекладу, яка вже понад півтора десятиліття після захисту фундаментальної праці в галузі прагматики художнього дискурсу (Андрієнко, 2002) актуалізує когнітивно-дискурсивний підхід й успішно торує йому шлях у перекладознавстві України.

Метою праці є здійснення інтегрального комплексного спеціалізованого аналізу дискурсотворчої ролі стратегій перекладу й механізмів їхньої реалізації. Уведення вченою до перекладознавчого наукового обігу понять стратегії й тактики, на моє переконання, – досить виважене рішення, позаяк синтез когнітивної й прагматичної перспектив слугує профілактикою суб'єктивності дослідника-перекладознавця й сприяє кращому розумінню ним багатогранності процесу перекладу. Антропоцентричність підходу до перекладу зумовила застосування методу моделювання перекладацької діяльності, у центрі якої перебуває мовна особистість перекладача. Саме через мовну особистість тлумача як провідної ланки інтеракційної моделі перекладу пролягає місток між інтенцією автора вихідного тексту (ВТ) та кінцевим інтерпретатором тексту перекладу (ПТ), з'єднуючи різномовні комунікативні «береги» потоку текстової реальності. Із такого погляду, перекладну версію читач бачить як модель світу автора першоджерела. Якість і вірність цієї моделі залежить від ступеня «видимості» перекладача у ПТ. Тому логічно, що

Т. Андрієнко послуговується венутівською парою: «очуження» й «одомашнення» (Venuti, 1995). У цьому сенсі перекладач – цілковито проактивна сторона процесу перекладу, або «перемовин», за термінами У. Еко (2004), що мають за мету порозуміння між учасниками проекту. Відтак, здобуття перекладачем агентивного статусу спонукає науковців аналізувати його продукт в аспекті самостійності, що означає результат певної стратегії породження «тексту для когось» (Тороп, 2015:169).

Праця робить важливий унесок до чіткішого розуміння перекладацької стратегії, адже термін «стратегія» сьогодні доволі вільно тлумачать не лише лінгвісти, а й перекладознавці, як-от: процедура, техніка, прийом, метод, підхід тощо. Попри те, що ці синонімічні одиниці мають зони спільності значення, навряд чи по-науковому вдало звучать, наприклад, комбінації «локальна процедура» чи «глобальна техніка». Тому локальними чи глобальними можуть бути стратегії, що й доводить автор у своїй монографії, здійснивши спробу об'єднати їхнє когнітивне (Lörscher, 1991) та текстуальне розуміння (Chesterman, 1997). Такий синтез водночас сприяє кращому усвідомленню усталених опозицій «послівний» (word-for-word) та «смысловий» (sense-to-sense) переклад; «орієнтований на джерело» та «орієнтований на рецептора» (source- vs. target-oriented) переклад; «формальна й динамічна еквівалентність» (formal vs. dynamic equivalence) (Nida, 1964); «семантичний і комунікативний» переклад (semantic vs. communicative translation) (Newmark, 1988) і, нарешті, «очуження й одомашнення» (foreignization vs. domestication) (Venuti, 1995). Це – базові речі, без «стратегічного» опрацювання яких у книзі було б дуже непросто опанувати перекладацькі підходи, пояснити цілі й прагматичні ефекти перекладу.

Заслуговує на увагу чітке структурування й змістове наповнення авторкою п'яти розділів, логічність викладу інформації. Упадає в око багатий арсенал методів аналізу художнього тексту. Одним із найпомітніших інструментів обчислення смислової інформації на основі семіотичного розуміння багатозначності смислів, що їх інферують читачі (Лотман, 2004), застосовано метод визначення міри інформаційної ентропії тексту оригіналу в зіставленні з даними тексту перекладу. Відтак, дослідниця послуговується в монографії терміном «перекладна ентропія», визначаючи її як суму ентропії ВТ та ентропії мови перекладу. Перша з цих складових реалізується на етапі інтерпретації ВТ, друга – на етапі синтезу – кодування смислу ПТ. Саме з різним рівнем інформаційної невизначеності текстів різних функціональних стилів дослідниця пов'язує можливість стандартизації перекладів конкретних типів текстів (див. Додатки Б, В), а також межі й кількість інтерпретацій і множинності перекладів (с. 111).

