

References

1. Aristotle IV BC. (1959). *Rhetoric* (p. 1). English translation by W.D. Ross, Oxford: O.U.P.
2. Angeleri, R., Airenti, G. (2014). The development of Joke and Irony Understanding: A study with 3 – to 6-year-old children. *Canadian Journal of Experimental Psychology* (pp. 133–146). *Revue canadienne de psychologie expérimentale*, 68 (2). Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1037/cep0000011>
3. Clark, H., Gerrig, R. (1984). On the Pretense Theory of Irony. *Journal of Experimental Psychology: General*, Vol. 113, No. 1. (pp. 121–126).
4. Dynel, M. (2013). *Developments in Linguistic Humour Theory* (p. 125). John Benjamins Publishing: Lodz Univeresity.
5. Kobyakova, I. (2013). *Verbalization of Humorous Texts*. GISAP: Philological Sciences. № 2. (p. 50). London.

**Н.О. Стефанова, кандидат філологічних наук, доцент
докторант кафедри загального мовознавства і германістики
НПУ імені М.П. Драгоманова**

АСОЦІАТИВНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ: ЗАГАЛЬНА ПРОГРАМА І НОВІ ФОРМИ ПРОВЕДЕННЯ, РЕСУРСНІ ВИТРАТИ, КЛАСИФІКАЦІЇ АСОЦІАЦІЙ

Психолінгвістика на сучасному етапі її розвитку продовжує досліджувати як традиційні інструменти дослідження мовної свідомості (Д.І. Терехова, Р.М. Фрумкіна та ін.), так і робить спроби застосувати нові комп'ютерні можливості для проведення асоціативних експериментів з носіями різних мов, які є більш мобільними й ефективними (О.І. Горошко, О.Ф. Загородня). Але для того щоб переконалися, що нові форми проведення й опрацювання результатів асоціативних експериментів є більш ефективними, слід спершу розуміти, що передбачає загалом традиційна програма

експериментального дослідження. Така постановка проблеми зумовлює *актуальність* запропонованої для дискусії теми.

Метою виступу на конференції є характеристика загальної програми експериментального дослідження, а також необхідності й доцільності розробки нових форм його проведення.

Для вирішення цієї мети сформульовано такі *завдання*: проаналізувати ресурсні витрати на проведення експерименту та на розробку класифікацій отриманих від респондентів асоціацій; обґрунтувати доцільність проведення асоціативних експериментів за допомогою мережі Інтернет та комп'ютерних програм для аналізу асоціацій.

Р.М. Фрумкіна у своїх дослідженнях представила етапи проведення будь-яких асоціативних експериментів (з деякими уточненнями – Н.С.), які є загальними для різних наук і за якими можна передбачити (уявити) обсяг ресурсних витрат на виконання кожного з них: “а) пошук наукової проблеми для проведення експерименту, постановка мети і загальних завдань дослідження; б) формулювання наукових гіпотез (припущень, які треба експериментально перевірити); в) формулювання основної робочої гіпотези і подальше виведення з неї експериментально передбачуваних результатів; г) формулювання висновків та коригування перших гіпотетичних припущень: <...> або <...> вихідна гіпотеза підтверджується, або експеримент не надає <...> впевненості у правильності вихідного припущення” (Фрумкіна, 2001).

Кожен етап, у свою чергу, передбачає застосування різноманітних процедурних методик та інструментів для їх виконання й опрацювання результатів. І наразі вочевидь стають зрозумілими переваги комп'ютеризованого шляху проведення асоціативних експериментів та опрацювання їх результатів. Те, що традиційна методика й умови проведення асоціативних експериментів, а, головне, механічне опрацювання їх результатів в умовах потужних можливостей комп'ютерних технологій і мережі Інтернет певною мірою вичерпали себе, намагалася обґрунтувати у своїх нових працях О.І. Горошко (2018). В одній зі своїх найновіших праць “Психолінгвістика

Інтернет-комунікацій” вона пропонує “проведення психолінгвістичних експериментів через мережу Інтернет <...> і перевірку достовірності одержуваних результатів”. За об’єкт дослідження було обрано асоціативну методику, а предметом – особливості проведення цієї методики через мережу Інтернет, тобто форму її проведення (Горошко, 2018).