Авторка монографії органічно інтегрує до власного дослідження ще одну важливу сторону перекладацької діяльності, – аналіз стратегій відтворення реалій, тропів, власних назв. Цікавим видається підхід до алюзій як когнітивних реалій, відтворення яких в іншій культурі еквівалентне відтворенню інтертекстуальних зв'язків у перекладі. Така позиція суголосна

ідеї семіотика Тартуської школи П. Торопа стосовно того, що алюзію слід визначати як засіб активізації одночасно двох текстів (Тороп, 2015:169).

Підкреслю, що Т. Андрієнко слушно акцентує ті питання, що часто залишалися поза увагою науковців. І позитивом є те, що з набиранням обертів дескриптивного напряму перекладознавство поступово зміщує фокус від сприйняття перекладу як функції до його бачення як перекладацької дії. Авторка своєю монографією доводить, що перекладацька особистість, її когніція, дискурсивний і психолінгвальний статус повинні бути центральною темою наукових дискусій. Хоч і невидимий, перекладач сьогодні таки «говорить», про що свідчить і рецензована праця, і непомітні, на перший погляд, події на загальному науковому тлі. Ось, наприклад, конференція “The Translator Speaks: Literature, Language and the Art of Translation,” що відбулася в м. Вільямстаун, штат Массачусетс (США). Її назва говорить, що перекладачеві потрібно більше приділяти уваги, почути його, шанувати його професію, адже переклади не беруться нізвідки. Вони є результатом напруженої роботи перекладача, наслідком лінгвосеміотичної реалізації його когнітивних планів, балансуванням між домінуванням авторської інтенції та задоволенням читача, між імпліцитними та експліцитними смислами, перекладацьких відкриттів і рутинних рішень, успіхів і невдач. Суголосно цим ідеям, в інтеракційній моделі перекладу перекладач визначається як центральний антропокомпонент комунікативної взаємодії в перекладі, організатор віртуального комунікативного акту «автор – читач», а його комунікативний статус вважається вищим за статуси автора й читача.

Отже, монографію Тетяни Андрієнко «Стратегії і тактики перекладу: когнітивно-дискурсивний аспект (на матеріалі художнього перекладу з англійської мови на українську та російську)» вирізняє доступність думок й легкість стилю, чіткість і влучність відбиття наукових ідей. Перекоаний, що ця праця стане в пригоді багатьом молодим і зрілим дослідникам у галузі перекладознавства та суміжних галузей науки.

Література

References

1. Андрієнко Т. П. (2002). Мовленнєвий акт іронії в англійській мові (на матеріалі художньої літератури XVI – XX століть) : Дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна.
Andrienko, T. (2002). *Speech Act of Irony in the English Language (On the Material of Belletristic Literature of the 16th and 20th Centuries)*. Ph.D. dissertation. Kharkiv: V. Karazin National University of Kharkiv.
2. Baker, M. (1992). *In Other Words*. London and New York: Routledge.
3. Chesterman, A. (1997). *Memes of Translation: The Spread of Ideas in Translation Theory*. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins.
4. Eco, U. (2004). *Mouse or Rat? Translation as Negotiation*. L.: Phoenix.
5. Lörscher, W. (1991). *Translation Performance, Translation Process, and Translation Strategies: A Psycholinguistic Investigation*. Tübingen: Narr.
6. Лотман Ю. (2004). Семиосфера. СПб.: Искусство СПб.
Lotman, Yu. (2004). *Semiosphere*. S-Petersburg: Iskusstvo SPB.

7. Newmark, P. (1988). *Approaches to Translation*. London & New York: Prentice Hall.
8. Nida, E. A. (1964). *Toward a Science of Translating*. Leiden: Brill.
9. Тороп, П. (2015). Тотальний переклад. Пер. з рос. О. А. Кальниченка, О. І. Оржицького. Вінниця: Нова книга.
Тороп, Р. (2015). *Total Translation*. Translated by O. Kalnychenko. O. Orzhytskyi. Vinnytsia: Nova Knyha.
10. Venuti, L. (1995). *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. London & New York: Routledge.

CALENDAR

INTERNATIONAL PSYCHOLINGUISTIC SCHOLARLY MEETINGS

12th International Conference

Psycholinguistics in a Modern World

Host institution: Hryhorii Skovoroda Pereyaslav-Khmelnytskyi State Pedagogical University

Deadline for submitting abstracts: October 1, 2017

Location: Pereyaslav-Khmelnytskyi, Ukraine

Start Date: 26–27th October, 2017

Contact: Nataliya Kharchenko

E-mail: psycholing.elab@gmail.com

URL: <http://psychling.phdpu.edu.ua>

Cognitive Linguistics in Wroclaw Conference

Host institution: University of Wroclaw

Deadline for submitting papers: November 15, 2017

Location: Wroclaw, Poland

Start Date: 2–3rd December, 2017

Contact: Jacek Wozny

E-mail: jacekifa@gmail.com

URL: <https://sites.google.com/site/coglingwroc3/>

Linguistic and Psycholinguistic Approaches to Text Structuring – LPTS 2018

Host institution: Ecole Normale Supérieure

Deadline for submitting abstracts: September 15, 2017

Location: Paris, France

Start Date: 18–20th January, 2018

Contact: Benjamin Fagard

E-mail: lpts2018@ens.fr

URL: <http://lattice.cnrs.fr/lpts/appe1.html>

One Brain – Two Grammars? International Workshop

Host institution: University of Rostock

Deadline for submitting abstracts: July 30, 2017

Location: Rostock, Germany

Start Date: 1–3rd March, 2018

Contact: Alexander Haselow

E-mail: brain.grammar2018@uni-rostock.de

URL: <https://www.iaa.uni-rostock.de/veranstaltungen/aktuelle-veranstaltungen/one-brain-two-grammars/>

The First International Conference on Emotions, Language Processing and Psycholinguistic Testing – ELAPSYT1

Host institution: The Iorgu Iordan – Alexandru Rosetti Institute of Linguistics

Deadline for submitting abstracts: August 1, 2017

Location: Bucharest, Romania

Start Date: 12–15th October, 2017

Contact: Anabella-Gloria Niculescu-Gorpin

E-mail: elapsyt1@gmail.com

URL: http://www.lingv.ro/index.php?option=com_content&view=article&id=211&Itemid=184

GUIDE TO AUTHORS

East European Journal of Psycholinguistics p-ISSN 2312-3265, e-ISSN 2313-2116 is an international double-blind peer-reviewed scholarly periodical published semiannually. All interested scholars in the area of psycho- and neurolinguistics, cognitive science, psychology of language and speech, translation studies, pragmatics, cognitive psychology are kindly invited to submit their articles for publishing in the Journal.

The texts submitted for the publication should be written in **English, Ukrainian, Russian**. Please attach a file with your first and last names (in three languages), title of the article (in three languages); place of work, scientific degree, position, contact phone and fax number, postal and electronic addresses.

The Editorial board will review the papers and inform the author(s) about any decision. The board will be responsible for the publication reserving the right of requesting the author(s) for modifications.

Only original (never published before or submitted to any other journal for reviewing) papers are accepted. The originals must meet the following requirements:

FORMAT /LENGTH

The paper must be in Word format. The recommended length is 12–18 pages including two abstracts and references (max. 5,000 words), A4 paper format, with 2,5 cm for upper, lower and left margins, 1 cm for right margins, observing 1.5 space between lines and with Times New Roman font type, with a 14 point body.

TITLE-AUTHOR'S IDENTIFICATION

The first page must include the capitalized and centered title of the article in bold, then author(s) name, affiliation, e-mail. It should be written in bold, centered, Times New Roman, 14 point body, e.g.:

Petro Smith

petroalsmith@ukr.net

Lesya Ukrainka Eastern European National University, Ukraine

ABSTRACT / KEYWORDS

Each paper should include two brief abstracts in English and Ukrainian, preceded by the author's family and given names, title of the article (in the respective language). For abstracts in Ukrainian, the editors may assist upon request. The abstracts should contain 150–200 words, be written in italics with a 12 point body. Also 5–7 key words should be included at the end of each of them.