“Дослідження проводилося у двох групах студентів, одна група студентів брала участь очно, інша – дистанційно через мережу Інтернет (бланки були розміщені на дистанційному сервері університету). Заповнювати анкети студенти мали можливість самостійно у вільний час” (Горошко, 2018). І, як пише О.І. Горошко, “аналіз обробленого асоціативного матеріалу показав, що тип проведення експерименту – *вільний, спрямований* або *ланцюговий* впливає набагато більше, ніж форма його проведення (через Інтернет або усна). Найцікавіші й найрізноманітніші реакції було отримано за результатами ланцюгового експерименту, який вважається найскладнішим як у плані інтерпретації матеріалу, так і щодо первісного оброблення його результатів. І ось у цьому випадку форма проведення – через Інтернет – значно полегшує роботу і скорочує час, що витрачається на опрацювання його результатів” (Горошко, 2018).

Отримані результати надали підстави О.І. Горошко для спростування колишніх критичних тверджень про неможливість взагалі проведення асоціативних експериментів опосередковано (тим більше через електронний канал). Дослідниця показала значні перспективи подальшої роботи у цьому плані, адже за ресурсними витратами дистанційна форма є незрівнянною з очною формою проведення експериментів.

І ще одна важлива проблема, дискусія навколо якої і досі триває, – це ступінь достовірності здобутих результатів, який, на думку Р.М. Фрумкіної, можна перевірити, наприклад, збільшенням стимульного списку для подальшого опрацювання нових отриманих реакцій або збільшенням кількості опитуваних. І, якщо, наприклад, при збільшенні кількості реципієнтів

результати суттєво не змінилися, то вони є науково доведеними (Фрумкіна, 2001).

До важливого об'єктивного наукового параметру дослідниця відносить час надання реакції, тобто період, що триває між моментом пред'явлення слова-стимулу і моментом початку відповіді (так званий латентний період асоціативної реакції). На нашу думку, ця процедура є більш ефективною при автоматичній фіксації відповіді. Чому ця процедура є такою важливою? Як вважає Р.М. Фрумкіна, саме “поняття асоціативного процесу засноване на припущенні про те, що при наданні слова-стимулу реципієнт відповідає першим словом, що спало йому на думку. З цього випливає, що поняття асоціативного процесу виключає ідею відбору відповідей. Якщо є відбір – то немає асоціативного процесу” (Фрумкіна, 2001), бо він нівелює спонтанність як основну його характеристику. Автоматично організована процедура зменшить ризики отримання спотворених асоціативних реакцій на відповідний стимул.

Загалом Р.М. Фрумкіна розглядає асоціацію як “зв'язок між об'єктами або явищами, заснований на особистому, суб'єктивному досвіді, що може як збігатися з досвідом тієї культури, до якої належить реципієнт, так і бути суто особистим, укоріненим в минулому досвіді окремої людини (Фрумкіна, 2001). Асоціації можуть показати ті неусвідомлювані структури (архетипи колективного несвідомого, або константи), якими людина мислить у процесі пізнання явищ буття. А тому глибинні й, насамперед, ціннісні установки мовної особистості можна вивчати за спостережуваною її поведінкою, в якій вони так чи інакше виявляються. Саме це гіпотетичне припущення Р.М. Фрумкіної, з яким слід цілком погодитися, зумовлює доцільність застосування таких методик, як опитування, інтерв'ювання й анкетування. І, звісно, їхнє проведення в автоматичному режимі, наприклад, за допомогою комп'ютерних систем.