TEXT

Quotations in the text should be as follows: According to Yu. Shevelov (Shevelov, 2012), or (Smith, 2014:252) where 3 means the number of page with quotation. Comments and notes should be included in footnotes. Any examples should be italicized and numbered consecutively with Arabic numerals. The article should contain the following parts: introduction / background of the issue; methods; the study; discussion and results; conclusions.

REFERENCES

References should come at the end of the paper. They should be written according to the APA norms (<http://www.apastyle.org/>) with a 12 point body and in alphabetic order. **The Ukrainian and Russian references should be transcribed in Latin letters only:**

e. g.

Book:

Шевельов Ю. Нарис сучасної української літературної мови та інші лінгвістичні студії / Ю. Шевельов. – К.: Темпора, 2012.

Shevelov, Yu. (2012). *Narys Suchasnoii Ukrain's'koi Literaturnoi Movy ta Inshi Lingvistychni Studii [An Outline of Modern Ukrainian Literary Language and Other Linguistic Studies]*. Kyiv: Tempora.

Journal paper:

Сміт П. Психолінгвістична модель дискурсу. *East European Journal of Psycholinguistics*, 2014, 1(2), 122–130.

Smith, P. (2014). Psycholinvistychna model dyskursu [Psycholinguistic model of discourse]. *East European Journal of Psycholinguistics*, 2(1), 252–260.

Internet resource:

Smith, P. Psycholinguistic model of discourse. Retrieved from <http://xxx.xxx.xx>

Book chapter:

Smith, P. (2014). Psycholinguistic model of discourse. In: *Challenges of Psycholinguistics*, (pp. 222–242). J. Brown, (ed.). Lutsk: Vezha.

Conference abstract/paper:

Smith, P. (2014). Psycholinguistic model of discourse. In: J. Brown (Ed.) Third International Conference *Challenges of Psycholinguistics and Psychology of Language and Speech – COPAPOLS 2017. Book of abstracts* (10–22). Lutsk: Vezha.

The papers should be sent to the E-mail: psycholing@eenu.edu.ua

All papers will be published in open access on the Journal site: <http://eep1.at.ua>.

ПАМ'ЯТКА АВТОРАМ

«Східноєвропейський журнал психолінгвістики» p-ISSN 2312-3265, e-ISSN 2313-2116 – міжнародний рецензований періодичний науковий часопис, який видається двічі на рік. У журналі автори можуть публікувати результати власних досліджень у галузі психо- та нейролінгвістики, когнітивної науки, психології мови та мовлення, когнітивної психології, прагматики, перекладознавства. Редколегія приймає матеріали англійською, українською, російською мовами для публікації у черговому числі журналу за адресою: psycholing@eenu.edu.ua.

Вимоги до оригіналів статей, надісланих до наукового часопису «Східноєвропейський журнал психолінгвістики»

Стаття має відповідати тематиці часопису й сучасному стану науки, мати актуальність, не бути опублікованою раніше чи поданою до публікації в інших наукових журналах України та світу. Автор відповідає за достовірність і вірогідність викладеного матеріалу, відсутність плагіату й коректність висновків (див. Ethics Statement), правильне цитування наукових джерел і покликання на них.

Матеріали розглядає редакційна колегія відповідного розділу часопису, а також анонімний рецензент. Після схвального відгуку з його боку редакція приймає остаточне рішення про публікацію статті, про що повідомлятиметься авторові. Оригінальні версії статей публікуватимуться у відкритому доступі на сайті журналу <http://eepl.at.ua>.

Обсяг статті – 12–18 сторінок (разом з трьома анотаціями й літературою, не більше 5 тис. слів), формат А-4, відстань між рядками – 1,5 інтервали, кегль 14, гарнітура Times New Roman; поля: ліворуч, угорі, внизу – 2,5 см, праворуч – 1 см; абзац – 1 см;

сторінки статті НЕ нумеровані;

не використовувати переносів;

таблиці, рисунки повинні мати нумерацію і назву;

ілюстративний матеріал подавати в тексті курсивом; рисунок, виконаний засобами MS Word, згрупувати як один об'єкт;

Окремим файлом потрібно додати відомості про автора: прізвище, ім'я, по батькові (трьома мовами); назву статті (трьома мовами); учене звання, посада, місце роботи (установа, підрозділ) автора; поштову адресу; електронну пошту; телефон, факс.

Структура статті:

- 1) ім'я та прізвище автора, рядком нижче установа, у якій працює автор, електронна адреса, наприклад:

Петро Сміт

petroalsmith@ukr.net

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Україна

2) назва статті по центру (великими літерами);

3) дві анотації українською, англійською мовами (150–200 слів) (12 кегль);

NB категорично заборонено подавати невідредагований варіант машинного перекладу перед кожною анотацією слід указувати прізвище та ім'я автора й назву статті (відповідною мовою);

4) ключові слова кожною з двох мов (5–7 слів) (12 кегль, курсив).

ТЕКСТ включає такі необхідні елементи:

- вступ (актуальність, мета та завдання статті);
- методи дослідження;
- процедура дослідження;
- обговорення результатів;
- висновки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ оформляти за нормами АРА: (<http://www.apastyle.org/>), 12 кегль.

Якщо джерело опубліковано українською, російською мовою (або іншими кириличними мовами), у списку літератури його потрібно навести лише латинськими літерами, наприклад:

Книга:

Шевельов Ю. Нарис сучасної української літературної мови та інші лінгвістичні студії / Ю. Шевельов. – К.: Темпора, 2012.

Shevelov, Yu. (2012). *Narys Suchasnoii Ukrain's'koi Literaturnoi Movy ta Inshi Lingvistychni Studii [An Outline of Modern Ukrainian Literary Language and Other Linguistic Studies]*. Kyiv: Tempora.

Стаття із журналу:

Сміт П. Психолінгвістична модель дискурсу. *East European Journal of Psycholinguistics*, 2014, 1(2), 122–130.

Smith, P. (2014). Psycholingvistychna model dyskursu [Psycholinguistic model of discourse]. *East European Journal of Psycholinguistics*, 1(2), 122–130.

Інтернет-ресурс:

Smith, P. Psycholinguistic model of discourse. Retrieved from <http://xxx.xxx.xx>

Розділ у монографії:

Smith, P. (2014). Psycholinguistic model of discourse. In: *Challenges of Psycholinguistics*, (pp. 222–242). J. Brown, (ed.). Lutsk: Vezha.

Тези конференції:

Smith, P. (2017). Psycholinguistic model of translation. In: J. Brown (Ed.) Third International Conference *Challenges of Psycholinguistics and Psychology of*

Language and Speech – COPAPOLS 2017. Book of abstracts (10–12). Lutsk, Ukraine: Social Initiatives and Analytic Research Center.

На кожен позицію в списку літератури має бути покликання в тексті статті; покликання в тексті слід робити так: якщо мається на увазі джерело загалом (Smith, 2014), у випадку цитування із зазначенням номеру сторінки (Smith, 2014:225).

ПАМ'ЯТКА АВТОРАМ

«Восточноевропейский журнал психолингвистики» p-ISSN 2312-3265, e-ISSN 2313-2116 является международным рецензированным периодическим научным изданием, публикуемым дважды в год. В журнале авторы могут печатать результаты своих исследований в области психо- и нейролингвистики, когнитивной науки, прагматики, переводоведения, психологии языка и речи, когнитивной психологии. Редколлегия принимает материалы на английском, украинском, русском языках для публикации в очередном номере журнала по адресу: psycholing@eenu.edu.ua

Требования к оформлению статей для публикации

Статья должна соответствовать тематике журнала и современному состоянию науки, иметь актуальность, не быть опубликованной ранее или поданной к публикации в других журналах Украины или мира. Автор статьи отвечает за достоверность изложенного материала, отсутствие плагиата и корректность выводов, правильное цитирование научных источников и ссылки на них (см. Ethics Statement).