Щоправда, тут слід розуміти, що, звертаючись до відповідей в анкетах, дослідник має справу, як правило, зі стереотипами, тобто з усвідомлюваними

реакціями на той чи інший стимул. Проте, ядром стійких стереотипів є все ж таки архетипи (див. Є. Бартмінський, О.В. Тищенко, С.М. Толстая та ін.). Це означає, що відповіді інформантів залежать від раціонального усвідомлення того, про що в них запитують, й аналізуючи яке дослідник так чи інакше зможе реконструювати й неусвідомлювані шари їхньої психіки (Фрумкіна, 2001). Це можна виявити, якщо асоціативні реакції класифікувати за такими типами відношень: 1) за смисловою близькістю, де в межах асоціативної відповіді є слово-синонім; 2) за смисловим протиставленням, де в межах відповіді є слово-антонім; 3) за співзвучністю (очевидно, йдеться про омоніми); 4) за опозиціями, наприклад, “вищий-нижчий”; 5) за партитивністю (“частина-ціле” і “ціле-частина”) та ін.

Але проблема класифікації отриманих асоціативних реакцій продовжує дискутуватися серед психолінгвістів, переважна більшість з яких аналізує їх за двома типами відношень: парадигматичними і синтагматичними. Стимул і реакція, за словами Л.В. Сахарного, в парадигматичних асоціаціях можуть бути пов’язані відношеннями координації (якщо вони перебувають на одному рівні абстракції <...>) чи субординації (від роду до виду <...> або від виду до роду <...>) (Сахарный, 1989). У координованих парадигматичних асоціаціях можуть бути виділені відношення синонімії й антонімії. Тимчасом синтагматичні реакції можна розділяти за граматичними частиномовними категоріями, наприклад: іменник – дієслово <...>, іменник – прикметник тощо. Л.В. Сахарний підтримує доцільність виділення також тематичних асоціацій, які або можуть скласти разом зі стимулом граматично мотивоване поєднання слів (при граматичній зміні слова-стимулу, або слова-реакції) в рамках тематично обмеженого контексту.

Висновки. Отже, підсумовуючи, зазначимо, що для об’єктивності моделювання асоціативних полів стимулів психолінгвісти пропонують застосовувати комп’ютерне програмне забезпечення, проводити як анкетування, так і аналіз групових/масових, а не індивідуальних відповідей-асоціатів і,

переважно, в мережі Інтернет. Така форма значно полегшує роботу і скорочує час, що витрачається на опрацювання результатів експерименту.

Це сприятиме подальшій роботі з укладання асоціативних норм кожної мови й асоціативних словників. Норми, як правило, складаються на основі масових/групових опитувань і називаються так саме тому, що фіксують очікувані в даній культурі і типові для неї відповіді.

Список використаних джерел

1. Горошко, Е.И. (2008). Психолінгвістика Інтернет-комунікацій. *Вопросы психолінгвістики* (сс. 6; 8; 10; 11). Изд-во Образовательное частное учреждение высшего образования “Московская международная академия”. Взято с: <https://cyberleninka.ru/article/v/psiholingvistika-internet-kommunikatsiy>
2. Сахарный, Л.В. (1989). *Введение в психолінгвістику: Курс лекцій* (сс. 92–93). Ленинград: Изд-во Ленингр. ун-та.
3. Фрумкина, Р.М. (2001) *Психолінгвістика: [учебник]* (сс. 19–20; 31; 189; 195). Москва: Издательский центр “Академия”.

**О.Ю. Титаренко, кандидат філологічних наук, професор
професор кафедри англійської філології
НПУ імені М.П. Драгоманова**

ГРАМАТИЧНІ ТА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДІЄСЛОВА В АНГЛІЙСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

Міждисциплінарний та комплексний характер дослідження мови як складного утворення в якому відбувається взаємодія мовних одиниць різних рівнів сьогодні є визначальною рисою лінгвістики. Дієслово займає важливе місце у даній системі англійської мови так як для нього характерна більш рухоме, в порівнянні з іншими частинами мови, коло значень та набагато більша ємність змістовної структури. При цьому дієслово виступає