После рецензирования статьи анонимным рецензентом и его позитивного решения редактор уведомит автора об этом решении. Оригинальные версии статей будут публиковаться в открытом доступе на сайте журнала <http://eepl.at.ua>

Общий объем статьи – 12-18 страниц (не более 5 тыс. знаков), формат А-4, расстояние между строками – 1,5 интервала, кегль 14, гарнитура Times New Roman;

поля: слева, сверху, внизу – 2,5 см, справа – 1 см; абзац – пять знаков;

страницы статьи НЕ нумеруются;

не использовать переносов;

иллюстративный материал подавать в тексте, подписи набирать курсивом; рисунок, выполненный средствами MSWord, сгруппировать как один объект;

В отдельном файле просьба предоставить сведения об авторе: фамилия, имя, отчество название статьи, ученое звание, должность, место работы (учреждение, подразделение) автора, адрес, электронная почта, телефон, факс.

Структура статьи:

1) имя и фамилия автора, строкой ниже учреждение, где работает автор, адрес, например:

Петро Смит
petroalsmith@ukr.net

Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки

2) название статьи по центру (большими буквами)

3) аннотации на украинском и английском языках (150–200 слов) (12 кегль, курсив) с переводом имени, фамилии автора и названия статьи на соответствующий язык;

NB категорически запрещено подавать неотредактированный вариант машинного перевода;

редакция может помочь автору перевести резюме на украинский.

4) ключевые слова на каждом из трех языков (5–7 слов) (12 кегль, курсив).

ТЕКСТ включает такие необходимые элементы:

введение; методы исследования; процедура исследования; обсуждение результатов; выводы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ оформлять только согласно норм АРА: (<http://www.apastyle.org/>)

Если источник опубликован на украинском или русском языке (или другом кириллическом языке), в списке литературы его необходимо подавать **латинскими и кириллическими** буквами, например:

Книга:

Шевельов Ю. Нарис сучасної української літературної мови та інші лінгвістичні студії / Ю. Шевельов. – К.: Темпора, 2012.

Shevelov, Yu. (2012). *Narys Suchasnoii Ukrainskoi Literaturnoi Movy ta Inshi Lingvistychni Studii [An Outline of Modern Ukrainian Literary Language and Other Linguistic Studies]*. Kyiv: Tempora.

Статья:

Сміт П. Психолінгвістична модель дискурсу. *East European Journal of Psycholinguistics*, 2014, 1(2), 122-130.

Smith, P. (2014). Psycholinguistic model of discourse [Psycholinguistic model of discourse]. *East European Journal of Psycholinguistics*, 1, 222–230.

Интернет-ресурс:

Smith, P. Psycholinguistic model of discourse. Retrieved from <http://xxx.xxx.xx>

Раздел монографии:

Smith, P. (2014). Psycholinguistic model of discourse. In: *Challenges of Psycholinguistics*, (pp. 222–242). J. Brown, (ed.). Lutsk: Vezha.

Тезисы конференции:

Smith, P. (2017). Psycholinguistic model of translation. In: J. Brown (Ed.) *Third International Conference Challenges of Psycholinguistics and Psychology of Language and Speech – COPAPOLS 2017. Book of abstracts* (10–12). Lutsk, Ukraine: Social Initiatives and Analytic Research Center.

На каждую позицию в списке литературы должна быть ссылка в тексте статьи; ссылки в тексте делаются так: если имеется в виду источник в целом (Smith, 2014), в случае цитирования с указанием номера страницы (Smith, 2014:225).

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Scholarly edition

**EAST EUROPEAN JOURNAL
OF
PSYCHOLINGUISTICS**

Volume 4

Number 1

Technical editor I. Zakharchuk

Registered by the Ministry of Justice of Ukraine 29.07.2014, Certificate # 485-218P.

Формат 60×84¹/₁₆. Обсяг 14,42 ум. друк. арк., 13,96 обл.-вид. арк. Наклад 100 прим.
Зам. 5144-А. Редакція, видавець і виготовлювач – Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки (43025, Луцьк, просп. Волі, 13). Свідоцтво Держ. комітету
телебачення та радіомовлення України ДК № 4513 від 28.03.2013 р.